



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO CAMPESTRE RECREACIONAL Y DE
TURISMO DE AVENTURA EL RANCHO DE
GALLITO, CHICLAYO 2018**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

Autor (es):

Bach: Tirado Mires Deysi Thalia

<https://orcid.org/0000-0002-9190-2557>

Asesor:

MBA. Angulo Corcuera Carlos Antonio

<https://orcid.org/0000-0001-7920-4628>

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel –Perú

2023

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CAMPESTRE
RECREACIONAL Y DE TURISMO DE AVENTURA EI RANCHO DE GALLITO,
CHICLAYO 2018**

Aprobación Informe final de tesis

MBA. Angulo Corcuera Carlos
Asesor metodólogo

Mg. Mory Guarnizo Sandra
presidente jurado de tesis

Mg. Rodríguez Kong José Arturo
Secretario jurado de tesis

Mg. Rojas Jiménez Karla Ivonne
Vocal del jurado de tesis



Universidad
Señor de Sipán

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, soy egresada del Programa de Estudios de **Administración** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN CENTRO CAMPESTRE RECREACIONAL Y DE TURISMO DE AVENTURA EL RANCHO DE GALLITO CHICLAYO 2018

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Deysi Thalia Tirado Mires	DNI: 75466768	
---------------------------	---------------	---

Pimentel, 11 de mayo de 2023

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, está dedicado a mis padres por brindarme el apoyo de manera incondicional; y por supuesto a mi hermanito Jhonatan Tirado Mires quien desde un principio estuvo apoyándome en los momentos difíciles.

Deysi Thalia Tirado Mires

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida y el regalo más bonito que es mi familia ya que con sus enseñanzas paciencia han sabido educar a mi hermano y a mí, de igual manera agradecer a todas las personas que siempre estuvieron a mi lado brindándome palabras de aliento cuando pasaba malos momentos.

Deysi Thalía Tirado Mires

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: Plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura El Rancho de Gallito, Chiclayo 2018. El objetivo general del proyecto es Proponer un plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional de turismo de aventura El rancho de Gallito, Chiclayo 2018 cuyo fin es ofrecer distintas actividades de recreación. El diseño de la investigación es propositivo, descriptivo / no experimental. La recolección de datos se hizo a través de técnicas cuantitativas como las encuestas. El objetivo final del proyecto es brindar diferentes opciones de diversión para elegir en un centro campestre recreacional, con este proyecto se espera encontrar una amplia idea para el emprendedor del proyecto visualice el futuro y pueda tomar una buena decisión, ya sea para alguna inversión de las actividades que se esperan brindan en el centro recreacional. Así mismo, permitirá satisfacer la necesidad de los pobladores del distrito de San José y sus alrededores ya que dicho distrito carece de centros recreacionales.

***Palabras Clave:** Investigación, Plan de Negocios, creación, proponer, necesidad, inversión.*

ABSTRACT

The present research work entitled: Business plan for the creation of a recreational country center and adventure tourism the ranch of Gallito, Chiclayo2018. The general objective of the project is to propose a business plan for the creation of a recreational country center for adventure tourism El rancho de Gallito, Chiclayo 2018 whose purpose is to offer different recreational activities. The design of the research is proactive, descriptive / no experimental. The data collection was done through quantitative techniques such as surveys. The final goal of the project is to provide different fun options to choose from in a recreational country center, with this project you expect to find a broad idea for the project entrepreneur visualize the future and can make a good decision, whether for any investment of the activities that are expected in the recreational center. Likewise, it will allow to satisfy the need of the residents of the district of San José and its surroundings since said district lacks recreational centers.

Keywords: *Research, Business Plan, creation, propose, need, investm*

INDICE

Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. Introduccion	13
1.1. Realidad Problemática	13
1.1.1. A Nivel Internacional	13
1.1.2. A Nivel Nacional.....	14
1.1.3.A Nivel Local	15
1.2. Trabajos Previos	16
1.2.1. A Nivel Internacional	16
1.2.2. A Nivel Nacional.....	18
1.2.3. A Nivel Local	20
1.3. Teorías Relacionadas Al Tema.	22
1.3.1. Plan De Negocio.....	22
1.4. Formulación Del Problema	26
1.5. Justificación E Importancia De La Investigación	26
1.5.1. Justificación Teórica:	26
1.5.2. Justificación Práctica:.....	27
1.5.3. Justificación Metodológica:	27
1.5.4. Justificación Social E Importancia:	27
1.6. Hipótesis	27
1.7. Objetivos De La Investigación	27
1.7.1. Objetivo General.....	27
1.7.2. Objetivos Específicos	27
II. Material Y Metodo.....	29
2.1. Tipo Y Diseño De La Investigación.	29
2.1.1. Tipo De Investigación	29
2.1.2. Diseño No Experimental	29
2.2. Población Y Muestra	30

2.2.1	Población.....	30
2.2.2	Muestra.....	31
2.3.	Operacionalización De Variables	32
2.4.	Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos, Validez Y Confiabilidad ...	34
2.5.	Procedimiento De Análisis De Datos	35
2.6.	Aspectos Éticos.....	35
III.	Resultados.....	37
3.1.	Tablas Y Figuras	37
3.2.	Discusión De Resultados	60
3.3.	Propuesta De Un Plan De Negocio.....	61
IV.	Conclusiones Y Recomendaciones	84
	Referencias	86

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Total En Edad De Trabajar De La Población Del Distrito De San José	30
Tabla 2 Variable Plan De Negocio.....	32
Tabla 3 Validación De Expertos	34
Tabla 4 Alfa De Cronbach De Los Pobladores De San José.....	35
Tabla 6 Frecuencia Del Género De Los Pobladores Del Distrito De San José.....	37
Tabla 7 Frecuencia De Visita A Un Centro Recreativo	38
Tabla 8 Horario De Visita	39
Tabla 9 Con Quien Visita Centros Recreacionales	40
Tabla 10 Nivel De Ingreso	41
Tabla 11. Nivel De Ocupación.....	42
Tabla 12 Promedio Que Gasta En Un Centro Recreacional.....	43
Tabla 13 Nivel De Aceptación Para La Apertura De Un Centro Recreacional	44
Tabla 14 Calificación Que Brinda La Seguridad De Los Centros Recreacionales	45
Tabla 15 Calificación De Los Servicios Que Ofrece Los Servicios Recreacionales	46
Tabla 16. Razón Por La Cual Acude A Un Centro Recreacional	47
Tabla 17 Servicios Adicionales.....	48
Tabla 18. Visitaría Usted Un Centro Recreacional Si Estuviera A 20 Min De San José.....	49
Tabla 19. Estilo De La Infraestructura	50
Tabla 20 Aspecto Interno Más Llamativo.....	51
Tabla 21 Medio Por El Cual Desearía Mantenerse Informado	52
Tabla 22 Tipo De Promociones.....	53
Tabla 23 Tipo De Beneficio	54
Tabla 24 Costo Promedio Que Paga Por El Ingreso A Un Centro Recreacional.	55
Tabla 25 Calificación De Precios De Entradas	56
Tabla 26 Disponibilidad A Pagar Por El Ingreso A Un Centro Recreacional.....	57
Tabla 27 Tiempo Promedio De Espera	58
Tabla 28 Estaría De Acuerdo Que El Personal Del Centro Recreativo Utilice Un Uniforme Que Lo Identifique	59
Tabla 29 Generalidad De La Empresa	64
Tabla 30 Matriz Foda Cuadro De Mando Integral.....	67

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Frecuencia Del Género De Los Pobladores	37
Figura 2. Frecuencia De Visita.....	38
Figura 3.Horario De Visita.....	39
Figura 4.Con Quien Visita Un Centro Recreacional.....	40
Figura 5.Nivel De Ingresos	41
Figura 6.Nivel De Ocupación.....	42
Figura 7.Promedio Que Gasta	43
Figura 8.Nivel De Aceptación.....	44
Figura 9.Calificación De Seguridad	45
Figura 10.Calificación De Servicios	46
Figura 11.Razon Por La Cual Acude A Un Centro Recreacional	47
Figura 12.Servicios Adicionales	48
Figura 13.Visitaría Un Centro Recreacional Cerca Del Distrito De San Jose	49
Figura 14.Estilo De Infraestructura.....	50
Figura 15.Aspecto Interno Más Llamativo	51
Figura 16.Medio De Información.....	52
Figura 17.Tipo De Promociones	53
Figura 18.Tipo De Beneficio.....	54
Figura 19.Costo Promedio Que Paga Por El Ingreso A Un Centro Recreacional.....	55
Figura 20.Calificación De Precios De Entradas.....	56
Figura 21.Disponibilidad A Pagar Por El Ingreso A Un Centro Recreacional	57
Figura 22.Tiempo Promedio De Espera.....	58
Figura 23.Utilización De Un Uniforme Representativo.....	59
Figura 24.Croquis De La Distribución Del Local.....	63
Figura 25.Organigrama	65
Figura 26.Logo De La Empresa.....	68

CAPITULO I

INTRODUCCION

I. INTRODUCCION

1.1. Realidad problemática

1.1.1. A nivel internacional

Filho (2014). Escopo de projeto para criação de um plano de negócios. Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, En Brasil, el 27% de las compañías constituidas cerraron sus actividades desde el primer año de subsistencia, por el contrario, el 58% en los últimos 5 años. En el cual se tiene como objetivo elaborar un plan de negocios, a través de un modelo de estructura analítica de proyecto, teniendo en cuenta si ello conlleva a incrementar la posibilidad de alcanzar el éxito esperado. Partiendo de la estructura básica de la revisión de la literatura, elaboración del plan de proyecto para la instauración de una nueva empresa, así como las posibles causas del fracaso de una organización. Por lo que, los resultados evidenciaron que contar con un plan de negocio, no es equivalente de éxito, sin embargo, un plan de negocio es de gran ayuda para minimizar riesgos.

Según el autor afirma que un plan de negocio no es sinónimo de éxito, pero sin embargo ha servido de antecedente de estudio para la correcta elaboración.

Sepúlveda (2016). En su informe titulado “Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de las causas determinantes. Utopía y Praxis Latinoamericana”, en el cual los objetivos se basaron en describir el emprendimiento en Bajo Cauca, a la vez se buscó el análisis de los elementos sobresalientes basados en la sostenibilidad de los emprendimientos, en consecuencia, se llevó a cabo un estudio estadístico mediante la metodología no paramétrica a través de funciones basadas en la supervivencia, cuyo modelo fue Kaplan Meier. Cuyo resultado, mostraron que las causantes de la sostenibilidad son el motivo de creación, plan de negocio, oferta de productos, forma jurídica, endeudamiento, entre otras.

Según el autor afirma que para realizar un emprendimiento se necesita estudiar distintos sectores ya sea geográfico, demográfico, económico, cultural, de acuerdo al resultado se debería realizar dicho emprendimiento ya que si se llegara a lanzar un producto o un servicio sin hacer un estudio de mercado previo es posible que dicho emprendimiento quiebre a corto plazo.

Cristancho, Ninco, Cancino, Alfonso & Ochoa (2021) en su artículo científico “Aspectos esenciales en un plan de negocios para emprender en el contexto colombiano” hace énfasis

en la importancia que poseen los modelos de planes de negocios para los emprendedores, lo cual posibilita tener estructura de manera correcta sus ideas de negocio. Dentro de los puntos claves se tiene el aspecto legal como primer paso para la creación de la empresa, igualmente se tiene al aspecto financiero como parte del inicio del aporte y responsabilidades por parte de los accionistas, y por último se tiene el aspecto estratégico para conocer a detalle las ventas y el mercadeo. Por lo mencionado anteriormente, se puede inferir que es vital desarrollar, apropiar y emplear modelos que permitan la generación de ideas y/o modelos de negocios que aporten valor.

Según los autores tener estructurado un plan de negocio es fundamental para incrementar las posibilidades de éxito, así mismo es necesario tener en cuenta investigaciones sobre actitudes y conocimientos que conciernen al desarrollo de un emprendimiento.

1.1.2. A nivel Nacional

Alva (2017) En su investigación titulada “La desaparición de las microempresas en el Perú.” Afirma que, el 95% son microempresas que generan oportunidades de trabajo, siendo un equivalente del 48%, por el contrario, la no generación de nuevos emprendimientos origina problemas sociales y económicos en el Perú, cuyo objetivo de estudio es reconocer los componentes que conllevan a la quiebra a las empresas, las cuales son falta de publicidad, situación económica del país, competencia, falta de plan de negocio. Se hace énfasis, que las empresas están en constante fracaso, por lo que es fundamental tener elaborado un plan de negocio orientado a las acciones en el mercado.

Si bien es cierto existen un gran número de emprendimientos en el Perú de distintos rubros y giros de negocios esto no significa que todos estos emprendimientos marchen de la mejor manera, sino que también existen fallas ya sea por falta de información, falta e investigación, muchas personas no tienen un estudio previo de mercado es por ello que muchas veces fracasan como empresarios.

Navarro (2015) en su artículo titulado “Análisis del plan de negocios en español y portugués: panorama de emprendedores, profesores y alumno. Calidoscopio”, indica que el plan de negocio se ha incluido dentro de la estructura de la plana estudiantil, pero no ha sido

estudiado como género discursivo, cuya metodología fue cualitativa, así mismo se empleó la teoría de género. En el que, los resultados evidencian que la finalidad es conocer la metodología con la intención de ejecutar cierto plan de negocio en un tiempo determinado.

Según el autor no todos los países manejan el mismo formato de plan de negocio en cada lugar tienen una manera distinta es por ello que cada país se debe adaptar a su método de trabajo y planteo de negocio para realizar sus emprendimientos.

1.1.3.A Nivel Local

Hoy en día podemos observar como los planes de negocio están incrementado a nivel nacional, por el contrario, en el distrito de San José se puede apreciar que carece de centros recreacionales con actividades e instalaciones innovadoras que satisfagan las necesidades de los Sanjosefinos y posibles turistas, es por ello que se realizará este proyecto ya que existe una gran demanda de personas que disfrutan actividades de diversión.

Por otro lado, la gastronomía es uno de las actividades con más aceptación por parte de los visitantes a nuestro país de manera que esto se debería expandir, puesto que en el Perú es considerado como uno de los países con mejor gastronomía, por tal motivo es favorable dar a conocer los distintos platos típicos de nuestro país.

El turismo es uno de los componentes más relevantes, ya que depende de este para poder desarrollar las actividades en el centro recreacional, los visitantes buscan experiencias nuevas y son mucho más exigentes, ellos buscan servicio de calidad, seguridad, etc. Por otra parte, este plan de proyecto servirá para incrementar las visitas al distrito de San José.

La realización de este proyecto permitirá brindar más empleo de trabajo para los jóvenes del distrito de San José, ya que si bien es cierto hay un gran número de personas que tienen empleo también existen persona desempleadas por tal razón es necesario crear una empresa ya que será una oportunidad para los mismos pobladores del distrito de San José.

Y por último la realización de este proyecto de emprendimiento nos permitirá a tener una idea más amplia para el crecimiento de los planes de negocio en el rubro de entretenimiento, lo cual ayudará a satisfacer las necesidades de clientes que disfrutan un momento diferente, con actividades sanas y seguras para toda la familia.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. A Nivel Internacional

Mateus & Vanegas (2019) En su tesis titulada “Plan de negocios para la creación de un restaurante campestre”, tuvo como finalidad elaborar un plan de negocios para la creación de un restaurante campestre situado en Barbosa, el tipo de diseño de investigación fue cuantitativo y cualitativo, empleando la observación y evaluación de fenómenos, cuya población estuvo conformada por 5 768 personas, de las cuales la muestra estuvo conformada por 64 colaboradores. En el cual, los resultados afirmaron que las personas que van a restaurante fue un 44% de forma habitual, el 32% lo realiza por diversión, así mismo entre los motivos de elección de restaurante se basan en ofrecer platos llamativos y por su decoración en un 45.71%, y un 22% por buena atención. En el que se concluye que, el plan de negocio elaborado en el restaurante sirvió como guía para ejecutar el proyecto, que posibilitaron el plan de acción en la apertura del negocio, para lo cual es clave el compromiso por parte de los trabajadores, accionistas de la organización que estén direccionadas a los objetivos para obtener el éxito y ser competitivo en el mercado.

Ahumada & Rambal (2016) En su tesis “Plan de negocio para la elaboración de un restaurante-bar autóctono en Cartagena que asocie las culturas Caribe y pacífico”, tuvo como finalidad elaborar un plan de negocio para un restaurante bar en Cartagena, cuya metodología fue descriptiva, en el cual los resultados señalaron que es viable, puesto que el período proyectado será de 196.859.826.418,89, así mismo se tendrá el 24% de rentabilidad operacional, y neta un 18%, por lo que es un proyecto válido.

Torres, Caroprese & Sierra Ríos (2017) En su tesis titulada “Plan de negocio para la elaboración de una finca ecoturística en Arauca”. En el cual se tuvo como finalidad elaborar un plan de negocio para la creación de una finca ecoturística en el municipio de Arauco, por lo que fue indispensable la realización del análisis entre la oferta y la demanda del turismo rural, cuya metodología fue cuantitativa, con una población conformada por turistas nacionales de 2 700, y 43 internacionales. En el que se concluye que el 53% considero muy interesante la finca, siendo el aspecto más destacable la variedad de actividades que representan el 88%, el medio por el cual les gusto contactar los servicios fue el 82% que señalo que desean visualizar información a través de redes sociales, por consiguiente, se empleó estrategias de promoción mediante el contacto directo con el cliente con la intención

de crear un vínculo, así como conocer más sobre sus necesidades; estrategias de comunicación dentro de las que se destaca la página web, folletos y finalmente se tuvo a la estrategia de servicios que aseguren que el cliente se sienta a satisfecho brindándole un ambiente grato y cálido.

Arevalo (2020) En su tesis “Diseño de un plan de negocios para un centro campestre destinado al alquiler de Quioscos en el Municipio de la Calera – Cundinamarca” tuvo como objetivo diseñar un plan de negocios para poner un centro campestre en el municipio, cuya finalidad es el alquiler de quioscos, en el que se empleó una metodología mixta, siendo encuestados una muestra de 101 personas. En el que se concluye que se contaba con el lugar donde se pensó colocar el establecimiento, el cual se encargaba de promover el aspecto sociocultural y económico, por lo que es un gran aporte y contribución con dicho plan de negocio, por ende, es relevante el establecimiento de las bases técnicas como operativas para la puesta en marcha, además es clave conocer el comportamiento del mercado como factor determinante lo cual asegura el éxito del negocio, igualmente se realizó un análisis financiero, en el que se determinó un 26% del TIR y una recuperación de la inversión en 2.5 años.

Manzano & Sánchez (2018) En su tesis titulada “Plan de negocios para la elaboración de un centro recreacional con atracciones acuáticas en el municipio de Ocaña Norte de Santander”, cuyo objetivo es Diseñar un plan de negocios para la elaboración de un centro campestre con atracciones acuáticas en Ocaña Norte de Santander. Cuya metodología fue descriptiva, en el cual el objeto de este estudio a tener en cuenta para este plan de acción son los habitantes del municipio de Ocaña entre las edades de 15 – 69 años respecto a la proyección del DANE para el año 2017 la cual está representada por 67.558 habitantes (DANE, 2014). Además de lo anterior la población se dividirá en las comunas existentes en el municipio con el fin de obtener información verídica de toda la ciudadanía sobre la aceptación de la elaboración del centro campestre en la ciudad, Luego de esto se estratifica la población con el fin de elegir a los 382 individuos a tener en cuenta en esta investigación de los 67.558 habitantes. En el desarrollo de este proyecto el grupo investigador determinó a través de un estudio de mercados que la población Ocañera está de acuerdo con la creación y asistencia a un centro recreacional con atracciones acuáticas en la ciudad; en el estudio técnico determinamos que el proyecto requiere una gran inversión ya que los equipos e

instalaciones correspondientes son de un costo elevado y la excavación para las piscinas son de alto valor.

Sierra (2017) En su tesis “Plan de Negocio para la elaboración de una finca ecoturística en el Municipio de Arauca”. En el cual se tuvo como propósito elaborar un plan de negocio para la elaboración de una finca ecoturística en el municipio de Arauca, con una metodología cuantitativa, cuya muestra fue 17 personas, así mismo se tuvo que en el departamento de investigación tuvo un crecimiento turístico notable de 2 700 turistas y 43 internacionales. En el que se concluye, que el 76% indicó que no existe un lugar en la zona que brinden distracción como en una finca, por lo que el 53% señaló que es interesante la propuesta de crear una finca ecoturística, de manera similar el 88% menciono que le llamaba la atención la variedad de actividades, por lo que enunciaron un 82% que deseaban contratar este servicio a través de redes sociales; igualmente se tuvo que las estrategias de venta que se consideraron pertinente facilitar la forma de pago, ofrecer un buen servicio al cliente, crear una base de datos para los clientes; así mismo el financiamiento del proyecto es con capital propio.

Vizuetete (2016) En su tesis titulada “Plan de negocios para la elaboración de un centro de recreación usando CRM, en Bellavista de calderón al norte de Quito, Pichincha”. En el cual el objetivo fue elaborar un plan de negocios con la intención de contribuir a la unión familiar, que genera una rentabilidad económica y posicionamiento del mercado, en el que se concluye que dicho emprendimiento posibilita el desarrollo social del país, a través de la unión familiar, promoviendo el respeto por las personas a través de los valores que contribuyen a satisfacer las necesidades en la comunidad como familia. Los resultados mostraron que el equilibrio anual debe estar entre 17411 entradas como promedio con un costo total de \$173.412,24, teniendo un retorno de la inversión en el tercer año y el valor neto actual es de USD 4065.75 y tiene una TIR del 20.60%.

1.2.2. A Nivel Nacional

Ávila (2017). En su tesis “Plan de negocios para la elaboración de un servicio de entrega de almuerzos a oficinas en la ciudad de Cusco”, su finalidad es crear un plan de negocios para la entrega de almuerzos a oficinas en Cusco, en el cual cuya metodología se empleó el cuestionario, en donde se realizó una encuesta a 385 personas, en el que se concluye que las

compañías tanto públicas como privadas evidenciaron un crecimiento importante, reflejado en el incremento de oportunidades laborales según el reporte del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, en este caso tendrá una gran acogida, gracias a que el servicio de entrega de almuerzos en forma de delivery es muy recurrente en los trabajadores que laboren en un horario de oficina.

Talavera & Moscoso (2017) En su tesis “Plan de negocios para la implementación de un servicio de comida saludable fitness en el distrito de Cerro Colorado, Arequipa, 2017” tuvo como objetivo determinar la viabilidad de un servicio de comida saludable, para lo cual se realizó un estudio de mercado y técnico, en el que se concluye que se realizó la investigación a causa de una demanda insatisfecha, por lo que la implementación de un nuevo servicio de comida es aceptable ante el público fitness, el cual equivale a un 22% de capacidad de pago por parte del público objetivo, en el que se concluye que el negocio es rentable puesto que el VAN fue S/. 266,503.72 soles y una tasa de retorno del 63%.

Cruz & De La Cruz (2016). En su tesis titulada “Propuesta de un plan de negocios para implementar un restaurante de comida nikkei en la ciudad de Trujillo”, tuvo como finalidad elaborar una propuesta de un plan de negocio para implementar un restaurante de comida, en el cual la población de estudio en el año 2014, estuvo conformada por 642 729, en el que la muestra es de 384 por muestreo infinito. En el que se concluye que, se logró determinar el mercado objetivo, poseer una estructura administrativa en base a los requerimientos del negocio, por ende, el establecimiento del plan de operaciones.

Puente & Villarreal (2017) En su tesis titulada “Estudio para la elaboración de un hotel temático en base a la cultura loreana, ubicado en la ciudad de Iquitos – 2016”. Tuvo como objetivo conocer las prioridades de los excursionistas tanto nacionales como extranjeros al momento de escoger un hotel temático en Iquitos. En el que se concluye que, que los excursionistas tienden a hospedarse en hoteles ubicados frente al río, ya que transmiten tranquilidad y tienen una hermosa vista de la naturaleza. En cuanto al diseño, optan por diseños rústicos, que vaya de acorde a la temática de la Amazonía.

López (2017), en su tesis “Modelo de una propuesta para la inauguración de un parque temático en la ciudad de Cajamarca, fundamentada en la metodología del Project Management Institute”, tuvo como objetivo elaborar una propuesta para la elaboración de un parque temático, en el que se concluye se elaboró un plan basado en la metodología Project Management Body Of Knowledge, igualmente la guía de la creación del plan es en

función a PMBOK, cuyos procedimientos parten del inicio, unificación, ejecución, seguimiento, control y cierre. Por consecuencia, el plan de negocio turístico contribuye al incremento del flujo turístico.

1.2.3. A nivel Local

Carrasco (2015). En su tesis “Plan de negocio para la elaboración de una agrupación de tenis para personas de 4 a 14 años en la ciudad de Chiclayo”. Cuya metodología de investigación fue diseño no experimental transversal, en cuanto a la muestra estuvo compuesta por 378 personas. En el que se concluye, que es factible el plan de negocio, en la medida que el 88% de los menores practicaron tenis.

Cabrejos & Nanfuñay (2014). En su tesis “Plan de negocio para la creación de un centro del adulto mayor en la ciudad de Chiclayo”. Cuyo objetivo se basa en determinar la viabilidad para la elaboración de un plan de negocio para un centro del adulto mayor en Chiclayo. Cuya metodología fue prospectiva, en donde la población de estudio fue Chiclayo, La Victoria y JLO; de los segmentos A y B. Por lo tanto, la muestra de estudio fue 149 personas. En el que se concluye, que no existe una compañía que se dedique a este servicio, sin embargo, existen entidades de Essalud mayormente en Lima, el cual promueve mayor participación para el crecimiento personal a través de actividades artísticas, culturales, recreacionales entre otras.

Rivera & Ugaz (2015). En su tesis “Plan de negocio para la elaboración de una continuación de restaurantes de comida tipo rancho, situados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo para los distritos del departamento de Lambayeque: caso amapolas”, en el proceso de metodología se tuvo el análisis de la información recolectada, el cual fue no experimental transversal; en cuanto a la población que se trabajo fue con los 5 principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, del mismo sexo, con capacidad de pago, un público objetivo de 293 personas. Por lo que, los niveles socio económicos en estudio fueron D y E, en el que se concluye la viabilidad del mercado del proyecto, donde el 91% estuvieron dispuestos a comprar el producto que se venderían en la cadena de restaurantes, así mismo el 55% indican que pagarían s/ 5.00 soles por el desayuno, y el 75% pagarían por el almuerzo de s/6.00 soles.

Saavedra (2014). En su tesis “Plan de negocios para el diseño e implementación de un restaurante de comida nacional e internacional en la región Lambayeque”, La metodología de investigación fue descriptiva, así mismo el diseño fue no experimental; en cuanto a la muestra fueron 384 personas, cuyas edades oscilan entre los 25 a 50 años. En el que se concluye que, la viabilidad del negocio es positiva, ya que el 47% indica que si consumen comida nacional e internacional; por ende, existe un mercado para este rubro de negocio.

Samamé & Sosa (2015). En su tesis “Plan de negocio para establecer un restaurante café cultural en la ciudad de Chiclayo”. Donde se tuvo un mercado objetivo de 288 063 personas, tanto hombres como mujeres, con una tasa de incremento del 1.12% al año por cada 100 personas, según el INEI (2012), con una muestra de 150 ciudadanos. En el que se concluye que, en cuanto a la oferta no existe una competencia directa, puesto que no se cuenta con un Café Cultural en la ciudad de Chiclayo.

Silva (2016). En su tesis “Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida criolla en la ciudad de Jaén”. Para lo cual fue necesario emplear una encuesta, a raíz de la carencia de información pública en canales secundarios acerca de las preferencias y tendencias de consumo en este rubro, respecto a la metodología se tuvo una muestra de 118 personas, a través del método probabilístico con una población infinita. En el que se concluye, que tendrá una gran acogida por ser un servicio innovador, ya que es el primer restaurante de comida criolla en Jaén, ubicado en una zona estratégica, teniendo como ventaja contar con los mejores proveedores para brindar el mejor servicio.

Oliva & Zuazo (2016). En su tesis “Plan de negocio para la creación de un hotel temático en la ciudad de Lambayeque”. Donde se tuvo como población a dos grupos de estudio, los turistas y promociones de colegios, el cual estuvo compuesta por 843 445 personas que habitan en Lambayeque, con una muestra de 384 individuos. En el que se concluye que, el 76% de las personas se encontraron de acuerdo con la creación de un hotel temático que promueva la cultura Lambayeque, quienes estarían dispuestos a pagar 200 a 300 soles por noche.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Plan de negocio.

Se tiene entendido que para cada idea de negocio debe regir un plan de negocio diferente, en la medida que se disminuye el riesgo, por ende, el fracaso de aperturar un nuevo negocio. Por lo mencionado anteriormente, el plan de negocio es considerado un mecanismo esencial para el empresario, puesto que le posibilita tomar decisiones de inversión, a la vez contribuye a la obtención de inversionistas potenciales, en consecuencia, encaminar operaciones de la compañía una vez que inicien la apertura del negocio (Weinberger, 2009, p.40)

Un plan de negocio, se conceptualiza como una herramienta esencial y primordial para alcanzar el éxito, por lo que se dice que es un conjunto de actividades vinculadas entre sí, para el inicio de un negocio (Fleitman, 2000, p.31).

¿Qué es un plan de negocios?

Se define como plan de negocio a una carta de exhibición de la compañía, en el que se especifica los servicios y productos que oferta, además se cuenta con los componentes que participan en el desarrollo de las operaciones, por lo tanto, es clave tener en claro las fuentes de financiamiento, en la fase del planeamiento (Arbaiza, 2015, p.21)

Es un documento escrito de forma clara y precisa, plasmada en un plan de negocio; el cual es el resultado de la planeación. Por lo que, el plan de negocio es un medio para encaminar el negocio, que parte desde los objetivos planteados hasta su obtención (Weinberger, 2009, p. 33)

Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo, consiste en un breve argumento del plan de negocio, donde se muestran los resultados de los estudios elaborados para su ejecución. Por lo mencionado anteriormente, se busca generar interés en el lector, para lo que es indispensable centrar la idea del negocio (Arbaiza, 2015, p.27).

Se define como una descripción corta acerca de los puntos clave del plan de negocio, el cual es llamado resumen ejecutivo, por lo que se considera una de las partes más trascendentales. Ante ello, se debe proveer un panorama general de la finalidad del plan de

negocio, en el que se tiene en cuenta el perfil de la empresa, el producto o servicio que se oferta, el mercado objetivo, estrategias a seguir para la obtención de los objetivos. Por lo mencionado anteriormente, es necesario tener en claro los indicadores económicos y financieros del plan de negocio (Weinberger, 2009, p.44)

Descripción del negocio

Se enuncia como la presentación de la idea del negocio sobre la cual se trata de coberturar esa necesidad existente. En la que se estipula los por menores de los antecedentes y los motivos que hacen interesante al negocio, con la intención de generar mayor interés en el lector (Arbaiza, 2015, p.35)

En cuanto a determinar la probabilidad de crear una nueva compañía, inicia con la elaboración de la idea de negocio, que parte como resultados de los procedimientos que inician desde el análisis del entorno hasta las fortalezas (Weinberger, 2009, p. 47)

Misión

Es definido como un enunciado que recopila la identidad del negocio, cuyo rol es una carta de presentación, donde se detalla el rubro de la compañía, así como la descripción de las actividades de los encargados y acciones que van a realizar para cumplir a cabalidad los objetivos de la empresa (Arbaiza, 2015, p.86)

Visión

Es enunciado que parte del punto de vista de cómo se ve la compañía en el futuro, el cual es a mediano y largo plazo. En el que se tiene en cuenta las tendencias del mercado, el impacto de la tecnología, cambios económicos, preferencias de clientes y consumidores; por lo que se considera una estrategia que permite guiar las acciones para el logro de la obtención de los objetivos (Arbaiza, 2015, p.88)

Análisis del entorno

Es fundamental para el reconocimiento tanto de las oportunidades como de las amenazas, con la intención de prevenir tomar decisiones erradas; por lo que es oportuno realizar el análisis del entorno (Arbaiza, 2015, p.51).

Por ello, es imprescindible descubrir oportunidades, así mismo permite reconocer las amenazas del mercado para evitar el fracaso del negocio.

Recalca que el análisis del entorno, conlleva al estudio de los componentes económicos, sociales, político y legales, tecnológicos y ambientales (Weinberger, 2009, p. 51)

Planeación estratégica

Define a la planificación estratégica como la forma de implica anticiparse a ciertas situaciones inusuales que se originan desde el inicio de las acciones de la compañía, con la plena intención de resolverlas de forma exitosa; por ende, implica ser proactivos para poder anticiparse a las actividades a realizar por parte de los competidores (Arbaiza, 2015, p. 84)

Inicia con la vinculación de las variables, donde se obtiene las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, las cuales se identifican en el análisis del mercado (Weinberger, 2009, p. 64)

Plan de marketing

Contiene una serie de actividades que se encuentren alineadas con la estrategia de la compañía y direccionados a los productos o servicios que incursen en el mercado, con la finalidad de que la calidad y condiciones ofrecidas sigan siendo las mismas a corto y largo plazo (Arbaiza, 2015, p.109)

Se enuncia que el plan de marketing, inicia con la definición del segmento, público objetivo al cual se pretende llegar, así como el posicionamiento que la compañía desea llegar a alcanzar (Weinberger, 2009, p. 69)

Descripción del producto o servicio

Es un enunciado que contiene el diseño, peculiaridades, beneficios, calidad; así mismo implica calidad de los servicios complementarios, cantidad, disponibilidad y variedad de los productos y el servicio posventa (Weinberger, 2009, p.73)

Estrategia de precio

Se describe los precios de los productos o servicios a ofertar, igualmente se establecen las políticas de precio, el cual se basa en función a la estructura de costos, precios de la competencia, perspectiva de los clientes y resultados monetarios (Weinberger, 2009, p.73)

Estrategia de distribución o plaza

Es una de las estrategias denominadas estrategias de lugar, puesto que hace alusión a la manera de cómo llegar al consumidor final, por ende, es imprescindible conocer los canales de distribución (Weinberger, 2009, p.74)

Estrategia de promoción

Consiste en informar y dar a conocer el mercado objetivo acerca de los beneficios del producto o servicio, las cuales se basa en función a acciones de publicidad, marketing directo, cupones, sorteos, entre otros (Weinberger, 2009, p.76)

Estrategia de servicio al cliente o post venta

Se expone que esta estrategia, tuvo mayor presencia gracias a la globalización, sin embargo, hoy en día existen productos similares, siendo transcendental la diferenciación entre ambos (Weinberger, 2009, p.77)

Estrategia de posicionamiento

Es conocida por ser la estrategia, que permite posicionarse en la mente del consumidor por diferentes factores, por lo que es usual utilizar algunos componentes de la mezcla de marketing para alcanzar el posicionamiento, con ello dichas diferencias deben ser percibidas y recordadas con facilidad (Weinberger, 2009, p.77)

Plan de Operaciones

Es una herramienta que permite planificar las acciones que deben ejecutarse para el comienzo de la producción de bienes y servicios; es decir el procedimiento de producción involucra una cadena de operaciones que posibilitaran la obtención de los fines establecidos (Weinberger, 2009, p.78)

Diseño de la estructura y plan de recursos humanos

Es trascendental, la elaboración del plan de recursos humanos, el cual contiene el detalle de las funciones, cargos, organigrama, política y estrategias, entre otras; así mismo los colaboradores son componentes claves del éxito en una organización, por lo que tener un personal capacitado es una ventaja competitiva (p.89)

Plan Financiero

Es el paso final, que permite llegar a un análisis más profundo, ya que se elabora teniendo un consolidado de los planes elaborados anteriormente, teniendo en cuenta la variación del tiempo; igualmente se tienen que especificar los ingresos, costos, gastos a lo largo del tiempo; reflejado en estados financieros, y la rentabilidad del negocio (Weinberger, 2009, p.95)

Para conocer el importe necesario para iniciar un negocio, se tiene que elaborar el análisis económico y financiero, en consecuencia, se tiene los presupuestos destinados a la ejecución de los planes, así mismo se debe de elegir la mejor fuente de financiamiento que vaya acorde a la capacidad económica de la organización (Arbaiza, 2015, p.191)

Viabilidad del proyecto

Teniendo en cuenta los recursos económicos necesarios para poner en marcha un negocio, por ende, también se tendrá una rentabilidad esperada (Weinberger, 2009, p. 114)

1.4. Formulación Del Problema

¿Será viable la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura en el distrito de San José?

1.5. Justificación e importancia de la investigación

Según Gómez (2006) se justifica en función a diferentes factores como la convivencia, impacto social, implicancia práctica, el aporte o valor teórico y la metodológica.

1.5.1. Justificación teórica:

Basada en la teórica de Weinberger (2009), se debe de fundamentar en información recopilada de las fuentes secundarias, así como de las áreas de marketing, finanzas, gestión empresarial, entre otras.

1.5.2. Justificación práctica:

Este plan de negocio se desarrollará con el fin de beneficiar a todos los individuos que radican en el distrito de San Jose ya que carece de un centro recreacional campestres y de turismo de aventura, por lo que es una gran oportunidad para el crecimiento del turismo en el Perú (Weinberger, 2009)

1.5.3. Justificación metodológica:

El estudio de la investigación se basó en el análisis descriptivo y método cuantitativo mediante las encuestas a los pobladores de la zona.

1.5.4. Justificación social e importancia:

Se justifica en incentivar el cuidado de la naturaleza y de centros turísticos, así como la cultura de cada distrito, por lo que se debe mantener una ambiente limpio y seguro.

1.6.Hipótesis

Hi: Es viable la creación y funcionamiento para un centro campestre y recreacional y de turismo de aventura en el distrito de San José

1.7.Objetivos de la investigación

1.7.1. Objetivo General

Proponer un plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional de turismo de aventura El rancho de Gallito, Chiclayo 2018

1.7.2. Objetivos específicos

Analizar la situación actual del entorno en Gallito para la implementación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura.

Diseñar un plan estratégico para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura.

Determinar la viabilidad de el plan de negocio para la creación de un centro Campestre recreacional y de turismo de aventura.

CAPITULO II
MATERIAL Y METODO

II. MATERIAL Y METODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación.

2.1.1. Tipo de investigación

Cuantitativa

Según Tamayo (2007), se fundamenta en una serie de hipótesis, para lo cual es necesario tener una muestra, la cual puede ser aleatoria o discriminada, sin embargo, esta es representativa de la población o fenómeno de estudio.

2.1.2. Diseño no experimental

El estudio fue direccionado a un mercado selectivo, donde se describió la realidad actual del mercado, por lo tanto, Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionaron que el diseño no experimental consiste en observar fenómenos en su forma natural, para seguidamente poder analizarlos (p. 149).

Descriptiva

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 102), definieron a la metodología descriptiva como el estudio donde se busca describir las peculiaridades, ya que su única intención es recopilar la información de forma independiente acerca de los variables en estudio.

Propositiva

Según, Hernández, Fernández y Baptista (2014), es propositiva porque se presentará una propuesta para poder ejecutar el plan de negocio.

Donde el siguiente modelo es:



En donde:

M = Representa la muestra de estudio.

O = Analiza la Percepción del mercado

P = Plan de Negocios.

2.2. Población y muestra

Población

Según Tamayo (2012) infiere que la población el conjunto de individuos en estudio, las cuales se cuantifican en un conjunto N que pertenecen a un número de personas que se caracterizan por algo en particular.

La población o el universo que será estudiada y analizada son las personas que viven en el distrito de San José, en edades de trabajar a partir de los 14 a 50 años de edad.

El total de la muestra a encuestar es de 384 personas.

Tabla 1 Total en edad de trabajar de la Población del distrito de San José

Según el censo 2007 en el distrito de San José la población es de 12078 personas.

CUADRO N° 2: POBLACIÓN TOTAL, POR GRANDES GRUPOS DE EDAD, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA, ÁREA URBANA Y RURAL, SEXO Y TIPO DE VIVIENDA

DEPARTAMENTO, PROVINCIA, ÁREA URBANA Y RURAL, SEXO Y TIPO DE VIVIENDA	TOTAL	GRANDES GRUPOS DE EDAD					
		MENOS DE	1 A 14 AÑOS	15 A 29 AÑOS	30 A 44 AÑOS	45 A 64 AÑOS	65 A MÁS AÑOS
		1 AÑO	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS
Distrito SAN JOSE (000)	12078	310	4079	3458	2300	1449	482
Hombres (001)	5891	153	2040	1661	1083	715	239
Mujeres (002)	6187	157	2039	1797	1217	734	243
Viviendas particulares (003)	12078	310	4079	3458	2300	1449	482
Hombres (004)	5891	153	2040	1661	1083	715	239

Mujeres (005)	6187	157	2039	1797	1217	734	243
URBANA (012)	10781	287	3635	3052	2078	1296	433
Hombres (013)	5214	140	1808	1453	968	630	215
Mujeres (014)	5567	147	1827	1599	1110	666	218
Viviendas particulares (015)	10781	287	3635	3052	2078	1296	433
Hombres (016)	5214	140	1808	1453	968	630	215
Mujeres (017)	5567	147	1827	1599	1110	666	218
RURAL (024)							
RURAL (024)	1297	23	444	406	222	153	49
Hombres (025)	677	13	232	208	115	85	24
Mujeres (026)	620	10	212	198	107	68	25
Viviendas particulares (027)	1297	23	444	406	222	153	49
Hombres (028)	677	13	232	208	115	85	24
Mujeres (029)	620	10	212	198	107	68	25

Fuente: Censo 2007

2.2.1 Muestra

La muestra es un subconjunto de individuos acerca del cual se recopilará información trascendental (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, p. 173).

Población:

$N = 12078$ (número de personas)

$Z =$ Nivel de confianza equivalente 95% = 1.96

$p =$ Probabilidad de aceptación que toma el valor de 0.5

$q =$ Probabilidad de rechazo que toma el valor de 0.5

e = Error de estimación = 0.5

n =384

Para calcular el número de encuestas tenemos:

n =384

2.3. Operacionalización de variables

Tabla 2 Variable plan de negocio

Variable	Dimensión	Indicador	Instrumento	
Plan de Negocio	Análisis del Entorno	Clientes		
		Competidores		
		Servicio		
	Plan de Marketing		Plaza	
			Promoción	Encuesta//Cuestionario
			Precio	
		Pla operativo	Proceso	

Plan Organizacional

Personal

Plan financiero

Indicadores VAN y TIR

Fuente: Elaboración propia

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas de recolección de datos

Es una técnica de la recopilación de datos, sirve para registrar datos e información sobre las variables a investigar. Es una forma de capturar de manera real los hechos, fenómenos o acontecimientos de la realidad (Hernández & et al., 2014,) (p. 199).

La encuesta, la cual será aplicada a los pobladores del distrito de San José en edades de trabajar de 14 a 50 años.

Tabla 3 Validación de expertos

Total de preguntas a validar 22			
EXPERTOS	TA	TD	COEFICIENTE
Experto uno	22/22		1
Experto dos	22/22		1
Experto tres	22/22		1
			3/3
Total			1

Fuente: expertos, elaborado propio

La Encuesta

Contiene una serie de preguntas sobre el estudio de la investigación, con la intención de obtener resultados cuantitativos de las particularidades de forma objetiva y subjetiva sobre la población (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2010)

Instrumento:

Se utilizó un cuestionario, cuya estructura quedarán registradas las respuestas por el encuestado.

Tabla 4 Alfa de Cronbach de los pobladores de San José

Alfa de Cronbach	N de elementos
,670	22

Fuente: *Análisis de datos del cuestionario en SPSS*

Confiabilidad

Se basa en la validez de un instrumento, cuyo estudio se cimenta en el grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir, además la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. (Welch & Comer, 1988)

2.5.Procedimiento de análisis de datos

En cuanto al procedimiento de los datos, la información fue obtenida a través de un cuestionario aplicado a la muestra, con la intención de obtener información precisa para la investigación. Por lo tanto, dicho análisis posee términos porcentuales, frecuencias, representados en gráficos y tablas. Además, el proceso de datos obtenidos en las encuestas se llevó a cabo mediante programa estadístico SPSS versión 24 y el Microsoft Excel.

2.6.Aspectos éticos

En función a los puntos éticos, se ha considerado los siguientes puntos:

Confidencialidad, a los encuestados se les hizo saber que la información brindada es de carácter confidencial y anónimo.

Observación participativa, se les brindó libertad de respuestas y posibles comentarios.

CAPITULO III

RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

Tabla 5 Frecuencia del género de los pobladores del distrito de San José

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Femenino	128	33.33	33.33	33.33
Masculino	256	66.67	66.67	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

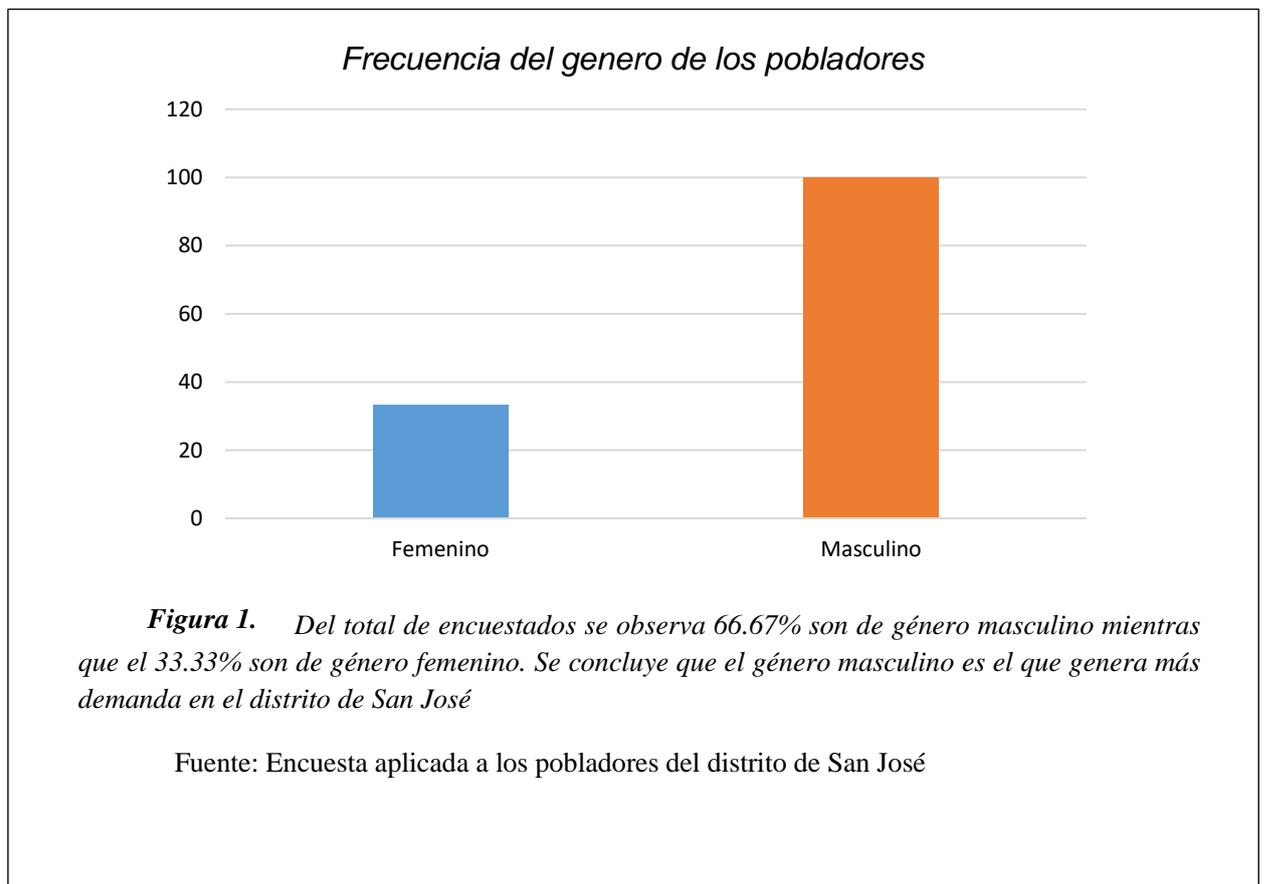


Tabla 6 Frecuencia de visita a un centro recreativo

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diario	0	0.0	0.00	0.0
Inter diario	0	0.0	0.0	0.0
Fin de semana	256	66.7	66.7	66.7
Mensual	128	33.3	33.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

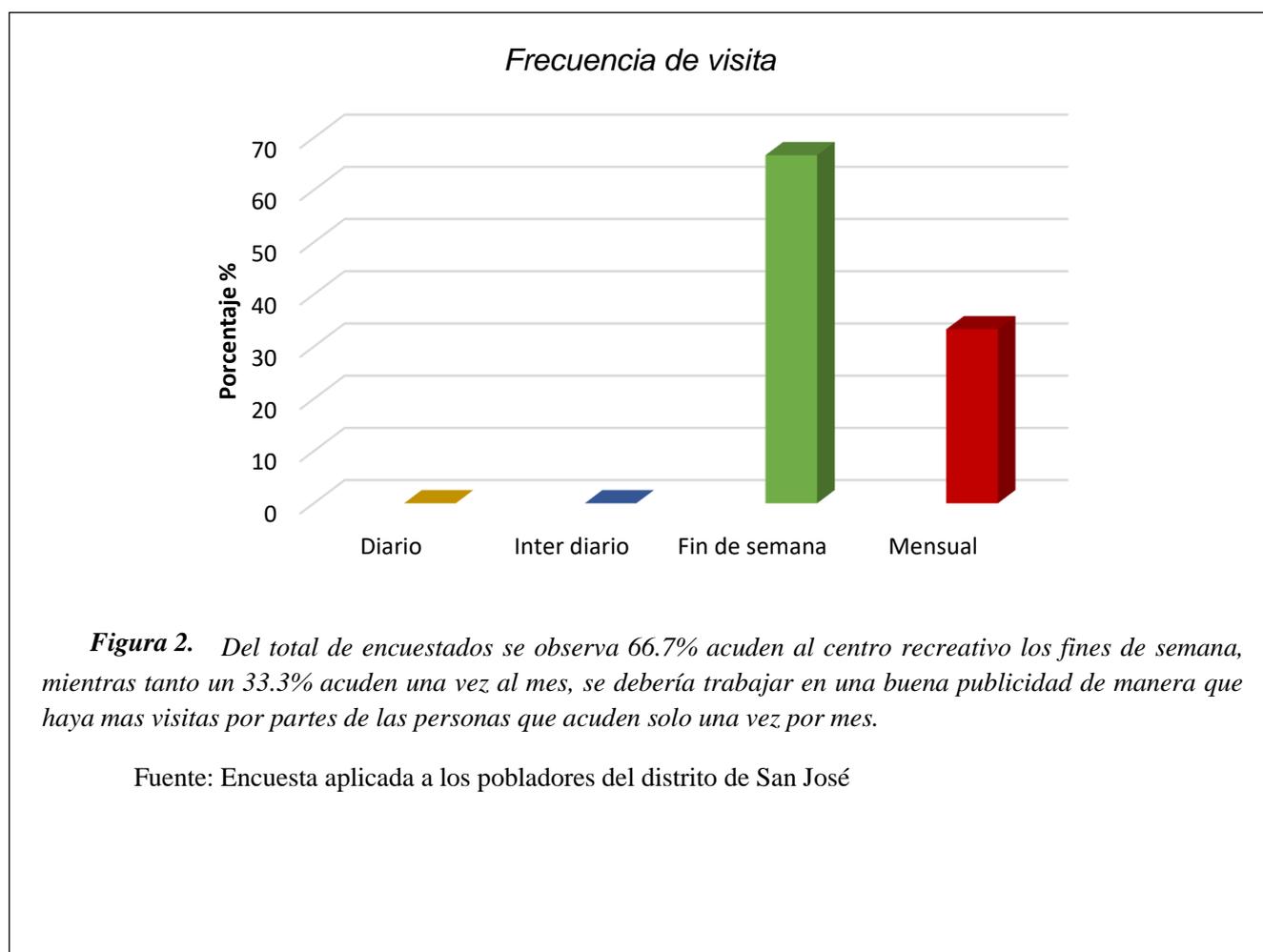


Figura 2. *Del total de encuestados se observa 66.7% acuden al centro recreativo los fines de semana, mientras tanto un 33.3% acuden una vez al mes, se debería trabajar en una buena publicidad de manera que haya mas visitas por partes de las personas que acuden solo una vez por mes.*

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 7 Horario de visita

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
8:00 am – 11:00 am	248	64.6	64.6	64.6
12:00 pm – 15:00 pm	86	22.4	22.4	87.0
15:00 pm – 18:00 pm	50	13.0	13.0	100.0
18:00 pm – 21:00 pm	0	0.0	0.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

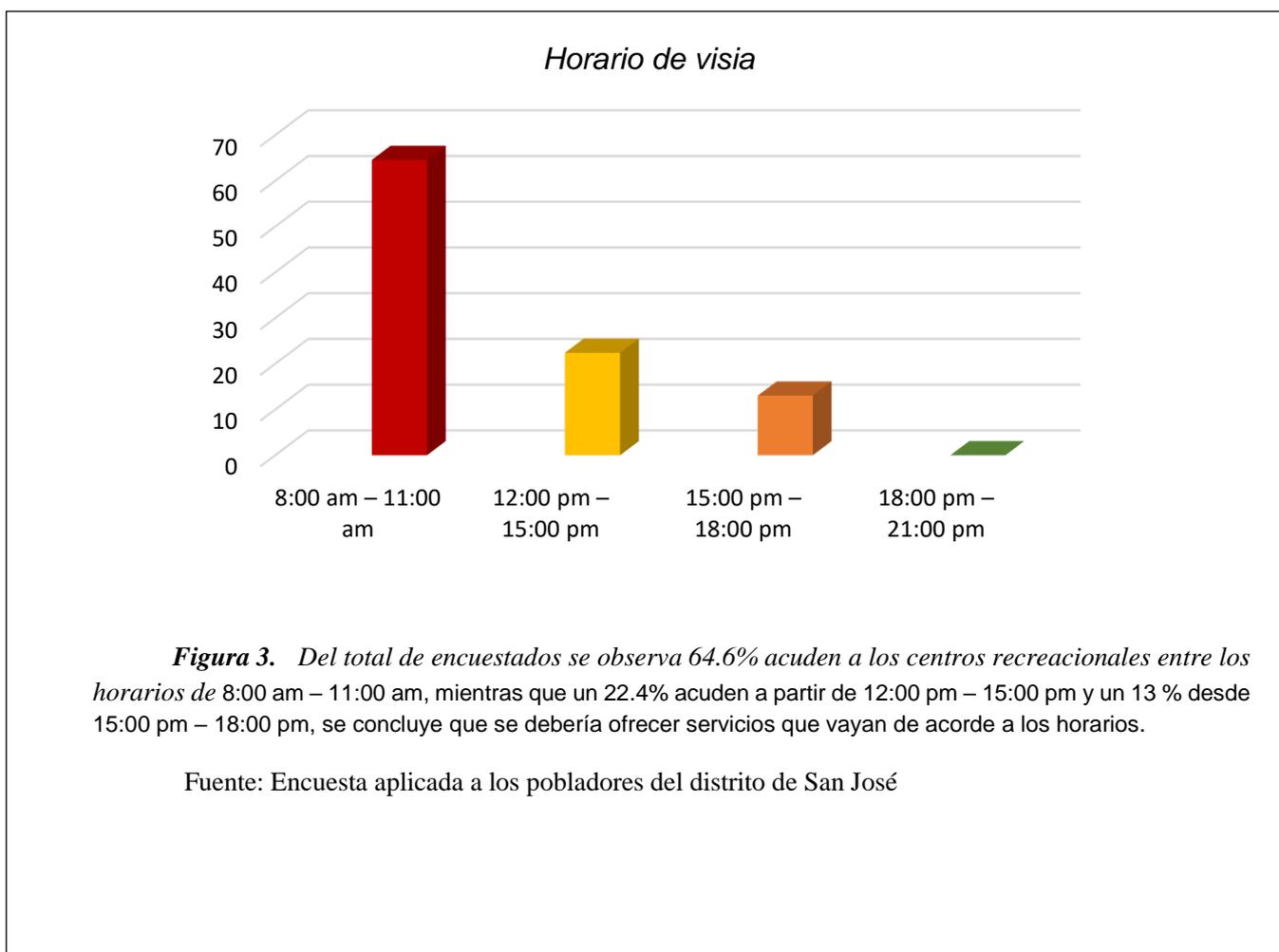


Tabla 8 Con quien visita centros recreacionales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Solo	26	6.8	6.8	6.8
Con un amigo	68	17.7	17.7	24.5
Compañeros de trabajo	85	22.1	22.1	46.6
Novio/a	58	15.1	15.1	61.7
Familia	147	38.3	38.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

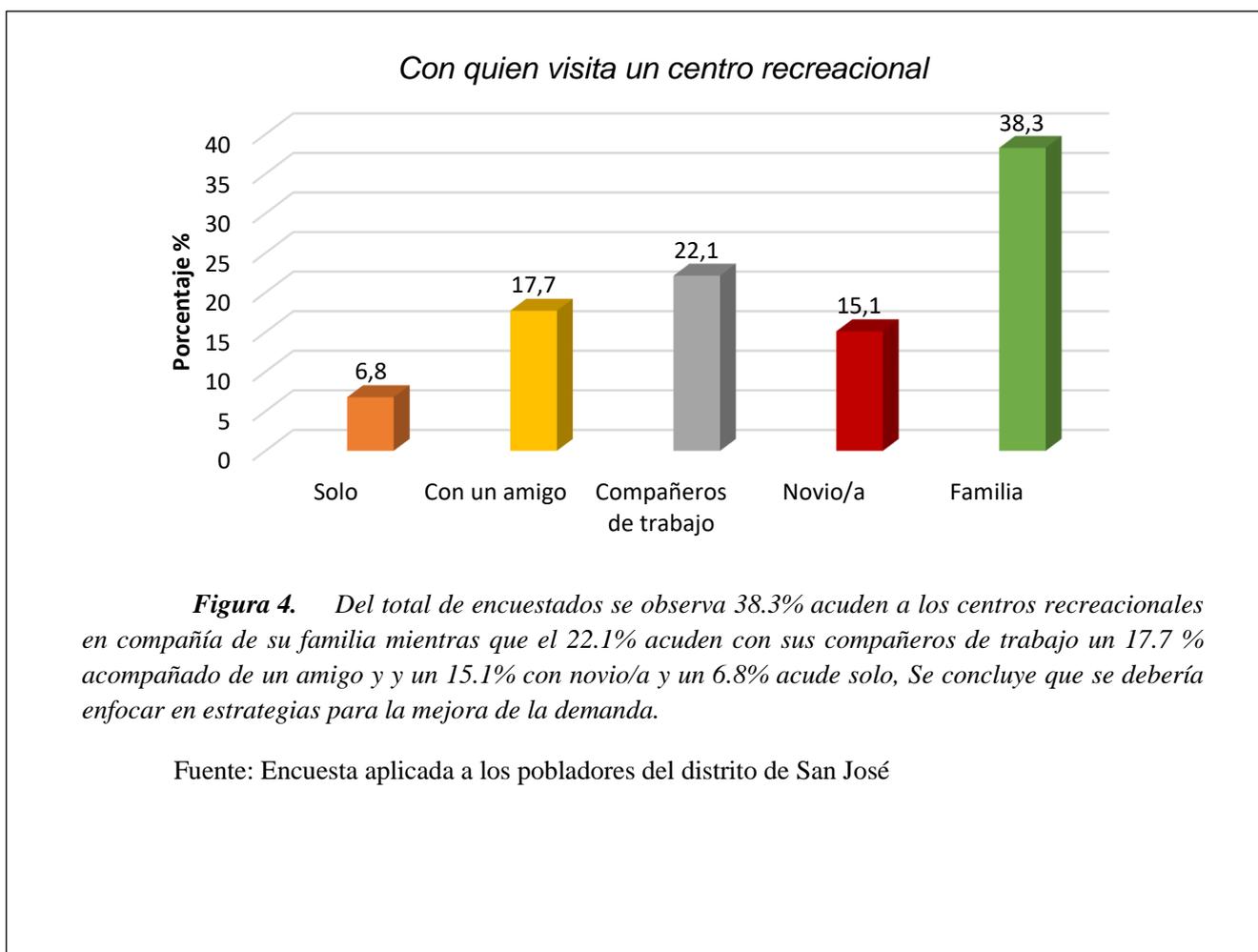


Tabla 9 Nivel de ingreso

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 500	43	11.2	11.2	11.2
500 a 1000	67	17.4	17.4	28.6
1000 a 2000	77	20.1	20.1	48.7
2000 a 3000	79	20.6	20.6	49.2
3000 a 5000	55	14.3	14.3	63.0
5000 a mas	63	16.4	16.4	79.4
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

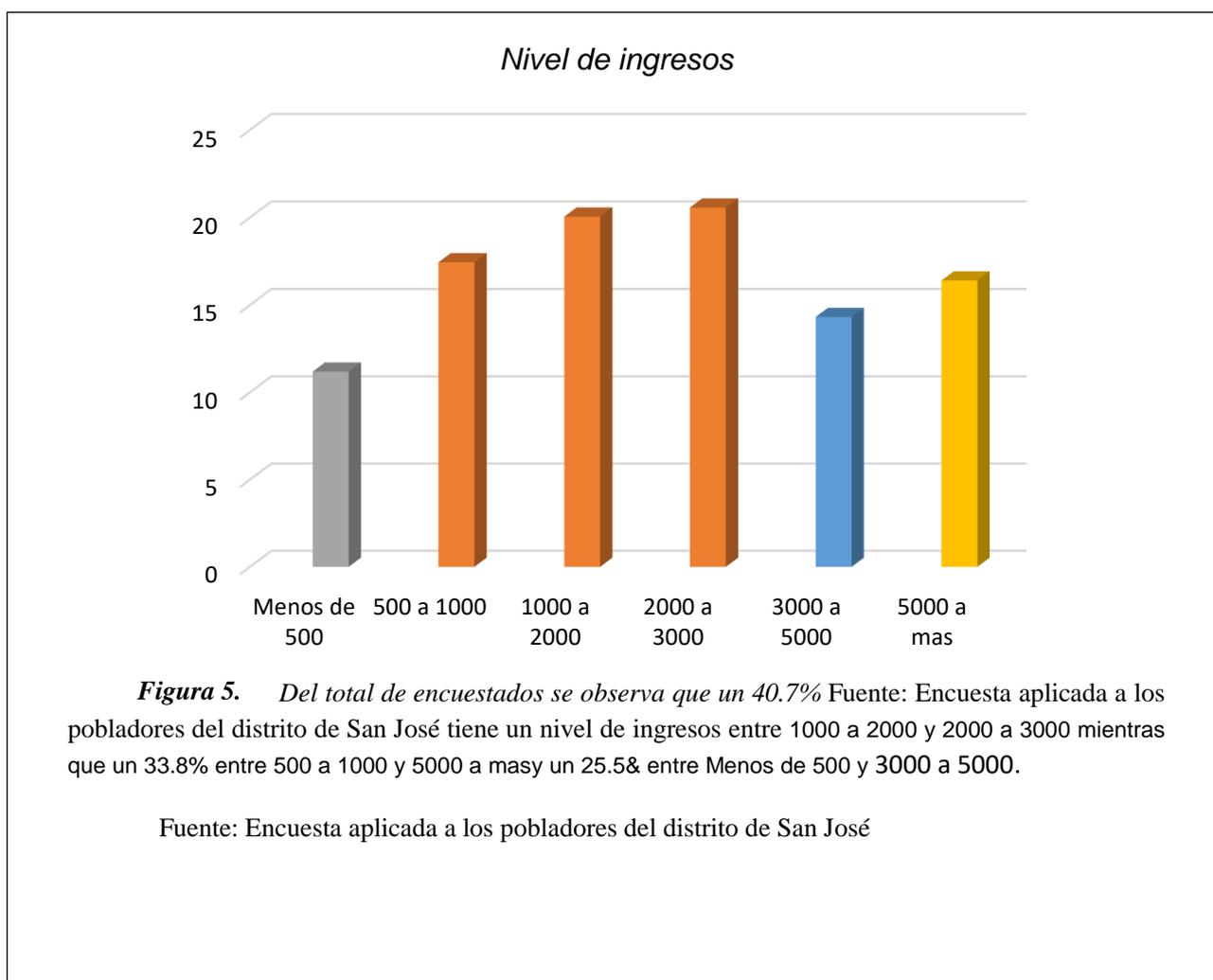


Tabla 10. Nivel de ocupación

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desempleado	18	6.3	6.3	6.3
Empleado dependiente	198	69.7	69.7	76.1
Independiente	55	19.4	19.4	95.4
Empresario	13	4.6	4.6	100.0
Total	284	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

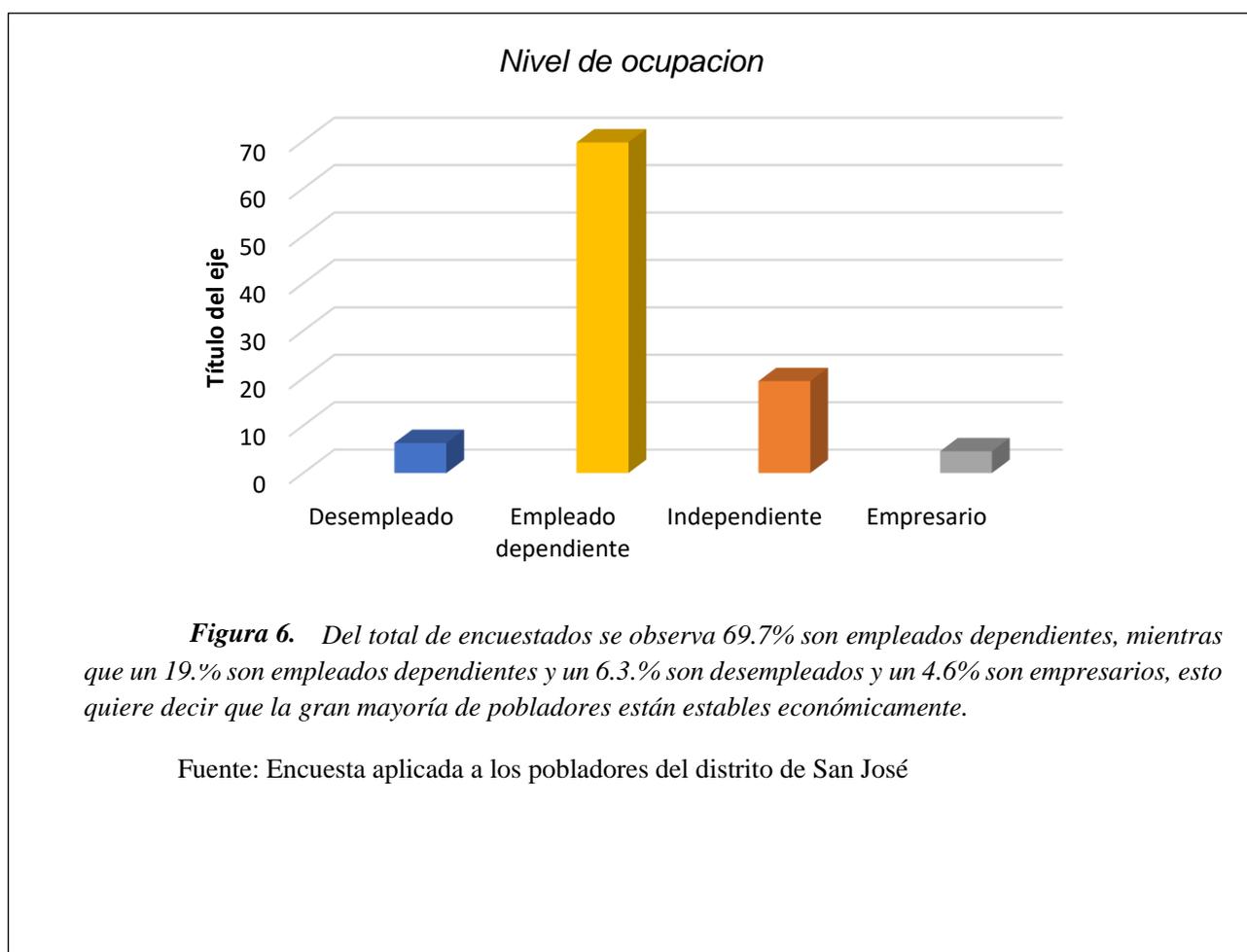


Figura 6. Del total de encuestados se observa 69.7% son empleados dependientes, mientras que un 19.% son empleados independientes y un 6.3.% son desempleados y un 4.6% son empresarios, esto quiere decir que la gran mayoría de pobladores están estables económicamente.

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 11 Promedio que gasta en un centro recreacional

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 50	45	11.7	11.7	11.7
50	95	24.7	24.7	36.5
50 a 100	111	28.9	28.9	65.4
100 a 200	97	25.3	25.3	90.6
200 a mas	36	9.4	9.4	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

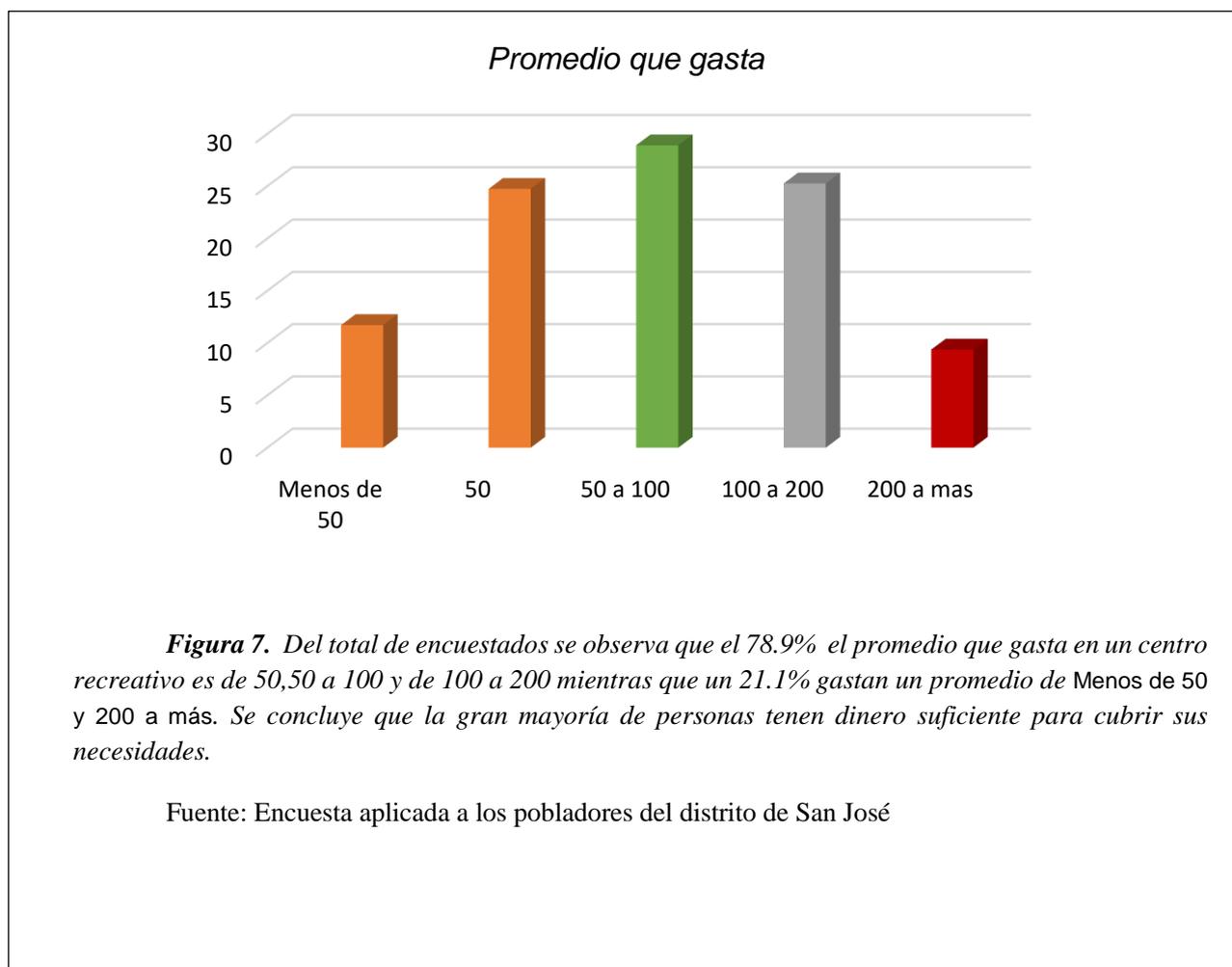


Tabla 12 Nivel de aceptación para la apertura de un centro recreacional

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	378	98.4	98.4	98.4
No	6	1.6	1.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

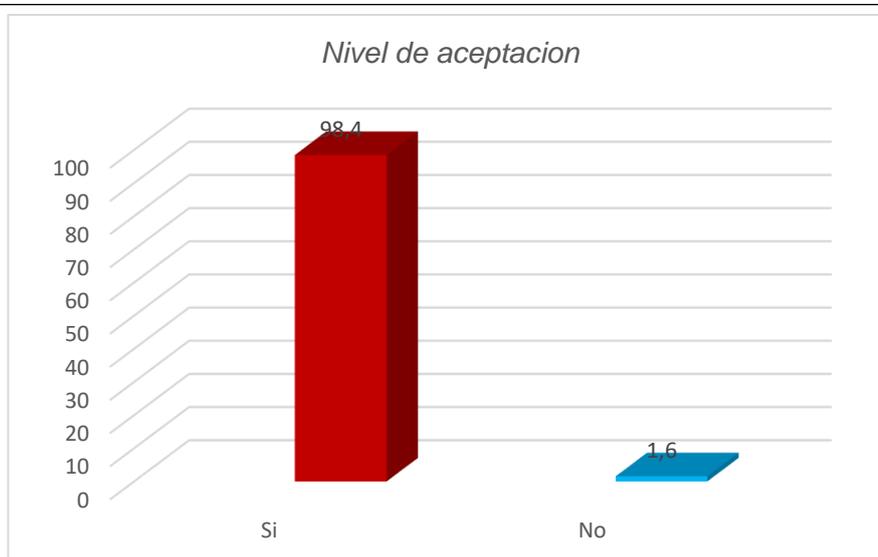


Figura 8. Del total de encuestados se observa 98.4% indicaron que les gustaba la idea de aperturar un centro campestre recreacional en el distrito de San José, y solo 1.6% indicaron lo contrario. Se concluye que la creación del proyecto es de gran aceptación .

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 13 Calificación que brinda la seguridad de los centros recreacionales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	85	22.1	22.1	22.1
Malo	89	23.2	23.2	45.3
Regular	153	39.8	39.8	85.2
Muy bueno	35	9.1	9.1	94.3
Muy malo	22	5.7	5.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

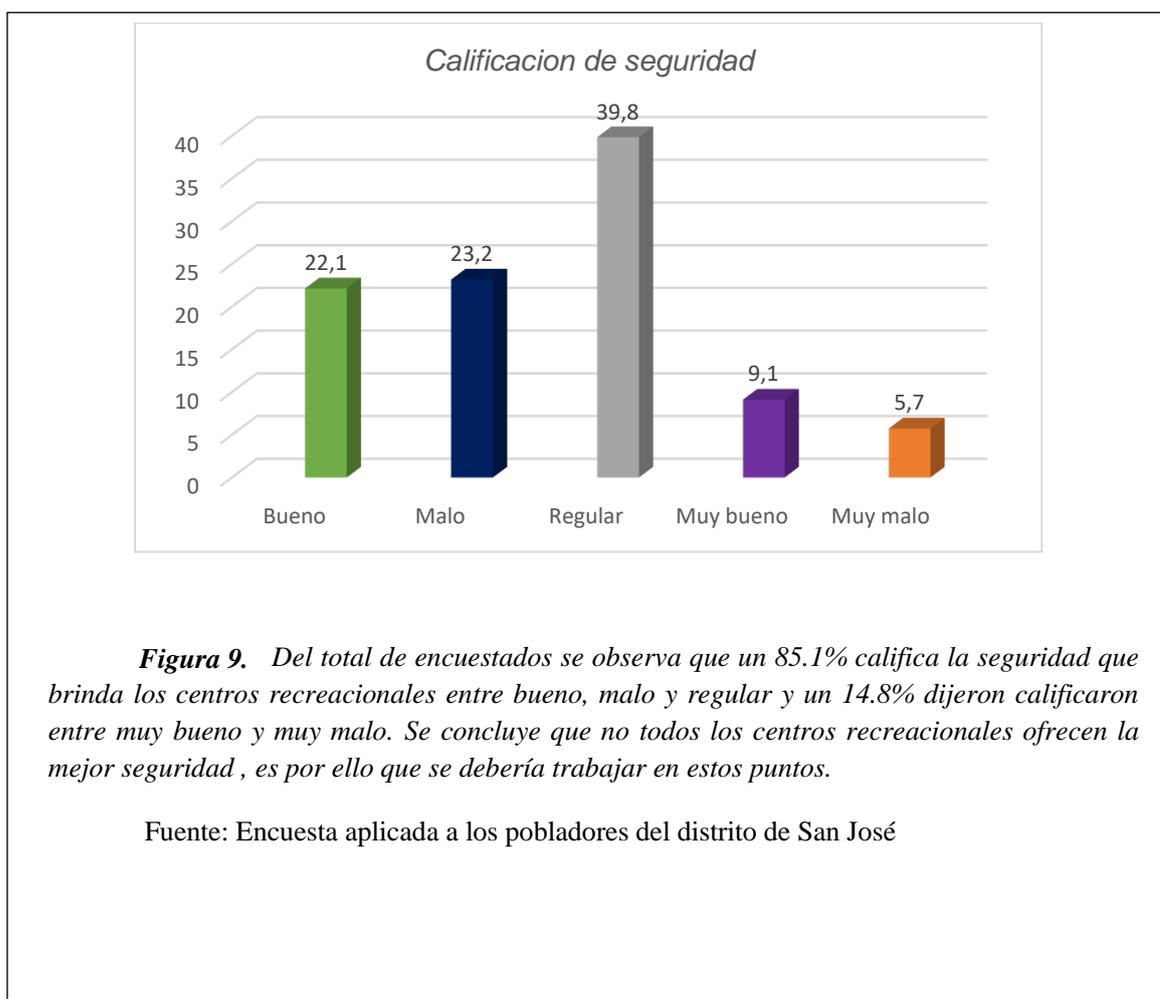


Figura 9. Del total de encuestados se observa que un 85.1% califica la seguridad que brinda los centros recreacionales entre bueno, malo y regular y un 14.8% dijeron calificaron entre muy bueno y muy malo. Se concluye que no todos los centros recreacionales ofrecen la mejor seguridad, es por ello que se debería trabajar en estos puntos.

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 14 Calificación de los servicios que ofrece los servicios recreacionales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	145	37.8	37.8	37.8
Malo	58	15.1	15.1	52.9
Regular	130	33.9	33.9	86.7
Muy bueno	36	9.4	9.4	96.1
Muy malo	15	3.9	3.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

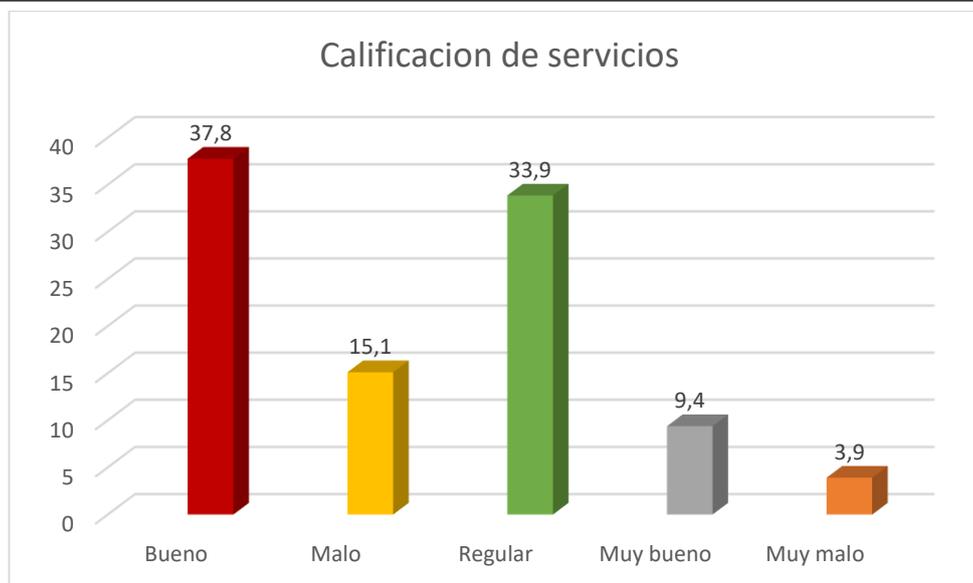


Figura 10. Del total de encuestados se observa 86.6% califican a los servicios que brinda los centros recreacionales entre bueno, malo y regular y un 13.13% lo califica entre muy bueno y muy malo. Se concluye que se debería crear estrategias con el fin de brindar siempre un buen servicio.

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 15. Razón por la cual acude a un centro recreacional

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Comida	95	24.7	24.7	24.7
Piscinas	87	22.7	22.7	47.4
Juegos deportivos	58	15.1	15.1	62.5
Bailar	55	14.3	14.3	76.8
Mini Zoológico	84	21.9	21.9	98.7
Otros	5	1.3	1.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

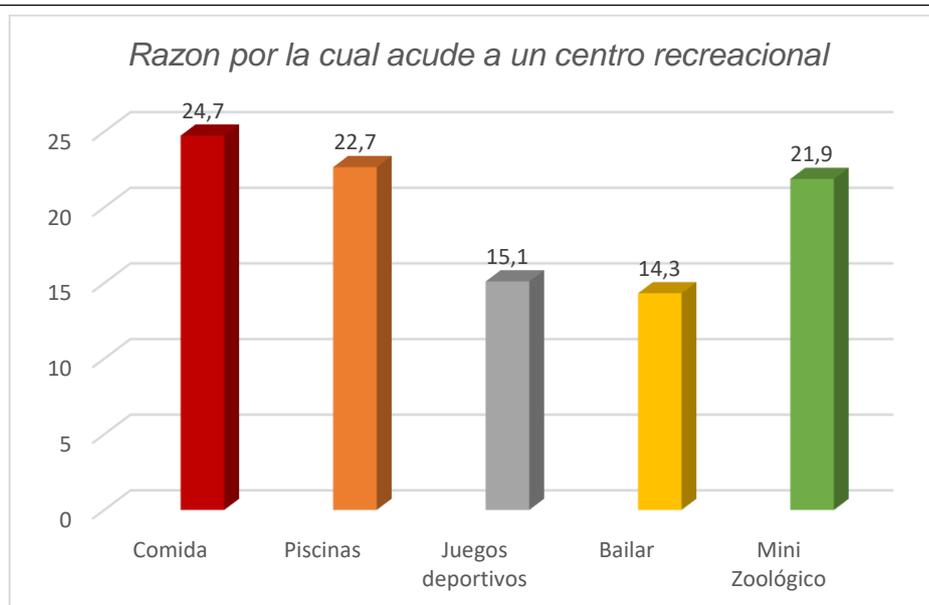


Figura 11. Del total de encuestados se observa un 69.3% que la razón por la cual acuden a un centro recreacional es por disfrutar la comida, por las piscinas, y un mini zoológico, mientras que un 29.4% acuden por los juegos deportivos y por bailar .

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 16 Servicios adicionales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Paseo a caballo	74	19.3	19.3	19.3
Paseo de cuatrimotor	89	23.2	23.2	42.4
Bungalows	97	25.3	25.3	67.7
Mini acuario	35	9.1	9.1	76.8
Salón de eventos sociales	89	23.2	23.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

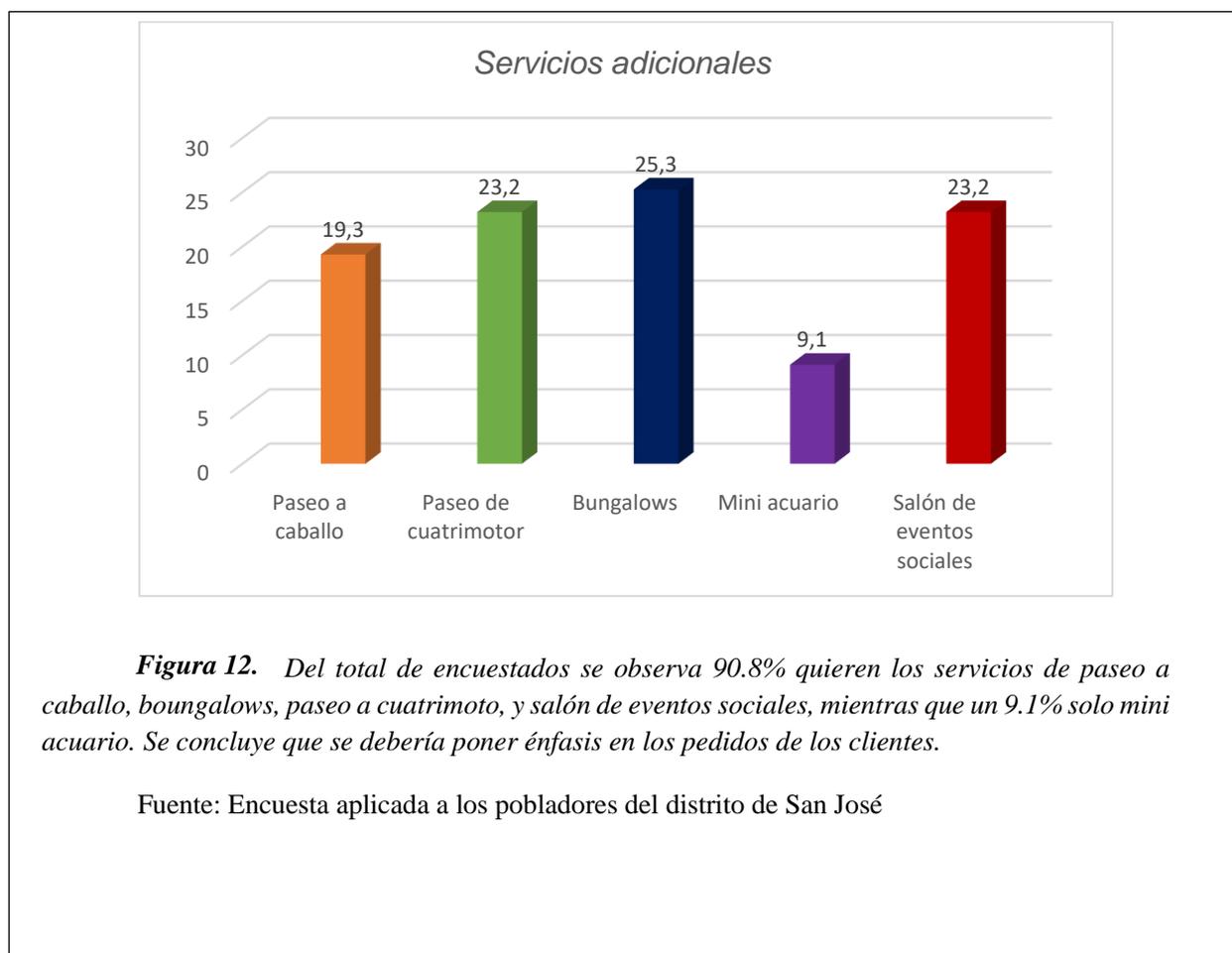


Figura 12. Del total de encuestados se observa 90.8% quieren los servicios de paseo a caballo, bungalows, paseo a cuatrimoto, y salón de eventos sociales, mientras que un 9.1% solo mini acuario. Se concluye que se debería poner énfasis en los pedidos de los clientes.

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 17. Visitaría usted un centro recreacional si estuviera a 20 min de San José

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	384	100.0	100.0	100.0
No	0	0.0	0.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

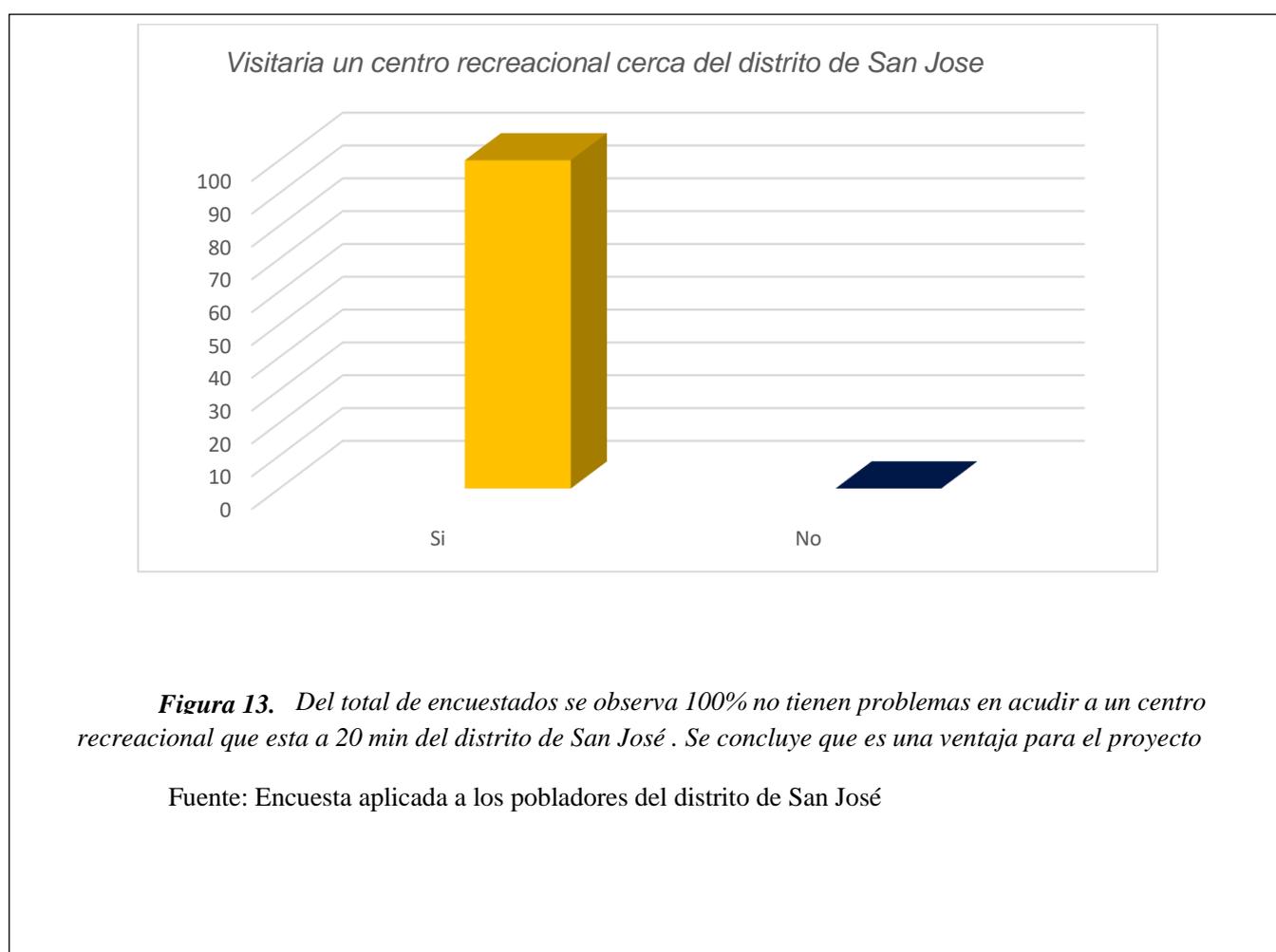


Figura 13. Del total de encuestados se observa 100% no tienen problemas en acudir a un centro recreacional que esta a 20 min del distrito de San José . Se concluye que es una ventaja para el proyecto

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 18. Estilo de la infraestructura

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderno (tradicional)	77	20.1	20.1	20.1
Rustico	138	35.9	35.9	56.0
Tipo Rancho	132	34.4	34.4	90.4
Otros	37	9.6	9.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

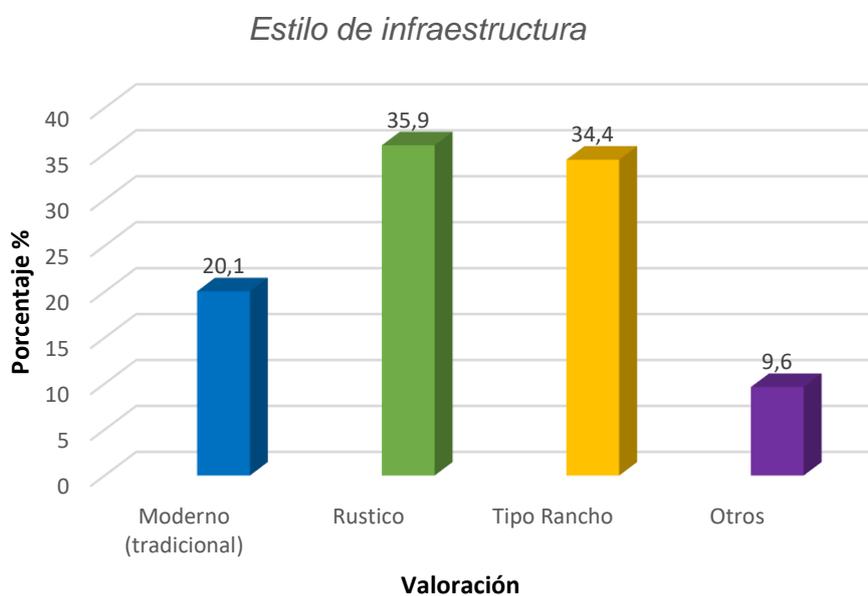


Figura 14. Del total de encuestados se observa 90.4% se inclinaron entre moderno(tradicional), tipo rancho, rustico.

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 19 Aspecto interno más llamativo

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
El diseño del ambiente	130	33.9	33.9	33.9
Atención personalizada	74	19.3	19.3	53.1
Música	48	12.5	12.5	65.6
Comida	121	31.5	31.5	97.1
Otros	11	2.9	2.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

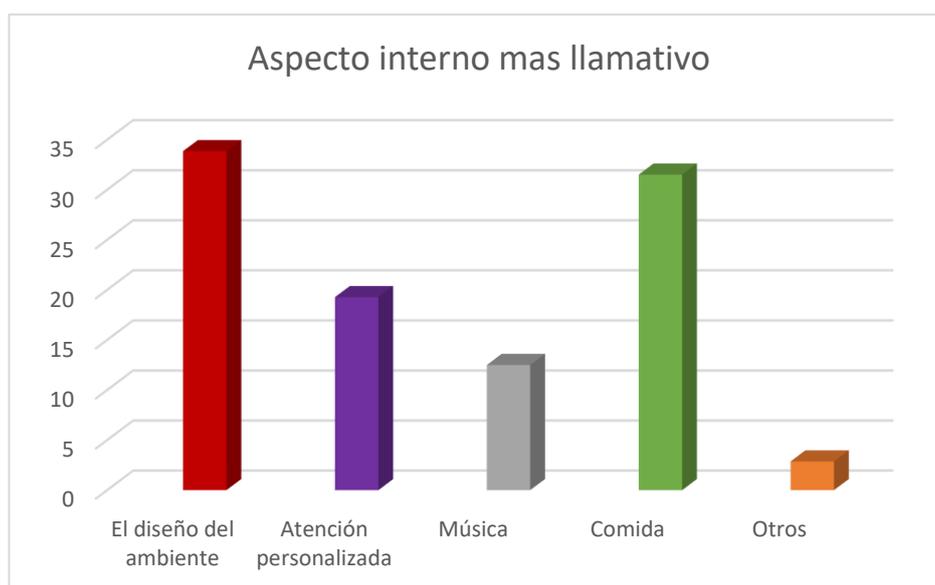


Figura 15. Del total de encuestados se observa 84.7% indicaron que lo que más les llama la atención en el aspecto interno de un centro recreacional es el diseño del ambiente, la comida y la atención personalizada, mientras que un 15.% se inclinaron por música y otros factores..

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 20 Medio por el cual desearía mantenerse informado

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Redes sociales	181	47.1	47.1	47.1
Correo electrónico	12	3.1	3.1	50.3
Televisión	7	1.8	1.8	52.1
Radio	168	43.8	43.8	95.8
Volantes	16	4.2	4.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

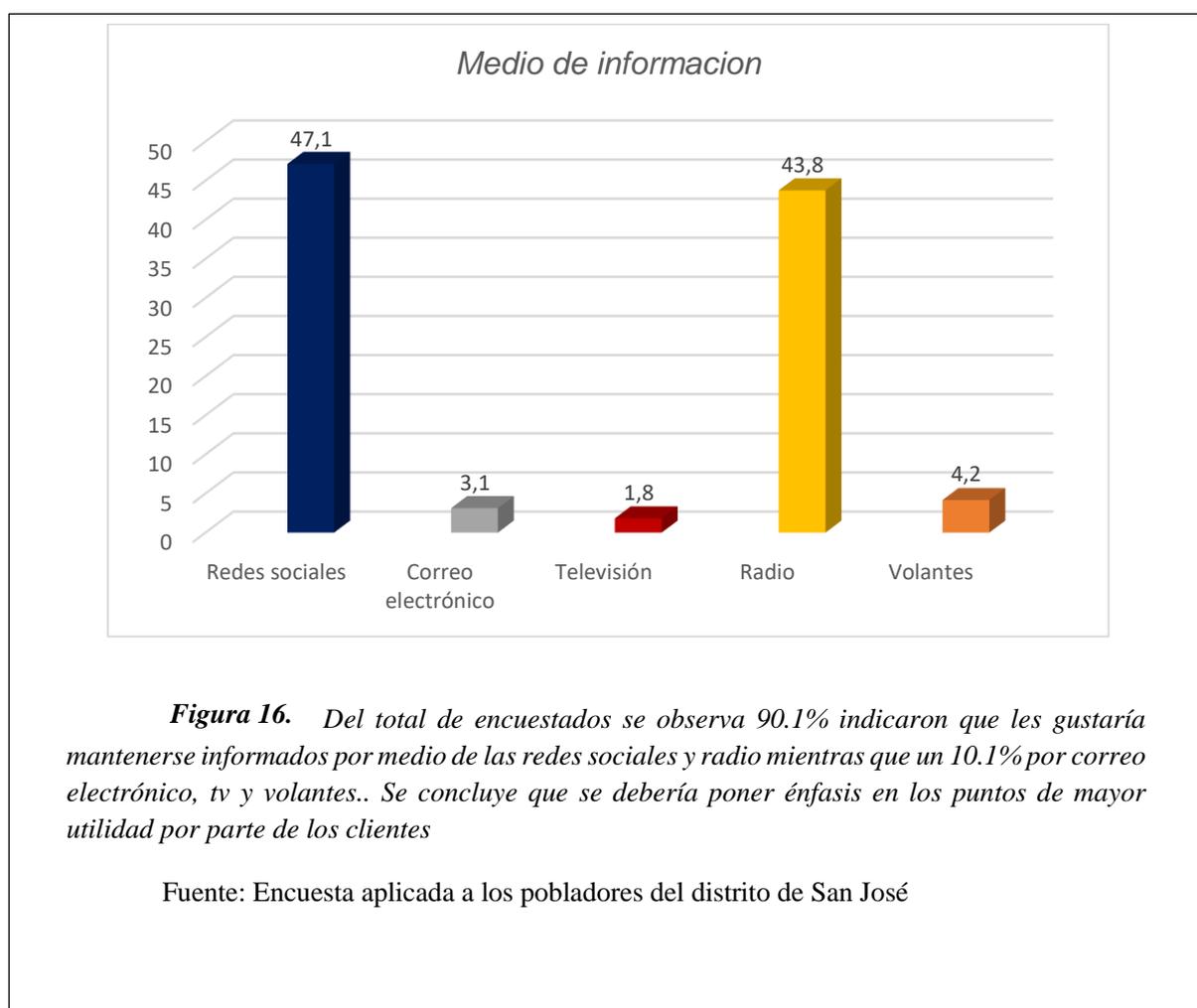


Tabla 21 Tipo de promociones

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Descuentos	98	25.5	25.5	25.5
Vales de consumo	110	28.6	28.6	54.2
Servicio gratis por onomástico	99	25.8	25.8	79.9
Sesión de fotos gratis	77	20.1	20.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José



Figura 17. Del total de encuestados se observa que el 28% prefiere promociones como vales de consumo un 50% le gustaría recibir promociones por descuentos y onomástico mientras que el 20.1% sesión de fotos gratis .

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 22 Tipo de beneficio

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Derecho a un piqueo	258	67.2	67.2	67.2
Derecho a la entrada siguiente con 50 % de dcto	99	25.8	25.8	93.0
Indiferente	27	7.0	7.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

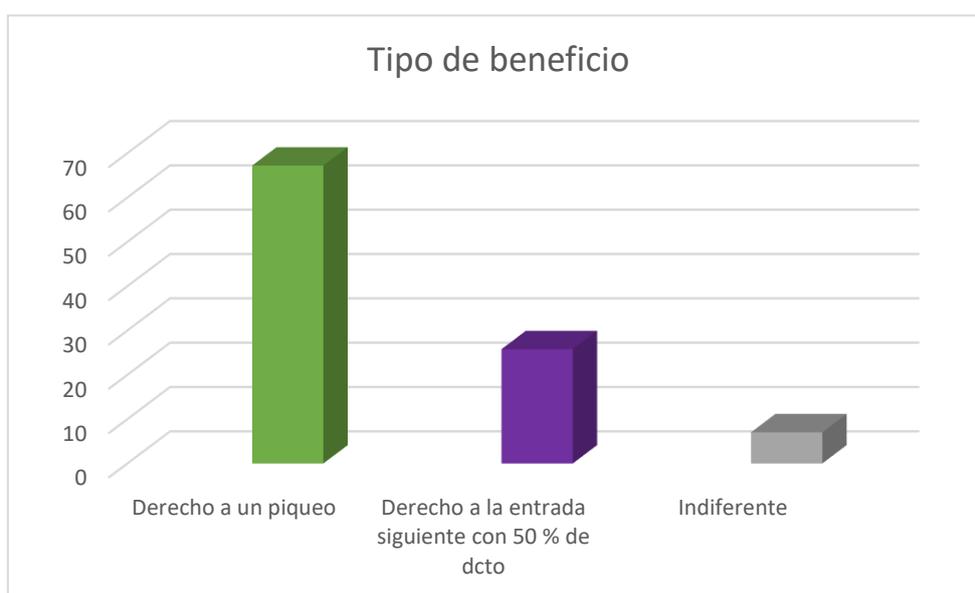


Figura 18. Del total de encuestados se observa 93% indicaron que le gustaría recibir un beneficio por su ticket de entrada Derecho a la entrada siguiente con 50 % de dcto y Derecho a un piqueo y un 7 % no le interesa.,

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 23 Costo promedio que paga por el ingreso a un centro recreacional.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
S/.10.00	169	44.0	44.0	44.0
S/.15.00	156	40.6	40.6	84.6
S/.20.00	59	15.4	15.4	100.0
S/.25.00	0	0.0	0.0	100.0
S/ MÁS DE .25.00	0	0.0	0.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

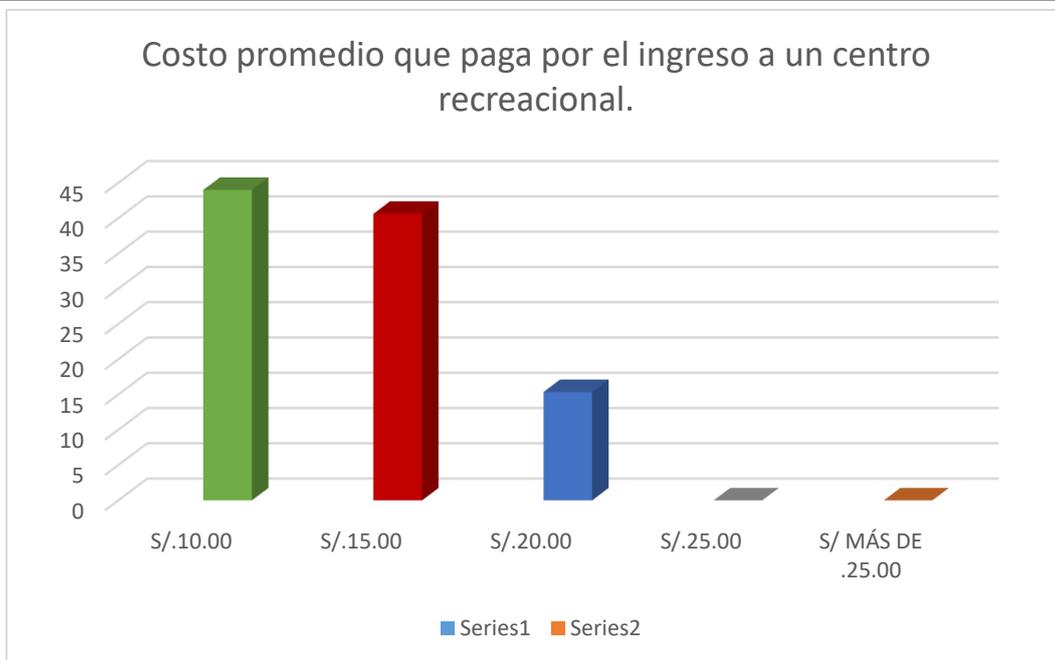


Figura 19. Del total de encuestados se observa 84.6% que el promedio que gasta para el ingreso de un centro recreacional esta entre 10.15 y 20 soles.

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 24 Calificación de precios de entradas

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	93	24.2	24.2	24.2
Malo	80	20.8	20.8	45.1
Regular	97	25.3	25.3	70.3
Muy bueno	58	15.1	15.1	85.4
Muy malo	56	14.6	14.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

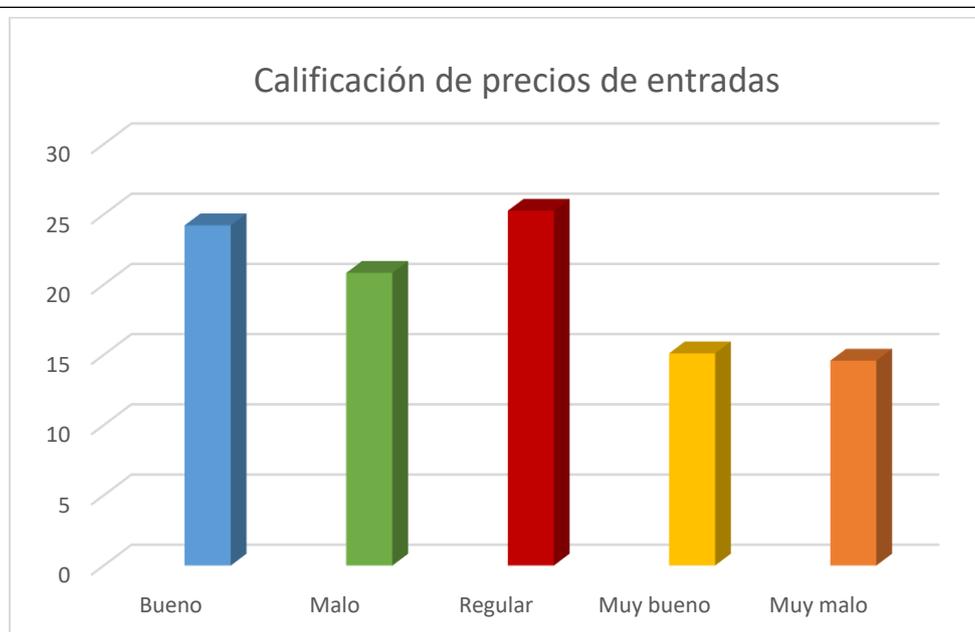


Figura 20. Del total de encuestados se observa 70.3% calificaron los precios de las entradas a los centros recreacionales como bueno, malo y regular mientras que un 29.7% entre muy buen y muy malo..

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 25 Disponibilidad a pagar por el ingreso a un centro recreacional

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
S/.05.00	86	22.4	22.4	22.4
S/.10.00	148	38.5	38.5	60.9
S/.15.00	89	23.2	23.2	84.1
S/.20.00	48	12.5	12.5	96.6
Más de S/.20.00	13	3.4	3.4	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

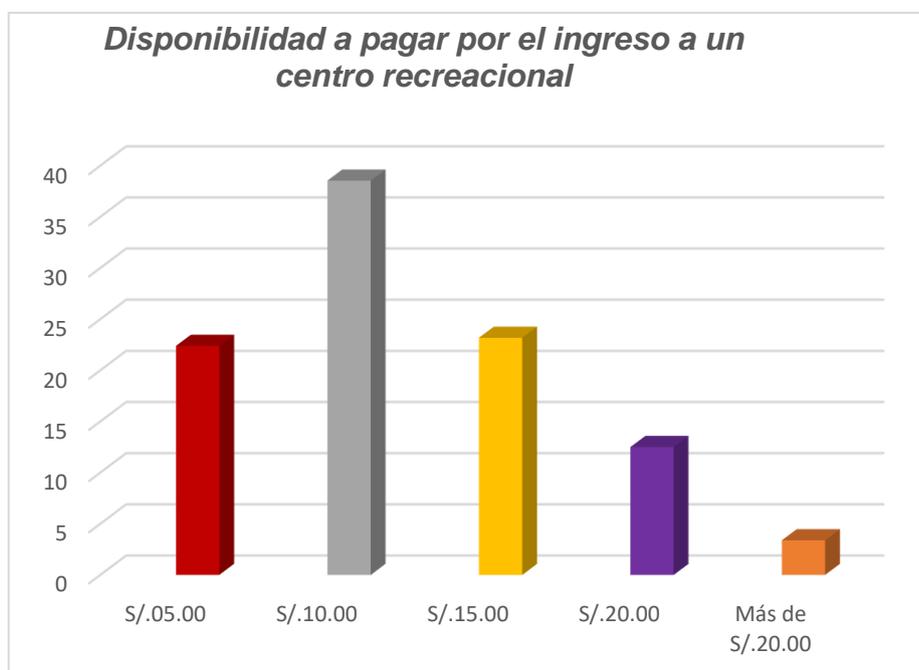


Figura 21 Del total de encuestados se observa 84.1% indicaron que están en la disponibilidad de pagar por el ingreso a un centro recreación entre S/.05.00, S/.10.00, S/.15.00 y un 15.9% entre S/.20.00 y Más de S/.20.00 .

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

Tabla 26 Tiempo promedio de espera

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2 min	167	43.5	43.5	43.5
5 min	89	23.2	23.2	66.7
10min	79	20.6	20.6	87.2
15min	49	12.8	12.8	100.0
20 min	0	0.0	0.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

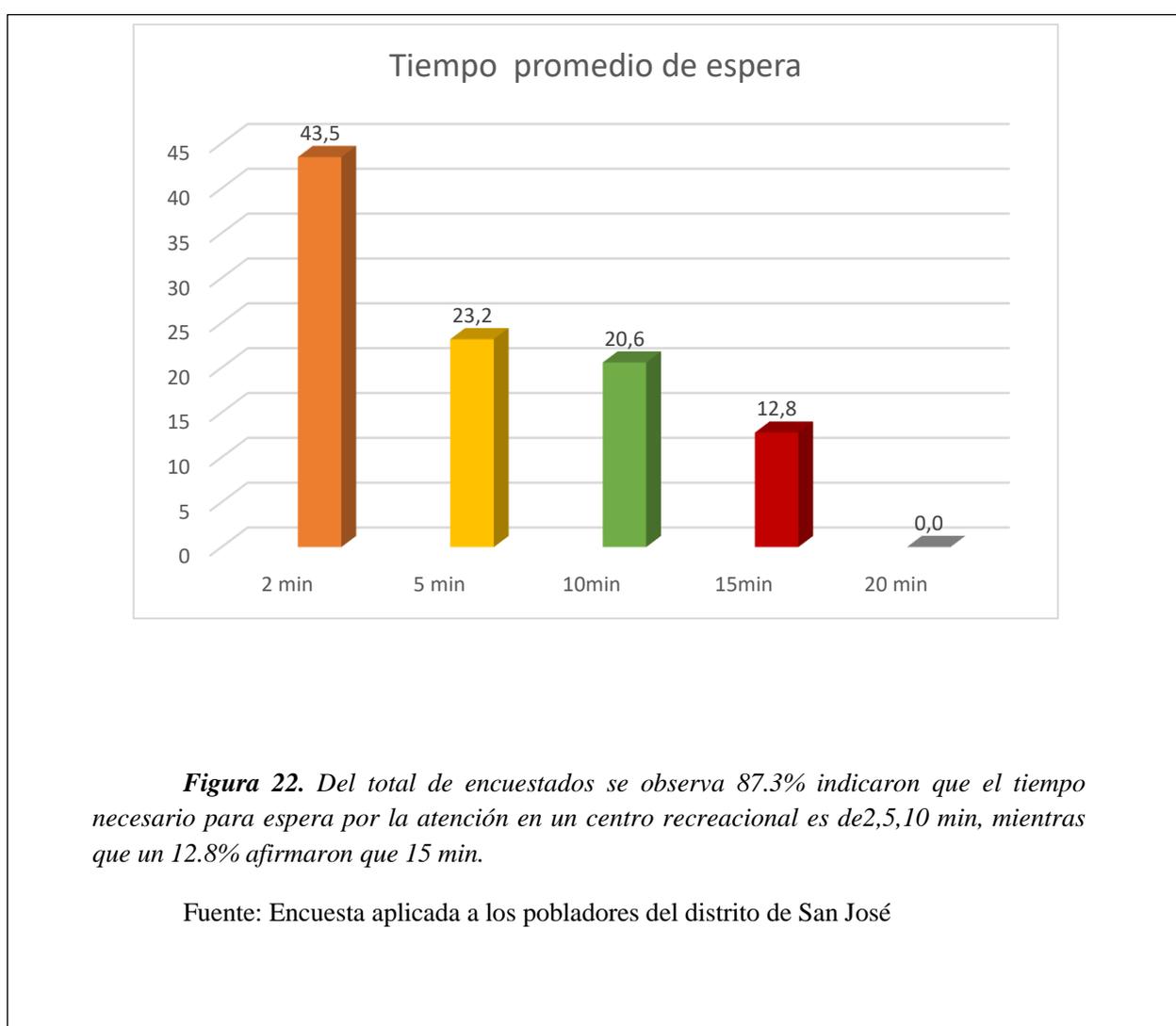


Tabla 27 Estaría de acuerdo que el personal del centro recreativo utilice un uniforme que lo identifique

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	378	98.4	98.4	98.4
No	6	1.6	1.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuete: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

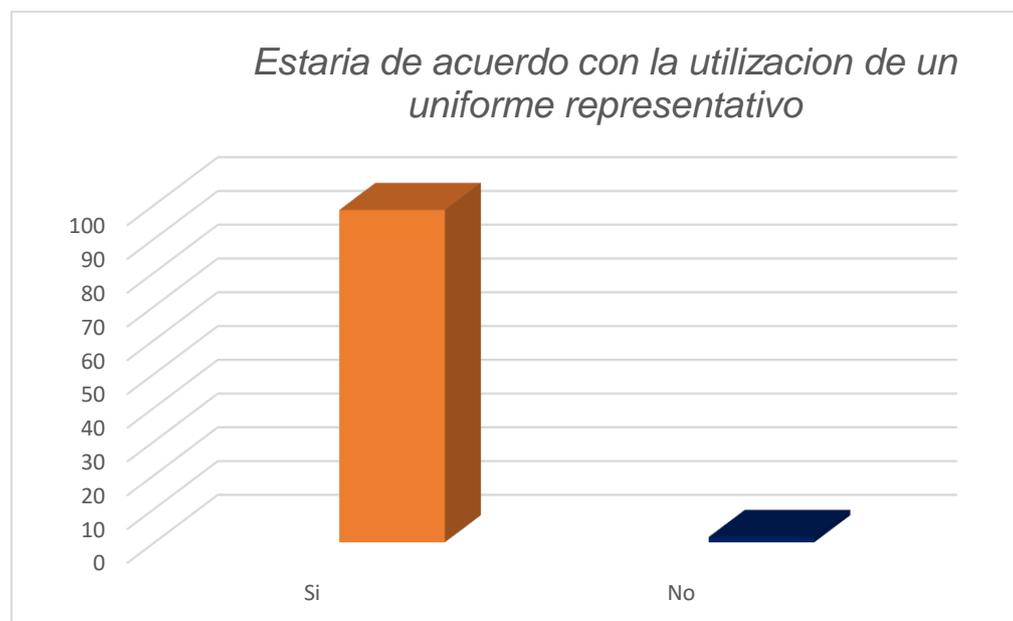


Figura 23. Del total de encuestados se observa 98.4% indicaron que si están de acuerdo que el personal del centro recreativo utilice un uniforme que los identifique mientras que un 1.6% indicaron todo lo contrario.

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de San José

3.2. Discusión de resultados

Analizando los resultados, se tuvo que el análisis de la situación actual del entorno en el distrito de Gallito, por cual se tuvo conocimiento que no existe un centro recreacional en la zona, lo cual conlleva a que la población tenga que acudir hacia otros lugares fuera de la zona, quienes en su mayoría acuden en familia. Por lo mencionado anteriormente, se señala que la población expresa que, si existiera un centro recreacional en el distrito, la frecuentarían de manera constante. Tal como menciona Manzano & Sánchez (2018) En su tesis titulada “Plan de negocios para la creación de un centro recreacional con atracciones acuáticas en el municipio de Ocaña Norte de Santander” determinó a través de un estudio de mercados que la población Ocañera está de acuerdo con la creación y asistencia a un centro recreacional con atracciones acuáticas en la ciudad, tuvo gran acogida en la población, reflejado en el gran aforo en el centro recreacional.

En cuanto, al diseño de un plan estratégico, se resalta que es de mucha ayuda ya que es una guía a seguir para el cumplimiento de los objetivos que conlleva a alcanzar el éxito. Es por ello que, la clave para minimizar el riesgo se basa en pequeñas acciones detalladas, por ende, es un mecanismo útil para tomar decisiones, así como evaluar el progreso y cambiar enfoques, si así lo requiere el negocio. Weinberger (2009), la cual indica que el diseño del plan de marketing, es indispensable para plasmar la segmentación del mercado, como la utilización del marketing mix de las 10P, lo cual permite tener un panorama más amplio de que se vende y la forma como se venderá, siendo más atractivo a la vista de los clientes.

Con respecto a la viabilidad del plan de negocio para la creación de un centro recreacional se tuvo como resultado que si es viables ya que se realizó un análisis económico para determinar si el proyecto es realmente rentable dado este suceso coincide con la autora Weinberger (2009), ya que considerar la viabilidad del proyecto en términos económicos; es decir, si es posible conseguir los recursos económicos necesarios para poner en marcha la empresa y obtener una rentabilidad que satisfaga las expectativas de sus dueños, definitivamente este estudio sirve para tener una idea más clara sobre la creación de un plan de negocio, cuyo estudio da a notar que un plan de negocio no siempre será viable, pero con estrategias y con un buen análisis se puede desarrollar un proyecto.

3.3. Propuesta de un plan de negocio

INTRODUCCION

El presente proyecto tiene como objetivo Crear un Centro Recreativo Campestre que brindará servicios de calidad integral en beneficio de la colectividad, para solucionar la problemática de la falta de centros recreacionales en el distrito de San José, por ello se planteó la oportunidad dicha propuesta ya que actualmente no existe ningún local de esa magnitud.

Los beneficios del proyecto son la promoción del sano entretenimiento familiar bajo la modalidad de servicio integrado conformado por restaurante, piscina, canchas de fútbol, vóley, también contara con bungalós, el cual permitirá que los clientes puedan alojarse y sentirse más cómodos, de tal manera que puedan disfrutar de sus fines de semana o vacaciones; además se tendrá un salón de eventos, también se brindara servicio de bar, orientado al buen estado de salud física, mental, entretenimiento y esparcimiento de las personas que habitan en los sectores populares de la ciudad de Chiclayo, esperando incrementar el turismo en el distrito de San José.

HISTORIA

En Marzo del 2018 la alumna Tirado Mires Deysi Thalía del VIII ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Señor de Sipán, tuvo la idea de crear un centro recreativo campestre, ya que siempre me ha gustado viajar y disfrutar de los hermosos paisajes y la naturaleza de nuestro país, es por ello que me decidí por crear este plan de negocio, ya que también vemos una necesidad en nuestro caserío donde vivimos actualmente y de manera que nos vemos en la obligación de aportar en la mejor calidad de vida tanto de mi familia como de las personas que viven en el caserío. Ya que en el distrito de San José en donde actualmente me encuentro viviendo no existe ningún tipo de centros recreativos en el cual las familias tengan la oportunidad de pasar un día tranquilo y con una diversión sana, al ver esta oportunidad la alumna empieza su proyecto.

TIPO DE EMPRESA

En cuanto a la ejecución total del plan de negocio se consideró pertinente consolidar una empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L), que se realizará con un capital propio.

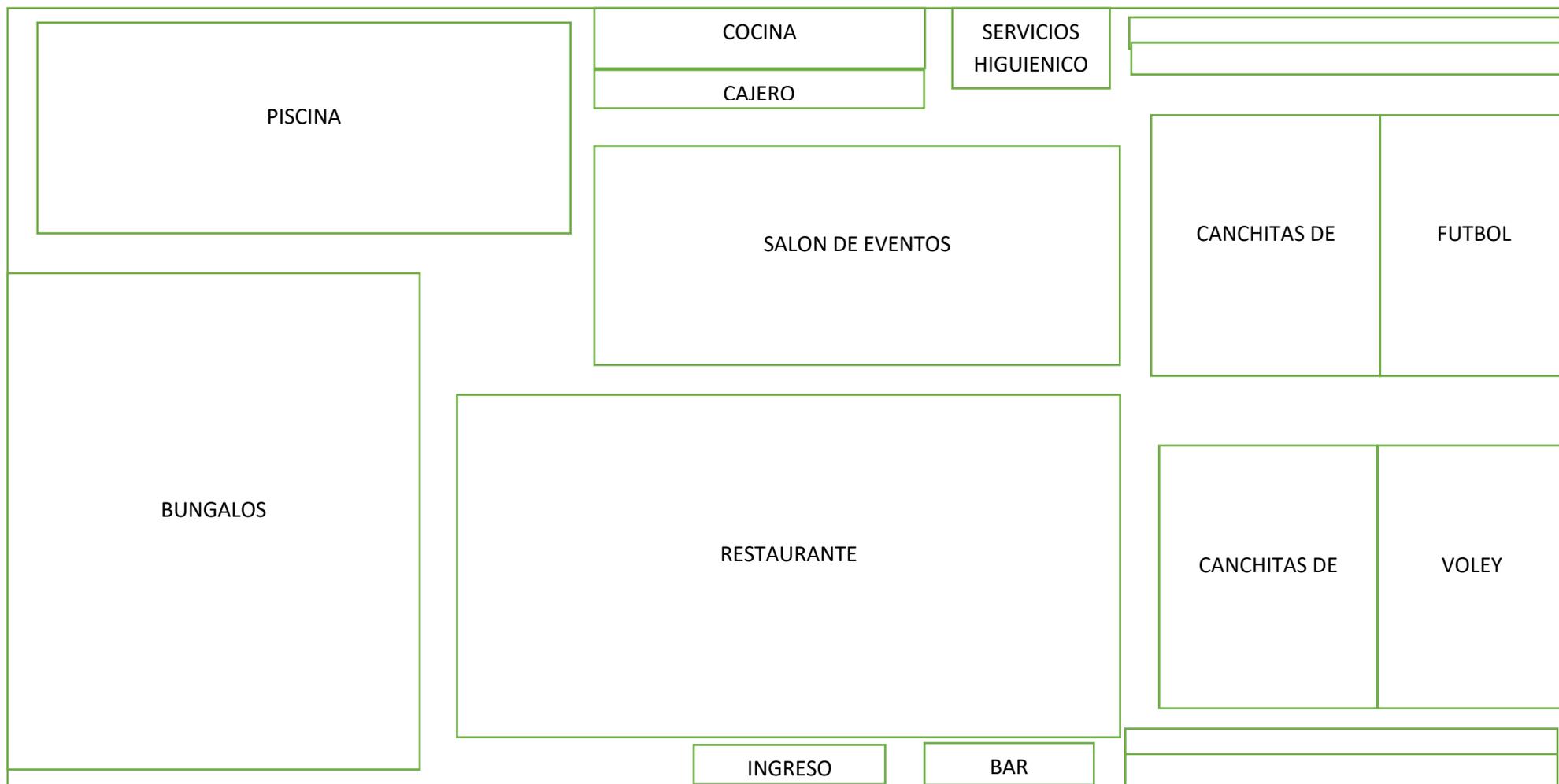


Figura 24. Croquis de la distribución del local.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Tabla 28 Generalidad de la Empresa

Razón social	Centro recreativo “El Rancho de Gallito” E.I.R. L
Ruc	12375466768
Actividad comercial	Se brindará diferentes alternativas de diversión como restaurante, piscina, canchas de futbol y vóley, así como también contará con un ambiente para bailar, bungalós.
Fecha inicio actividades	05 de Mayo 2023
Dirección legal	Caserío El gallito
Distrito/ciudad	Distrito de San José
Provincia	Chiclayo
Departamento	Lambayeque
Teléfono/celular	950495491
E-mail	elranchodegallito@gmail.com
Web	www.elranchodegallito.com

Fuente :Elaboración propia

Figura 25.Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Perfil del puesto:

➤ **Gerente general**

- Carrera técnica o licenciado en Administración de empresas, que cuente con 3 años experiencia en cadenas de restaurantes
- Capacidad al trabajo bajo presión
- Proactiva
- Elaboración de reportes

➤ **Contador**

- Carrera técnica o universitaria en Contabilidad, que cuenta con experiencia mínima de 2 años en cadenas de restaurantes
- Manejo de indicadores de gestión
- Conocimiento de nómina
- Dominio de Excel avanzado

➤ **Logística**

- Carrera técnica o licenciado en administración, contabilidad o afines, con una experiencia mínima de 2 años
- Excel intermedio / avanzado

- Conocimientos de los estándares de calidad y salubridad en restaurantes.
 - Capacidad de negociación
- **Área de marketing**
- Técnico o licenciado en marketing, administración o afines, con experiencia mínima de 1 año en restaurantes o consumo masivo
 - Conocimientos de herramientas digitales
 - Conocimiento en decoración de locales para eventos
 - Inglés medio/avanzado
- **Área de Producción**
- Ingeniero económico o licenciado en administración
 - Anticiparse ante cualquier problema
 - Utilizar correctamente los insumos
 - Asegurar rentabilidad
- **Cajero**
- Estudios técnicos en administración, marketing o afines
 - Experiencia en atención al cliente, mínimo 1 año
 - Manejo de Caja Chica y Kardex
 - Capacidad para trabajar en equipo

Misión

Somos una organización que brinda servicios de diversión, relajación, comida, hospedaje que cuenta con un personal altamente calificado, por ende, una excelente calidad a nuestros clientes de manera que se sientan satisfechos y perciban un ambiente tranquilo sano.

Visión

Al 2023, llegar a ser el centro recreativo más importante a nivel regional brindando un excelente servicio para la satisfacción de los clientes ofreciendo precios justos y prometidos con el desarrollo sostenible del país.

Objetivos

Objetivo general

- ✓ Elaborar un plan de marketing para el posicionamiento del centro recreativo “El Rancho de Gallito” E.I.R. L

Objetivos específicos

- ✓ Describir la idea de negocio
- ✓ Elaborar una propuesta de plan de negocios para la creación del Centro recreativo “El Rancho de Gallito” E.I.R. L

Tabla 29 Matriz FODA cuadro de mando integral

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• F1: Infraestructura moderna• F2: Local propio• F3: Personal capacitado• F4: Buen clima laboral• F5: Aplicación de Marketing Mix	<ul style="list-style-type: none">• D1: La afluencia del público solo se limita a los fines de semana• D2: Falta de tecnología• D3: Falta de información sobre la ubicación del centro recreativo• D4: Centro recreativo lejos de la ciudad• D5: Bajo nivel de competencia de los colaboradores.
Oportunidades	Amenazas

- O1: Único en el distrito de San José.
- O2: Proveedores ubicados en el Distrito de San José
- O3: Ampliación de servicios
- O4: Nuevas aplicaciones
- O5: Respeto por el medio ambiente
- A1: Ingreso de nuevos competidores
- A2: Cambios climáticos.
- A3: Falta de seguridad en la zona
- A4: Altos costos de operación
- A5: Pérdida de imagen en el mercado

Fuente: Elaboración propia

MARKETING

Marketing Mix 10 P

Producto

La empresa ofrecerá servicios, los cuales serán desarrollados de la mejor manera para que el cliente se sienta satisfecho y perciba un ambiente positivo.

Como son piscina, canchas de vóley, futbol, bungalós, comida típica, salón de baile, bar.

Figura 26. Logo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Logotipo y Eslogan

El nombre de la empresa será “El Rancho de Gallito”, ya que hace referencia al caserío en donde vivo actualmente.

El logotipo presenta un diseño muy llamativo con colores súper alegres.

Precio

Los precios serán accesibles de manera que todo el público en general pueda acudir al centro recreativo.

Entradas:

Niños menores de 6 años: Gratis

Adultos: S/. 10.00

Platos a la carta:

Tiradito	s/ 25.00
Cuy frito	s/ 35.00
Carne seca	s/ 25.00
Chicharrón con mote	s/ 25.00
Arroz con pato	s/30.00
Arroz con pollo	s/22.00
Arroz con cabrito	s/28.00
Lomo saltado	s/28.00

Comidas Marinas:

Arroz con mariscos	s/ 28.00
Ceviche de Conchas Negras	s/28.00
Chicharon de pescado	s/30.00
Parihuela	s/32.00
Pescado frito	s/25.00
Sudado	s/28.00

Plaza

El centro recreativo se encontrará ubicado en el Caserío El Gallito – Distrito de San Jose, cuya área del terreno es de 2 hectáreas.

Promoción

Se realizará publicidad a través de las redes sociales como por ejemplo Facebook, Instagram, WhatsApp.

Por lo que se creará una cuenta en cada red social mencionada, donde se publicara de manera constante la publicidad sobre el recreo campestre, la cual será pagada y segmentar para llegar al público objetivo, en consecuencia, se brindara con precios especiales por apertura y días feriados.

De manera que las personas tengan más comunicación con la empresa y puedan seguir los posibles eventos y promociones que se brindaran en el centro recreativo.

Personas

Nuestra empresa está enfocada en la relación con los clientes ofreciendo un servicio de calidad para la fidelización de nuestros clientes y ser conocido en el mercado.

Las cuales podrán acudir de todas las edades, ya que es un local para poder pasar en familia y estar en contacto con la naturaleza.

Packaging

La empresa no contara con ningún tipo de Packagin ya que no brinda ningún tipo de producto, sino brinda un servicio, es por ello que es necesario emplear este tipo de estrategia.

Physical evidence

La empresa contara con un ambiente totalmente llamativo de manera que el cliente se sienta seguro al momento de ingresar y sienta confianza, los establecimientos estarán acondicionados para todo el público en general, que se encargara el área de marketing en coordinación con el gerente general.

Partners

Tanto insumos como maquinaria que se utilizan en la empresa son adquiridos por empresas externas como, por ejemplo:

Para el área de cocina:

Los insumos o materia prima serán adquiridos del mercado Moshoqueque.

Para el Bar:

La cerveza será adquirida por la empresa Backus.

Los licores:(Metro, Tottus)

Servicios básicos:

Epsel(Agua), Electronorte (Energía eléctrica) y Movistar(Telefonía)

Además, se realizarán alianzas estratégicas con empresas con colegios, universidades de manera que existan descuentos para los clientes incentivando el turismo en el distrito de San José, para lo cual se tendrá paquetes turísticos para alumnos.

Philosophy

Se brindará un servicio de calidad, desde el momento en que el cliente ingresa, dando seguridad y tranquilidad tanto por el servicio, así como los precios, ya que estarán accesibles y cómodos de manera que el cliente regrese nuevamente al centro recreativo.

Procesos

Sera realizada correctamente mediante pasos según el plan de trabajo más eficiente y eficaz determinado por el área de producción de la empresa.

Segmentación del mercado

El criterio a considerar para la segmentación fue:

- **Geográfica**

Al ver la necesidad de no contar con un centro recreativo en el distrito de San José me veo en la obligación de ofrecer el servicio a persona de Chiclayo, pero en general a las personas de San José, así mismo a los que viven en el departamento de Lambayeque de todas las edades, así mismo cabe destacar las hermosas playas que albergan, así como los barcos de totora y el clima cálido, ya que están mucho más cerca de acudir al centro recreativo ubicado en el Caserío el gallito distrito de San José.

- **Demográfica**

Edad: Personas entre 10 y 70 años que les guste disfrutar de la naturaleza y sobre todo pasar tiempo en familia conservando una diversión sana y segura; con ingresos desde s/600.00 soles.

Género: Masculino y femenino

- **Socio económica**

Nivel de vida: A, B, C y D – 70%

- **Psicodemográfica**

Hoy en día los clientes son mucho más exigentes, es por ello que buscan calidad, seguridad, confianza, comodidad, de manera que disfruté el servicio y se fidelicé.

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO:

El capital humano es el núcleo principal de la organización, ya que trabajan por un solo objetivo que es generar rentabilidad, es por ello que existen políticas en toda organización de manera que el capital humano pueda desarrollar mejor sus actividades para ello debe existir compromiso por parte de todos los colaboradores, confianza, respeto, comunicación, valores y haya compromiso con un seguimiento y capacitación constante

Competencias

Para un buen desarrollo de actividades en el centro recreativo se requiere:

- Desarrolle correctamente sus habilidades.
- Tenga conocimientos claros y pueda aplicar dentro de la organización
- Manejo de actitudes y emociones
- Ser líder por naturaleza
- Saber utilizar los medio y recursos eficientemente

Reclutamiento

Se realizará la convocatoria a través de las redes sociales con el fin de encontrar a personas que puedan cubrir el perfil requerido para las áreas establecidas

Selección

Se pasar al proceso de evolución para verificar si realmente cuentan con las habilidades y las competencias necesarias para integrar en la empresa y desarrollen eficientemente sus funciones para ello se hará una entrevista con el gerente general.

Capacitación

El mejoramiento de la empresa lo hacen los colaboradores es por ello que tienen que someterse a una constante capacitación para el desarrollo concreto y ampliar sus

conocimientos en nuevas áreas que se establece o rotación de puestos, de manera que hace una mejora continua y una mejor relación entre colaboradores y exista un clima laboral sano.

Desarrollo

Para el desarrollo de las funciones de cada colaborador se hará una simulación y entrenamiento previo, así como también hacer un reconocimiento de todas las áreas del centro recreativo, se brindará también información de la empresa y reglas y políticas de modo que no haya malos entendidos.

Retención del talento humano

Las estrategias que aplicara el centro recreativo son:

- Buena remuneración
- Beneficios básicos
- Buen trato al colaborador
- Programas de integración
- Reconocimiento por el buen desempeño
- Gratificaciones
- Empowerment

Estas estrategias se hacen con el fin de lograr que el capital humano se sienta identificado con la empresa y siga haciendo correctamente sus funciones por ello se sentirá motivado al recibir y percibir dichos beneficios.

PLAN FINANCIERO

La empresa cuya denominación es Centro Campestre Recreacional y de turismo de aventura El Rancho de Gallito será constituida como una Empresa Individual Limitada (E.I.R.L).

Objeto Social: Centro Recreativo Campestre

Razón Social: El Rancho de Gallito

Nombre del propietario de la empresa: Deysi Thalia Tirado Mires

PLAN DE VENTAS

En cuanto, a la estimación de la demanda se tendrá en cuanto el número de pobladores de San José en el año 2018, de los cuales la muestra de estudio es de 384 personas que fueron encuestadas. Así mismo, la segmentación de mercado se tuvo que el monto a pagar por

entrada a estos centros recreativos es de s/10.00 soles como costo promedio, que equivale el 44% (Tabla 24). Además, las personas si apertura el centro recreativo tendrá una aceptación del 98.4%, del total de encuestados de 384 (Tabla 13). Por consiguiente, la razón por la cual visitan a un centro recreacional, es por la comida un 24.7%, de los cuales representa 95 personas.

PLATO A LA CARTA	TIRADITO					
P x Unidad (S/ 25.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	96	1152	1267	1394	1533	1687
TOTAL	2400	28800	31680	34848	38333	42166

PLATO A LA CARTA	CUY FRITO					
P x Unidad (S/ 35.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	24	288	317	348	383	422
TOTAL	840	10080	11088	12197	13416	14758

PLATO A LA CARTA	CARNE SECA					
P x Unidad (S/ 25.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	108	1296	1426	1568	1725	1897
TOTAL	2700	32400	35640	39204	43124	47437

PLATO A LA CARTA	CHICHARRON CON MOTE					
P x Unidad (S/ 25.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	36	432	475	523	575	632
TOTAL	900	10800	11880	13068	14375	15812

PLATO A LA CARTA	ARROZ CON PATO					
P x Unidad (S/ 30.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	72	864	950	1045	1150	1265
TOTAL	2160	864	950	1045	1150	1265

PLATO A LA CARTA	ARROZ CON POLLO					
P x Unidad (S/ 22.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	24	288	317	348	383	422
TOTAL	528	6336	6970	7667	8433	9277

PLATO A LA CARTA	ARROZ CON CABRITO					
P x Unidad (S/ 28.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	84	1008	1109	1220	1342	1476
TOTAL	112	28224	31046	34151	37566	41323

PLATO A LA CARTA	LOMO SALTADO					
P x Unidad (S/ 28.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	12	144	158	174	192	211
TOTAL	336	4032	4435	4879	5367	5903

PLATO MARINO	ARROZ CON MARISCOS					
P x Unidad (S/ 28.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	120	1440	1584	1742	1917	2108
TOTAL	3360	40320	44352	48787	53666	59033

PLATO MARINO	CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS					
P x Unidad (S/ 28.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	108	1296	1426	1568	1725	1897
TOTAL	3024	36288	39917	43908	48299	53129

PLATO MARINO	CHICHARRON DE PESCADO					
P x Unidad (S/ 30.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	144	1728	1901	2091	2300	2530
TOTAL	4320	51840	57024	62726	68999	75899

PLATO MARINO	PAHIRUELA					
P x Unidad (S/ 32.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	480	5760	6336	6970	7667	8433
TOTAL	15360	184320	202752	223027	245330	269863

PLATO MARINO	PESCADO FRITO					
P x Unidad (S/ 25.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	72	864	950	1045	1150	1265
TOTAL	1800	21600	23760	26136	28750	31625

PLATO MARINO	SUDADO					
P x Unidad (S/ 28.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	60	720	792	871	958	1054
TOTAL	1680	20160	22176	24394	26833	29516

N° DE CLIENTES	95	404784	445262	489789	538768	592644
-----------------------	-----------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

RESUMEN DE VENTAS DE COMIDA						
PLATOS	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tiradito	2400	28800	31680	34848	38333	42166
Cuy Frito	840	10080	11088	12197	13416	14758
Carne Seca	2700	32400	35640	39204	43124	47437
Chicharrón con Mote	900	10800	11880	13068	14375	15812
Arroz con Pato	2160	864	950	1045	1150	1265
Arroz con Pollo	24	288	317	348	383	422
Arroz con Cabrito	528	6336	6970	7667	8433	9277
Lomo Saltado	336	4032	4435	4879	5367	5903
Arroz con Mariscos	3360	40320	44352	48787	53666	59033
Ceviche de Conchas Negras	3024	36288	39917	43908	48299	53129
Chicharrón de Pescado	4320	51840	57024	62726	68999	75899
Parihuela	15360	184320	202752	223027	245330	269863
Pescado Frito	1800	21600	23760	26136	28750	31625
Sudado	1680	20160	22176	24394	26833	29516
TOTAL	39432	448128	492941	542235	596458	656104

BEBIDAS	CERVEZA					
P x Unidad (S/8.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	360	4320	4752	5227	5750	6325
TOTAL	2880	34560	38016	41818	45999	50599

BEBIDAS	LICORES					
P X Unidad (s/18.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	144	1728	1901	2091	2300	2530
TOTAL	2592	31104	34214	37636	41399	45539

BEBIDAS	GASESOSA Y AGUA MINERAL					
P X Unidad (s/ 3.00)	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	288	3456	3802	4182	4600	5060
TOTAL	864	10368	11405	12545	13800	15180

RESUMEN DE VENTAS DE BEBIDAS						
BEBIDAS	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cerveza	2880	34560	38016	41818	45999	50599
Licores	2592	31104	34214	37636	41399	45539
Gaseosa y Agua Mineral	7776	93312	102643	112908	124198	136618
TOTAL	13248	158976	174874	192361	211597	232757

RESUMEN DE VENTAS EN GENERAL						
PLATOS	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMIDA	26496	317952	349747	384722	423194	465514
BEBIDAS	13248	158976	174874	192361	211597	232757
TOTAL	39744	476928	524621	577083	634791	698270

RESUMEN DEL COSTO DE VENTAS DE BEBIDAS						
BEBIDAS	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cerveza	1800	21600	23760	26136	28750	31625
Licores	2016	24192	26611	29272	32200	35420
Gaseosa y Agua Mineral	432	5184	5702	6273	6900	7590
TOTAL	4248	50976	56074	61681	67849	74634

ESTRUCTURA DE INVERSION INICIAL

Para inaugurar el Centro Campestre Recreativo, se empleará lo siguientes Activos Fijos:

DESCRIPCION	Q	VALOR UNITARIO		TOTAL VALOR
Mesas	30	S/.	50.00	S/. 1,500.00
Sillas	80	S/.	20.00	S/. 1,600.00
Platos	200	S/.	6.00	S/. 1200.00
Cucharas	200	S/.	4.00	S/.800.00
Tenedores	200	S/.	4.00	S/.800.00
Jarras	150	S/.	5.00	S/.750.00
Vasos	200	S/.	5.00	S/. 1 000.00
Servilletas	30	S/.	3.00	S/. 90.00
Forros de gras	3	S/.	5,000.00	S/. 15,000.00
Pelotas	10	S/.	30.00	S/. 300.00
Computadoras	2	S/.	1,500.00	S/. 3,000.00
cámaras de vigilancia	2	S/.	600.00	S/. 1,200.00
Teléfonos	2	S/.	100.00	S/. 200.00
TOTAL				S/. 27,440.00

CAPITAL DE TRABAJO

SALARIOS	CANTIDAD	IMPORTE	TOTAL
GERENTE GENERAL	1	S/2,500.00	S/2,500.00
CONTADOR	1	S/2,000.00	S/2,000.00
LOGISTICA	1	S/1,800.00	S/1,800.00
AREA DE MARKETING	1	S/1,600.00	S/1,600.00
AREA DE PRODUCCION	7	S/1,000.00	S/7,000.00
CAJERO	1	S/1,200.00	S/1,200.00
TOTAL			S/16,100.00

CAPITAL DE TRABAJO		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	IMPORTE MENSUAL	IMPORTE TOTAL
LUZ	S/. 320.00	S/. 3,840.00
AGUA	S/. 220.00	S/. 2,640.00
INTERNET Y TELEFONO FIJO	S/. 150.00	S/. 1,800.00
PAGO DE LOS TRABAJADORES	S/. 16 100.00	S/. 193,200.00
UTILES DE OFICINA	S/. 400.00	S/. 4,800.00
TOTAL	S/. 17,190.00	S/. 206,280.00
GASTOS DE VENTAS	IMPORTE MENSUAL	IMPORTE TOTAL
GASTOS EN MARKETING	S/. 1,100.00	S/. 13,200.00
OTROS	S/. 450.00	S/. 5,400.00
TOTAL	S/. 1,550.00	S/. 18,600.00
TOTAL	S/. 1,740.00	S/. 224,880.00

INVERSION FIJA INTANGIBLE	
CONSTITUCION	S/. 100.00
Gastos Notariales	S/. 300.00
Registros Públicos	S/. 250.00
Autorización y legalización libro planillas	S/. 30.00
Licencia de Funcionamiento	S/. 280.00
Legalización de libros contables	S/. 150.00
Indecopi (marca)	S/. 530.00
Software	S/. 800.00
TOTAL	S/. 2,440.00

INVERSION TOTAL REQUERIDA

	S/.
Activo fijo	S/. 27,440.00
Activo intangible	S/. 2,440.00
Capital de trabajo	S/224,880.00
TOTAL	S/254,760.00

PRESUPUESTO DE DEPRECIACION DE ACTIVOS

ACTIVO	VALOR	CICLO DE VIDA	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Mesas	S/. 50.00	4	S/. 12.50				
Sillas	S/. 20.00	4	S/. 5.00				
forros de gras	S/. 5,000.00	9	S/. 555.56				
Pelotas	S/. 30.00	2	S/. 15.00				
Computadoras	S/. 1,500.00	5	S/. 300.00				
cámaras de vigilancia	S/. 600.00	4	S/. 150.00				
Teléfonos	S/. 200.00	3	S/. 66.67				
TOTAL DEPRECIACION			S/. 1,104.72				

Flujo de caja proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		476928	524621	577083	634791	698270
Aportes	254760					
TOTAL INGRESOS	254760	476928	524621	577083	634791	698270
EGRESOS						
Inversión	254760					
Costo de ventas		17496	209952	230947	254042	279446
Servicio de tercerización		0	0	0	0	0
Gastos Administrativos		206 280	208466	210675	212908	215164
Gastos de Ventas		18600	18797	18996	19197	19400
Depreciación		1104	1104	1104	1104	1104
Impuesto a la renta (30%)		70034	25891	34608	44262	54947
TOTAL EGRESOS	254760	107234	464210	496330	531513	570061
SALDO FLUJO DE CAJA.	0	369694	60411	80753	103278	128209
(+) Depreciación		1104	1104	1104	1104	1104
(-) Inversión	254760					
FLUJO CAJA ECONÓMICO	-254760	370798	61515	81857	104382	129313
(+) Préstamo						
(-) Amortización		0	0	0	0	0
(-) Interés		0	0	0	0	0
FLUJO CAJA FINANCIERO	254760	370798	61515	81857	104382	129313

Estado de Ganancias y Pérdidas proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	476928	524621	577083	634791	698270
Costo de venta	17496	209952	230947	254042	279446
UTILIDAD BRUTA	459432	314669	346136	380749	418824
Gastos de administración	206 280	208466	210675	212908	215164
Gastos de ventas	18600	18797	18996	19197	19400
Depreciación	1104	1104	1104	1104	1104
UTILIDAD OPERATIVA	233448	86302	115361	147540	183156
Intereses	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMP.	233448	86302	115361	147540	183156

Impuesto a la renta (30%)	70034	25891	34608	44262	54947
UTILIDAD NETA	163414	60411	80753	103278	128209

EVALUACION ECONOMICA

Flujo de caja económico

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja económico	-254760	370798	61515	81857	104382	129313

Inversión	254760.00
TD	10%
BNA	601015.68
VANe	346255.68
TIRe	80.53%
Periodo de recuperación	1 año

Rentabilidad en función a las ventas

A continuación se presentan las rentabilidades en función a las ventas, teniendo en cuenta el Estado de ganancias y pérdidas proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad sobre ventas	34.26%	11.52%	13.99%	16.27%	18.36%

EVALUACION FINANCIERA

Flujo de caja financiero

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja financiero	-	370798	61515	81857	104382	129313

Inversión	254760.00
TD	10%
BNA	601015.68
VANf	346255.68
TIRf	80.53%

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Se concluye con el análisis de la situación actual de la localidad de Gallito, la apertura de un centro recreacional es beneficioso para todos los pobladores del distrito de San José, ya que se obtuvo en los resultados que el 98.4% están de acuerdo con la inauguración de un centro recreativo en el distrito, ya que por el momento no cuentan con la disponibilidad de tener un centro en el cual puedan pasar momentos en familia.

En el desarrollo de un plan estratégico, se tuvo como resultado en la investigación que los pobladores del distrito de San José están de acuerdo con un total del 100% con la ubicación de dicho centro recreacional, ya que está cerca de sus hogares, las estrategias del marketing son manejables y cambiantes, pero depende de la empresa como desarrollar su imagen y posicionarse en el mercado.

Con respecto a la viabilidad de un plan de negocio para la creación de un centro recreacional se tuvo como resultado que si es viables ya que se realizó un análisis económico para determinar si el proyecto es realmente rentable, definitivamente este estudio sirve para tener una idea más clara sobre la creación de un plan de negocio, cuyo estudio da a notar que un plan de negocio no siempre será viable, pero con estrategias y con un buen análisis se puede desarrollar un proyecto.

RECOMENDACIONES

Se recomienda desarrollar todas las actividades planteadas en el proyecto, para beneficiar, no solamente a los pobladores del distrito de San José, sino también a visitantes de otras ciudades o países, presentando una temática distinta a los centros recreacionales tradicionales.

Por otro lado, se recomienda también brindar un servicio de calidad, a un costo cómodo y accesible a todos los clientes.

Se recomienda hacer uso de las redes sociales para estar en contacto directo con los clientes para así estar al pendiente de todos los requerimientos que estos tengan.

Se recomienda innovar constantemente las actividades a realizar, ya que hoy en día la competencia está avanzando y como empresa debe adaptarse a los cambios sin perder su esencia.

REFERENCIAS

- Ahumada, E. R. (2016) Plan de negocio para la creación de un Restaurante-Bar Autóctono en Cartagena que fusione las culturas Caribe y Pacífico. Universidad de Cartagena.
- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, 76-90.
- Arbaiza, L. (2015). Como elaborar un plan de negocio. Tarea Asociación Gráfica Educativa Psje. María Auxiliadora 156, Breña Lima, Perú.
- Arevalo, J (2020) Diseño de un plan de negocios para un establecimiento campestre dedicado al alquiler de Quioscos para la elaboración y consumo de alimentos, enfocados a grupos y ubicado en el Municipio de la Calera – Cundinamarca. Universidad Externado de Colombia. Colombia.
- Arrestegui, P. A. (2014). Repositorio Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/130/1/TL_Arrestegui_Mori_PabloAlberto.pdf
- Ávila, D. (2017). Plan de negocio para la creación de un servicio de entrega de almuerzos a oficinas (delivery) en la ciudad de Cusco. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- BBC Mundo. (07 de Julio de 2017). Obtenido de <http://www.bbc.com/mundo/vert-fut-39699793>
- Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación. Obtenido de [http://biblioteca.utma.edu.pe/sites/default/files/Metodología de la investigación-César Augusto Bernal](http://biblioteca.utma.edu.pe/sites/default/files/Metodología%20de%20la%20investigaci%C3%B3n-C%C3%A9sar%20Augusto%20Bernal)
- Cristancho, G; Ninco, F; Cancino, Y; Alfonso, L & Ochoa, P (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Suma de Negocios*, 12(26),41-51. [fecha de Consulta 21 de Noviembre de 2021]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609967056005>
- Cabrejos, D & Nanfuñay, M. (2014). Plan de negocio para la creación de un centro del adulto mayor en la ciudad de Chiclayo. Universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Carrasco, A. (2015). Plan de negocio para la creación de una academia de tenis para menores de 4 a 14 años en la ciudad de Chiclayo. Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.

- Castro, C (2016). Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/752>
- Castro, P (2015). Obtenido del mundo competitivo que vivimos nos exige calidad y un buen servicio
- Comercio. (2017). Diario El Comercio. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/fmi-subproyeccion-crecimiento-peru-4-2018-noticia-491977>
- Cruz, F & De la Cruz, A. (2016) Propuesta de un plan de negocio para implementar un restaurante de comida Mikkei en la ciudad de Trujillo. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.
- De la Piedra, C. (2015). Repositorio UNPRG. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/383/BC-TES-4421.pdf?sequence=1>
- Díaz, A. (2017). Repositorio USS. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/uss/4145/Diaz%20Sanchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Eyzaguirre, J. (2017). Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/144721/Desarrollo-de-un-plan-de-negocios-para-un-Car-Wash-movil-en-Santiago-de-Chile.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fleitman, J (2000). Negocios Exitosos. McGraw-Hill Interamericana
- Flores, W. (2014). Repositorio UCE. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7416/3/T-UCE-0003-AE001-2014.pdf>
- Fluence News Team. (6 de Octubre de 2017). Obtenido de <https://www.fluencecorp.com/es/que-es-la-escasez-de-agua/>
- García, F. (2002). Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elcuestionario.pdf>
- Gestión. (29 de Noviembre de 2017). Diario Gestión. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/honda-apuesta-mayor-presencia-provincias-219712>
- Gómez, N (21 de Novbrei de 2016). Obtenido de <http://dspace.ucundinamarca.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/302/Estudio%20de%20Viabilidad%20para%20la%20idea%20de%20emprendimiento%20%E2%80%9C%20Clavado%20de%20autos%20en%20seco%E2%80%9D%20liderada%20por%20el%20Co.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Gómez, A. (03 de 2017). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17425/1/TESIS%20DE%20GRADO%202.pdf>
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Editorial Brujas.
- Gonzales, V. (2016). Repositorio USAT. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/671>
- Guerra, María & Peña, S (2015). Repositorio UPC. Obtenido de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/600398/1/Proyecto-de-formacion-de-la-empresa-WASH-IT.pdf>
- Hernández, Fernández & Baptista. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Interamericana.
- La República. (16 de 09 de 2016). Waze: Lima es la ciudad más caótica en América Latina para conducir.
- López, J. (2017). Diseño de una propuesta para la creación de un parque temático en la ciudad de Cajamarca, basada en la metodología del project Management Institute. Cajamarca.
- Loya, F. (02 de Diciembre de 2016). Obtenido de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/621960/5/Loya_CF.pdf
- Mateus, M & Vanegas, A (2019) Plan de negocios para la creación de un restaurante campestre. Universidad Externado de Colombia, Colombia.
- Manzano, S & Sánchez, E (2018) Plan de negocio para la creación de un centro recreacional con atracciones acuáticas en el Municipio de Ocañanorte de Santander. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Ocaña, Colombia.
- Navarro, F. (2015). Análisis situado del plan de negocios en español y portugués: perspectivas de emprendedores, docentes y estudiantes. Calidoscópio, 189-200.
- Oliva, J & Zuazo, F (2016). Plan de negocio para la creación de un hotel temático en la Ciudad de Lambayeque. Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Orozco, A. (2017). Repositorio USAT. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/789/1/TI_OroscoBrice%C3%B1oAlex.pdf
- Pantoja Vaca, J. A. (Agosto de 2017). Repositorio UIDE. Obtenido de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2282/1/T-UIDE-1279.pdf>
- Piscoya, M. (2015). Repositorio USAT. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/75>

- PNAS. (24 de 07 de 2017). Procedimientos de la Academia Nacional de Ciencias de los Estados Unidos de América. Obtenido de <http://www.pnas.org/content/early/2017/07/18/1706541114.full>
- Portocarrero, S & Rodríguez, S. (2016). Plan de negocio para la implementación de una panadería y pastelería con productos en base a semillas y frutos de origen peruano, Arequipa 2016. Arequipa.
- Puente, K & Villarreal, J (2016). Estudio para la creación de un hotel temático basado en la cultura loreana, ubicado en la ciudad de Iquitos - 2016. Universidad Científica del Perú, Iquitos.
- Reátegui, K. (2016). Obtenido de <http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3250/TESIS%20PARA%20LIBRO%20KAR%20LUIGI%20RE%20C3%81TEGUI%20M..pdf?sequence=1>
- Rivera, M & Ugaz, G (2015). Plan de negocio para la creación de una cadena de restaurantes de comida tipo rancho ubicados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo para los distritos del departamento de Lambayeque: Caso Amapolas. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- RPP, N. (11 de Noviembre de 2017). RPP Noticias. Obtenido de <http://rpp.pe/peru/lambayeque/sugieren-ampliacion-de-anillos-viales-de-chiclayo-noticia-1088142>
- Saavedra, A (2014). Plan de negocios para el diseño de implementación de un restaurante de comida nacional e internacional en la región Lambayeque. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Samamé, A y Sosa, A (2015). Plan de negocio para instalar un restaurante café cultural en la ciudad de Chiclayo. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Sepúlveda, C (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. Utopía y Praxis Latinoamericana, 33-49.
- Torres, M; Caroprese, I & Sierra, M (2017) Plan de Negocio para la creación de una finca ecoturística en el Municipio de Arauca. Universidad Cooperativa de Colombia. Colombia.
- Silva, C (2016). Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida criolla en la ciudad de Jaén. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.

- Suarez Estrella, P. (s.f.). Repositorio Universidad Israel. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/375/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-202.pdf>
- Talavera, P; Berríos, G & Moscoso, J (2017). Plan de negocios para la implementación de un servicio de comida saludable fitness en el distrito de Cerro Colorado, Arequipa, 2017. Arequipa.
- Tamayo, M & Tamayo, M. (2007). El proceso de la investigación científica. México: EDITORIAL LIMUSA. S.A. DE C.V.
- Terribili, A (2014). Escopo de projeto para criação de um Plano de Negócios. Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, 29-55.
- Torres, M, Caroprese, I y Sierra, M (2017). Plan de negocio para la creación de una finca ecoturística en el municipio de Arauca (Trabajo de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Arauca. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12494/17376>
- Valencia, W (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. Industrial Data, 80-84.
- Valle, M. (2016). Repositorio Institucional ULIMA. Obtenido de <http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/3488>
- Villaty, A; Ruiz, B & Terán, Y (2012). Plan de negocio "Centro recreativo infantil happy Boys". Universidad privada Antonio Guillermo Urrelo.
- Vizquete, E (2016). Plan de negocio para la creación de un centro de recreación e integración familiar usando CRM, en Bellavista de Calderón al norte de Quito, Pichincha Universidad Internacional del Ecuador, Quito.
- WEF, E. F. (18 de 03 de 2015). World Economic Forum. Obtenido de <https://www.weforum.org/es/agenda/2015/03/como-y-por-que-crear-una-estrategia-de-innovacion/>
- Weinberger, K. (2009). Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Perú: Perú: USAID.
- WSS. (2015). Water Scarcity Solutions. Obtenido de <https://www.waterscarcitysolutions.org/about/what-is-water-scarcity/>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Nombre del Estudiante: Tirado Mires Deysi Thalía PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES0	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TECNICAS	MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS
<p style="text-align: center;">Título de Investigación: Plan de negocio para la creación de un Campestre Recreacional y de Turismo de Aventura El Rancho de Gallito, Chiclayo 2018</p>							
<p>¿Será viable la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura en el distrito de San José?</p>	<p>Objetivo General: Proponer un plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional de turismo de aventura El rancho de Gallito, Chiclayo 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar la situación actual del entorno en Gallito para la implementación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura. 2. Diseñar un plan estratégico para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura. 3. Determinar la viabilidad de el plan de negocio para la creación de un centro 	<p>Hi: Es viable la creación y funcionamiento para un centro campestre y recreacional y de turismo de aventura en el distrito de San José.</p>	<p>PLAN DE NEGOCIO</p>	<p>Cuantitativa Descriptiva No experimental Propositiva</p>	<p>384</p>	<p>Encuesta</p>	<p>El método a utilizar es el método estadístico descriptivo, para obtener resultados en términos porcentuales, frecuencias. El proceso de datos obtenidos en las encuestas se llevará a cabo a través del programa estadístico SPSS versión 24 y el Microsoft Excel.</p>

Campeste recreacional y de turismo
de aventura.

Facultad/Escuela: Ciencias Empresariales/Escuela Profesional de Administración.

ANEXO 1: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

INSTRUMENTO

Objetivo: Determinar la predisposición de los habitantes del distrito de San José, ante la creación y servicio de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura en el Caserío °El Gallito°

Dirigido a: Hombres y mujeres entre las edades de 14 a 50 años.

Sexo: F () M ()

Edad:.....

1. ¿Con qué frecuencia usted recurre a un centro recreacional?

- 1) Diario
- 2) Inter diario
- 3) Fin de semana
- 4) Mensual

2.¿En qué horario visita regularmente un centro recreacional?

- 1)8:00 am – 11:00 am
- 2)12:00 pm – 15:00 pm
- 3)15:00 pm – 18:00 pm
- 4)18:00 pm – 21:00 pm

3. ¿Con quién suele visitar un centro recreacional?

- 1) Sólo
- 2) Con un amigo
- 3) Compañeros de trabajo
- 4) Novio/a
- 5) familia

4. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

- 1) Menos de 500
- 2)500 a 1000
- 3)1000 a 2000
- 4)2000 a 3000
- 5)30000 a 5000
- 6)5000 a mas

5. ¿Cuál es su ocupación?
 - 1) Desempleado
 - 2) Empleado dependiente
 - 3) Independiente
 - 4) Empresario
6. ¿Cuál es el monto promedio que usted gasta cuando acude a un centro campestre recreacional?
 - 1) Menos de 50
 - 2) 50
 - 3) 50 a 100
 - 4) 100 a 200
 - 5) 200 a mas
7. ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura en el Distrito de San Jose?
 - 1) Si
 - 2) No
8. ¿Cómo califica usted la seguridad que brindan los centros recreacionales en la ciudad de Chiclayo?
 - 1) Bueno
 - 2) Malo
 - 3) Regular
 - 4) Muy bueno
 - 5) Muy malo
9. ¿Cómo califica usted los servicios que brindan en los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?
 - 1) Bueno
 - 2) Malo
 - 3) Regular
 - 4) Muy bueno
 - 5) Muy malo
10. ¿Cuál es la razón por el cual usted acude a un centro recreacional?
 - 1) Comida
 - 2) Piscinas
 - 3) Juegos deportivos
 - 4) Bailar
 - 5) Mini Zoológico
 - 6) Otros

11. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el centro recreacional?
 - 1) Paseo a caballo
 - 2) Paseo de cuatrimotor
 - 3) Bungalows
 - 4) Mini acuario
 - 5) Salón de eventos sociales
 - 6) Otros
12. ¿Visitaría usted un centro recreacional si estuviera a 20 min de San Jose?
 - 1) Si
 - 2) No
13. ¿Qué estilo le gustaría que sea este centro recreacional?
 - 1) Moderno (tradicional)
 - 2) Rustico
 - 3) Tipo Rancho
 - 4) Otros
14. ¿Qué aspecto interno del nuevo centro recreacional colmaría mayor sus expectativas de ser excelente?
 - 1) El diseño del ambiente
 - 2) Atención personalizada
 - 3) Música
 - 4) Comida
 - 5) Otros
15. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de este centro recreacional?
 - 1) Redes sociales
 - 2) Correo electrónico
 - 3) Televisión
 - 4) Radio
 - 5) Volantes
16. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir en el establecimiento de un centro recreacional?
 - 1) Descuentos
 - 2) Vales de consumo
 - 3) Servicio gratis por onomástico
 - 4) Sesión de fotos gratis

17. ¿Qué tipo de beneficios desearía por el pago del ticket de entrada?
- 1) Derecho a un piqueo
 - 2) Derecho a la entrada siguiente con 50 % de dcto
 - 3) Indiferente
18. ¿Cuál es el costo promedio que usted paga por el ingreso a los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?
- 1) S/.10.00
 - 2) S/.15.00
 - 3) S/.20.00
 - 4) S/.25.00
 - 5) S/ MÁS DE .25.00
19. ¿Cómo califica los precios de las entradas a los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?
- 1) Bueno
 - 2) Malo
 - 3) Regular
 - 4) Muy bueno
 - 5) Muy malo
20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para el ingreso a un centro recreacional?
- 1) S/.05.00
 - 2) S/.10.00
 - 3) S/.15.00
 - 4) S/.20.00
 - 5) Más de S/.20.00
21. ¿Cuánto tiempo promedio usted cree que es necesario esperar para la atención de alguna actividad que brinda un centro recreacional?
- 1) 2 min
 - 2) 5 min
 - 3) 10min
 - 4) 15min
 - 5) 20 min
22. ¿Sería interesante para usted que el personal utilice un uniforme representativo a la empresa?
- 1) Si
 - 2) No

ANEXO 2: VALIDACION POR EXPERTOS

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	Carlos Otero Saizola
PROFESIÓN	Administrador
ESPECIALIDAD	Marketing e Investigación
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	15 años.
CARGO	
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CAMPESTRE RECREACIONAL Y DE TURISMO DE AVENTURA EL RANCHO DE GALLITO CHICLAYO, 2018	
DATOS DE LOS TESISISTAS	
NOMBRES	Tirado Mires Deysi Thalía
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Proponer un plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura El Rancho de Gallito Chiclayo, 2018
	<u>ESPECÍFICOS</u> Determinar un plan estratégico para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura. Diseñar un plan de marketing para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura. Determinar la viabilidad del plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura.
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS	
El instrumento consta de 22 reactivos y ha sido	

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
---	--

PLAN DE NEGOCIO

<p>1. ¿Con qué frecuencia usted recurre a un centro recreacional?</p> <p>1) Diario 2) Interdiario 3) Fin de semana 4) Mensual</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿En qué horario visita regularmente un centro recreacional?</p> <p>1) 8:00 am – 11:00 am 2) 12:00 pm – 15:00 pm 3) 15:00 pm – 18:00 pm 4) 18:00 pm – 21:00 pm</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿Con quién suele visitar un centro recreacional?</p> <p>1) Sólo 2) Con un amigo 3) Compañeros de trabajo } 4) Novio/a 5) familia</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?</p> <p>1) Menos de 500 2) 500 a 1000 3) 1000 a 2000</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>4) 2000 a 3000</p> <p>5) 30000 a 5000</p> <p>6) 5000 a mas</p>	<p>_____</p>
<p>5. ¿Cuál es su ocupación?</p> <p>1) Desempleado</p> <p>2) Empleado dependiente</p> <p>3) Independiente</p> <p>4) Empresario</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Cuál es el monto promedio que usted gasta cuando acude a un centro campestre recreacional?</p> <p>1) Menos de 50</p> <p>2) 50</p> <p>3) 50 a 100</p> <p>4) 100 a 200</p> <p>5) 200 a mas</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de un nuevo centro campestre recreacional y de turismo de aventura en la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Si</p> <p>2) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>4) 2000 a 3000</p> <p>5) 30000 a 5000</p> <p>6) 5000 a mas</p>	<p>_____</p>
<p>5. ¿Cuál es su ocupación?</p> <p>1) Desempleado</p> <p>2) Empleado dependiente</p> <p>3) Independiente</p> <p>4) Empresario</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Cuál es el monto promedio que usted gasta cuando acude a un centro campestre recreacional?</p> <p>1) Menos de 50</p> <p>2) 50</p> <p>3) 50 a 100</p> <p>4) 100 a 200</p> <p>5) 200 a mas</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de un nuevo centro campestre recreacional y de turismo de aventura en la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Si</p> <p>2) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

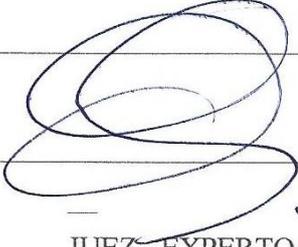
<p>8. ¿Cómo califica usted la seguridad que brindan los centros recreacionales en la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Bueno 2) Malo 3) Regular 4) Muy bueno 5) Muy malo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Cómo califica usted los servicios que brindan en los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Bueno 2) Malo 3) Regular 4) Muy bueno 5) Muy malo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Cuál es la razón por el cual usted acude a un centro recreacional?</p> <p>1) Comida 2) Piscinas 3) Juegos deportivos 4) Bailar 5) Mini Zoologico 6) Otros</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el centro recreacional?</p> <p>1) Paseo a caballo 2) Paseo de cuatrimotor</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3) Bungalows 4) Mini acuario 5) Salón de eventos sociales 6) Otros</p>	<p>_____</p>
<p>12. ¿Visitaría usted un centro recreacional si estuviera a 20 min de Chiclayo?</p> <p>1) Si 2) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Qué estilo le gustaría que sea este centro recreacional?</p> <p>1) Moderno (tradicional) 2) Rustico 3) Tipo Rancho 4) Otros</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿Qué aspecto interno del nuevo centro recreacional colmaría mayor sus expectativas de ser excelente?</p> <p>1) El diseño del ambiente 2) Atención personalizada 3) Musica 4) Comida 5) Otros</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de este centro recreacional?</p> <p>1) Redes sociales 2) Correo electrónico</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3) Televisión</p> <p>4) Radio</p> <p>5) Volantes</p>	<hr/> <hr/>
<p>16. Qué tipo de promociones le gustaría recibir en el establecimiento de un centro recreacional?</p> <p>1) Descuentos</p> <p>2) Vales de consumo</p> <p>3) Servicio gratis por onomástico</p> <p>4) Sesión de fotos gratis</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>17. ¿Qué tipo de beneficios desearía por el pago del ticket de entrada?</p> <p>1) Derecho a un piqueo</p> <p>2) Derecho a la entrada siguiente con 50 % de dcto</p> <p>3) Indiferente</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>18. ¿Cuál es el costo promedio que usted paga por el ingreso a los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) S/.10.00</p> <p>2) S/.15.00</p> <p>3) S/.20.00</p> <p>4) S/.25.00</p> <p>5) S/ MÁS DE .25.00</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>19. ¿Cómo califica los precios de las entradas a los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Bueno</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>2) Malo</p> <p>3) Regular</p> <p>4) Muy bueno</p> <p>5) Muy malo</p>	<hr/> <hr/>
<p>20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para el ingreso a un centro recreacional?</p> <p>1) S/.05.00</p> <p>2) S/.10.00</p> <p>3) S/.15.00</p> <p>4) S/.20.00</p> <p>5) Más de S/.20.00</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>21. ¿Cuánto tiempo promedio usted cree que es necesario esperar para la atención de alguna actividad que brinda un centro recreacional?</p> <p>1) 2 min</p> <p>2) 5 min</p> <p>3) 10min</p> <p>4) 15min</p> <p>5) 20 min</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>22 ¿Sería interesante para usted que el personal utilice un uniforme representativo a la empresa?</p> <p>1) Si</p> <p>2) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>22.</u> N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	Revisión de Itr. Preguntas y Alternativas.
3. OBSERVACIONES	



JUEZ-EXPERTO
Carlos Otero E.

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		<i>Karla Rosine Rojas Jimenez</i>
	PROFESIÓN	<i>Administración</i>
	ESPECIALIDAD	<i>Marketing - Recursos Humanos</i>
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)	<i>16 años</i>
	CARGO	<i>Docente</i>
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CAMPESTRE RECREACIONAL Y DE TURISMO DE AVENTURA EL RANCHO DE GALLITO CHICLAYO, 2018		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Tirado Mires, Deysi Thalía	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u>	
	Proponer un plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura El Rancho de Gallito Chiclayo, 2018	
	<u>ESPECÍFICOS</u>	
	Determinar un plan estratégico para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura.	
	Diseñar un plan de marketing para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura.	
	Determinar la viabilidad del plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura.	
<p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>		
	El instrumento consta de 22 reactivos y ha sido	

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
---	--

PLAN DE NEGOCIO	
1. ¿Con qué frecuencia usted recurre a un centro recreacional? 1) Diario 2) Interdiario 3) Fin de semana 4) Mensual	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
2. ¿En qué horario visita regularmente un centro recreacional? 1) 8:00 am – 11:00 am 2) 12:00 pm – 15:00 pm 3) 15:00 pm – 18:00 pm 4) 18:00 pm – 21:00 pm	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
3. ¿Con quién suele visitar un centro recreacional? 1) Sólo 2) Con un amigo 3) Compañeros de trabajo 4) Novio/a 5) familia	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____
4. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual? 1) Menos de 500 2) 500 a 1000 3) 1000 a 2000	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____

<p>4) 2000 a 3000</p> <p>5) 30000 a 5000</p> <p>6) 5000 a mas</p>	<p>_____</p>
<p>5. ¿Cuál es su ocupación?</p> <p>1) Desempleado</p> <p>2) Empleado dependiente</p> <p>3) Independiente</p> <p>4) Empresario</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Cuál es el monto promedio que usted gasta cuando acude a un centro campestre recreacional?</p> <p>1) Menos de 50</p> <p>2) 50</p> <p>3) 50 a 100</p> <p>4) 100 a 200</p> <p>5) 200 a mas</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de un nuevo centro campestre recreacional y de turismo de aventura en la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Si</p> <p>2) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>8. ¿Cómo califica usted la seguridad que brindan los centros recreacionales en la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Bueno 2) Malo 3) Regular 4) Muy bueno 5) Muy malo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Cómo califica usted los servicios que brindan en los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Bueno 2) Malo 3) Regular 4) Muy bueno 5) Muy malo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Cuál es la razón por el cual usted acude a un centro recreacional?</p> <p>1) Comida 2) Piscinas 3) Juegos deportivos 4) Bailar 5) Mini Zoologico 6) Otros</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el centro recreacional?</p> <p>1) Paseo a caballo 2) Paseo de cuatrimotor</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3) Bungalows 4) Mini acuario 5) Salón de eventos sociales 6) Otros</p>	<p>_____</p>
<p>12. ¿Visitaría usted un centro recreacional si estuviera a 20 min. de Chiclayo?</p> <p>1) Si 2) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Qué estilo le gustaría que sea este centro recreacional?</p> <p>1) Moderno (tradicional) 2) Rustico 3) Tipo Rancho 4) Otros</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿Qué aspecto interno del nuevo centro recreacional colmaría mayor sus expectativas de ser excelente?</p> <p>1) El diseño del ambiente 2) Atención personalizada 3) Musica 4) Comida 5) Otros</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de este centro recreacional?</p> <p>1) Redes sociales 2) Correo electrónico</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3) Televisión</p> <p>4) Radio</p> <p>5) Volantes</p>	<hr/>
<p>16. Qué tipo de promociones le gustaría recibir en el establecimiento de un centro recreacional?</p> <p>1) Descuentos</p> <p>2) Vales de consumo</p> <p>3) Servicio gratis por onomástico</p> <p>4) Sesión de fotos gratis</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>17. ¿Qué tipo de beneficios desearía por el pago del ticket de entrada?</p> <p>1) Derecho a un piqueo</p> <p>2) Derecho a la entrada siguiente con 50 % de dcto</p> <p>3) Indiferente</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>18. ¿Cuál es el costo promedio que usted paga por el ingreso a los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) S/.10.00</p> <p>2) S/.15.00</p> <p>3) S/.20.00</p> <p>4) S/.25.00</p> <p>5) S/ MÁS DE .25.00</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>19. ¿Cómo califica los precios de las entradas a los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Bueno</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>2) Malo</p> <p>3) Regular</p> <p>4) Muy bueno</p> <p>5) Muy malo</p>	<hr/>
<p>20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para el ingreso a un centro recreacional?</p> <p>1) S/.05.00</p> <p>2) S/.10.00</p> <p>3) S/.15.00</p> <p>4) S/.20.00</p> <p>5) Más de S/.20.00</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>21. ¿Cuánto tiempo promedio usted cree que es necesario esperar para la atención de alguna actividad que brinda un centro recreacional?</p> <p>1) 2 min</p> <p>2) 5 min</p> <p>3) 10min</p> <p>4) 15min</p> <p>5) 20 min</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>22 ¿Sería interesante para usted que el personal utilice un uniforme representativo a la empresa?</p> <p>1) Si</p> <p>2) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA _____ N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



JUEZ - EXPERTO

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Mg. Rafael A. Olaya León
	PROFESIÓN	Lic. en Adm.
	ESPECIALIDAD	MBA
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)	20 años
	CARGO	DTP - USS
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CAMPESTRE RECREACIONAL Y DE TURISMO DE AVENTURA EL RANCHO DE GALLITO CHICLAYO, 2018		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Tirado Mires Deysi Thalía	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u>	
	Proponer un plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura El rancho de Gallito Chiclayo, 2018	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>ESPECÍFICOS</u>	
	Determinar un plan estratégico para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura. Diseñar un plan de marketing para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura. Determinar la viabilidad del plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura.	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
		El instrumento consta de 22 reactivos y ha sido

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
PLAN DE NEGOCIO	
1. ¿Con qué frecuencia usted recurre a un centro recreacional? 1) Diario 2) Interdiario 3) Fin de semana 4) Mensual	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____ _____
2. ¿En qué horario visita regularmente un centro recreacional? 1) 8:00 am – 11:00 am 2) 12:00 pm – 15:00 pm 3) 15:00 pm – 18:00 pm 4) 18:00 pm – 21:00 pm	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____ _____
3. ¿Con quién suele visitar un centro recreacional? 1) Sólo 2) Con un amigo 3) Compañeros de trabajo 4) Novio/a 5) familia	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual? 1) Menos de 500 2) 500 a 1000 3) 1000 a 2000	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____ _____

<p>4) 2000 a 3000 5) 30000 a 5000 6) 5000 a mas</p>	<p>_____</p>
<p>5. ¿Cuál es su ocupación? 1) Desempleado 2) Empleado dependiente 3) Independiente 4) Empresario</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Cuál es el monto promedio que usted gasta cuando acude a un centro campestre recreacional? 1) Menos de 50 2) 50 3) 50 a 100 4) 100 a 200 5) 200 a mas</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de un nuevo centro campestre recreacional y de turismo de aventura en la ciudad de Chiclayo? 1) Si 2) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>8. ¿Cómo califica usted la seguridad que brindan los centros recreacionales en la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Muy Malo 2) Malo 3) Regular 4) Bueno 5) Muy Bueno</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Cómo califica usted los servicios que brindan en los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Muy Malo 2) Malo 3) Regular 4) Bueno 5) Muy Bueno</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Cuál es la razón por el cual usted acude a un centro recreacional?</p> <p>1) Comida 2) Piscinas 3) Juegos deportivos 4) Bailar 5) Mini Zoologico 6) Otros</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el centro recreacional?</p> <p>1) Paseo a caballo 2) Paseo de cuatrimotor</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3) Bungalows</p> <p>4) Mini acuario</p> <p>5) Salón de eventos sociales</p> <p>6) Otros</p>	<p>_____</p>
<p>12. ¿Visitaría usted un centro recreacional si estuviera a 20 min de Chiclayo?</p> <p>1) Si</p> <p>2) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Qué estilo le gustaría que sea este centro recreacional?</p> <p>1) Moderno (tradicional)</p> <p>2) Rustico</p> <p>3) Tipo Rancho</p> <p>4) Otros</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿Qué aspecto interno del nuevo centro recreacional colmaría mayor sus expectativas de ser excelente?</p> <p>1) El diseño del ambiente</p> <p>2) Atención personalizada</p> <p>3) Musica</p> <p>4) Comida</p> <p>5) Otros</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de este centro recreacional?</p> <p>1) Redes sociales</p> <p>2) Correo electrónico</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3) Televisión</p> <p>4) Radio</p> <p>5) Volantes</p>	<hr/> <hr/>
<p>16. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir en el establecimiento de un centro recreacional?</p> <p>1) Descuentos</p> <p>2) Vales de consumo</p> <p>3) Servicio gratis por onomástico</p> <p>4) Sesión de fotos gratis</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>17. ¿Qué tipo de beneficios desearía por el pago del ticket de entrada?</p> <p>1) Derecho a un piqueo</p> <p>2) Derecho a la entrada siguiente con 50 % de dcto</p> <p>3) Indiferente</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>18. ¿Cuál es el costo promedio que usted paga por el ingreso a los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) S/.10.00</p> <p>2) S/.15.00</p> <p>3) S/.20.00</p> <p>4) S/.25.00</p> <p>5) S/ MÁS DE .25.00</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>19. ¿Cómo califica los precios de las entradas a los centros recreacionales de la ciudad de Chiclayo?</p> <p>1) Muy Malo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/>

<p>2) Malo</p> <p>3) Regular</p> <p>4) Bueno</p> <p>5) Muy Bueno</p>	<hr/> <hr/>
<p>20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para el ingreso a un centro recreacional?</p> <p>1) S/.05.00</p> <p>2) S/.10.00</p> <p>3) S/.15.00</p> <p>4) S/.20.00</p> <p>5) Más de S/.20.00</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>21. ¿Cuánto tiempo promedio usted cree que es necesario esperar para la atención de alguna actividad que brinda un centro recreacional?</p> <p>1) 2 min</p> <p>2) 5 min</p> <p>3) 10min</p> <p>4) 15min</p> <p>5) 20 min</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>22 ¿Sería interesante para usted que el personal utilice un uniforme representativo a la empresa?</p> <p>1) Si</p> <p>2) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/>

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>29</u> N° TD <u>0</u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES <i>Revisa objetivo general y específicos.</i>	



JUEZ - EXPERTO

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Nombre del Estudiante: Tirado Mires Deysi Thalía

Título de Investigación: Plan de negocio para la creación de un Campestre Recreacional y de Turismo de Aventura El Rancho de Gallito, Chiclayo 2018

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES0	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TECNICAS	MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS
¿Será viable la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura en el distrito de San José?	<p>Objetivo General:</p> <p>Proponer un plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional de turismo de aventura El rancho de Gallito, Chiclayo 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar un plan estratégico para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura. Determinar la viabilidad de el plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura. 	Hi: Es viable la creación y funcionamiento para un centro campestre y recreacional y de turismo de aventura en el distrito de San José.	PLAN DE NEGOCIO	Cuantitativa Descriptiva No experimental Propositiva	384	Encuesta	<p>El método a utilizar es el método estadístico descriptivo, para obtener resultados en términos porcentuales, frecuencias.</p> <p>El proceso de datos obtenidos en las encuestas se llevará a cabo a través del programa estadístico SPSS versión 24 y el Microsoft Excel.</p>

-
3. Diseñar un plan de marketing para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura.

Facultad/Escola: Ciencias Empresariales/Escola Profesional de Administración.

ANEXO 3: RESOLUCION DE TESIS



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 1583- FACEM-USS-2018**

Chiclayo, 10 de diciembre del 2018.

VISTO:

El oficio N° 0970-2018/FACEM-DA-USS, de fecha 07 de diciembre del 2018, en donde la Directora de la EAP de Administración, solicita la aprobación de los proyectos de tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2018-II, y;

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Específico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de Investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Estado a lo expuesto y en el uso de las atribuciones conferidas,

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR los Proyecto de Tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2018-II, de la EAP de Administración, a cargo del docente MBA. CARLOS ANTONIO ANGULO CORCUERA, de acuerdo al cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.


USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC
Dra. Carmen Elvira Bascón Prado
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales


UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
Mg. Sandra Mary GUERRA
SECRETARÍA ACADÉMICA

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

Cc. Escuela, Archivo

uss.edu.pe



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 1583- FACEM-USS-2018

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	TITULO DE INVESTIGACIÓN	LINEAS DE INVESTIGACIÓN
1	ALARCON SAMAME ANDERSON EDMUNDO	PROPUESTA DE UN SISTEMA DE EVALUACION 360 GRADOS PARA FORTALECER EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA EVENTUAL SERVICES S.A. CHICLAYO, 2018	TALENTO HUMANO Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
2	BARRANTES HUAMAN TATIANA CAROLINA	LA METODOLOGIA CANVAS PARA MEJORAR LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA CLINICA VETERINARIA D'COLITAS.COM CHICLAYO, 2018	GESTION Y COMPETITIVIDAD
3	BARRANTES HUAMAN VIVIANA CAROLINA	ESTRATEGIA DE MARKETING RELACIONAL PARA MEJORAR LA FIDELIZACION DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MARIO VITERI E.I.R.L. CHICLAYO, 2018	MARKETING
4	BERNAL YNCIO GEANFRANCO	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN PARQUE TEMÁTICO DE REALIDAD VIRTUAL EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2018	EMPRENDEDURISMO Y PLANES DE NEGOCIO
5	CABREJOS CASTRO MILAGRO DE MARÍA	PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA I.E.P. FREDERICK SANGER CHICLAYO, 2018	GESTION Y COMPETITIVIDAD
6	CHUMBE LINARES OSCAR ULISES	ESTRATEGIAS DE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LA PILADORA NUEVO HORIZONTE S.A.C. CHICLAYO, 2018	TALENTO HUMANO Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
7	DIAZ MESONES DEIVY GERSON	MARKETING EMOCIONAL PARA MEJORAR LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA POLLERIA CAMPOS CHICKEN CHICLAYO, 2018	MARKETING
8	ENRIQUEZ VARELA JHONATAN JESÚS	MARKETING 3.0 PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA HIPERBODEGA UNO - BELAUNDE CHICLAYO, 2018	MARKETING
9	FERNANDEZ LLEMPEN EDINSON JUNIOR	ESTRATEGIAS DE BENCHMARKING PARA LOGRAR LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA CEVICHERIA JHON CHICLAYO, 2018	MARKETING
10	GARCIA CALDERON ESQUIVES YANG ZHENG	PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN SPA DE MASCOTAS APLICANDO EL MODELO FREEMIUM EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2018	EMPRENDEDURISMO Y PLANES DE NEGOCIO
11	HUAMAN LINARES LUZ ELENA	ESTRATEGIAS DE COACHING TRANSFORMACIONAL PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA EMPRESA CALLAYUC S.A.C. CHICLAYO, 2018	TALENTO HUMANO Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
12	JINGA SOLANO MARYORI NAYU	MARKETING VIRAL PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO EN EL RESTAURANTE SEÑOR PEZ CHICLAYO, 2018	MARKETING
13	LA SERNA BERNAL MARIANA ALEXANDRA	GESTION POR COMPETENCIAS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA MBN EXPORTACIONES LAMBAYEQUE S.R.L. 2018	TALENTO HUMANO Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
14	LAGUENTO HEREDIA LUIS ANGEL	GESTION DEL TALENTO HUMANO PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA SETAMI E.I.R.L CHICLAYO, 2018	TALENTO HUMANO Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
15	LLANOS MEDINA LUIS ALBERTO	GESTION POR COMPETENCIAS PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LA EMPRESA 2B & C INGENIEROS S.A.C. CHICLAYO, 2018.	TALENTO HUMANO Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
16	SANCHEZ PEREZ YULI	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA ELMERTEX S.A CHICLAYO, 2018	MARKETING
17	TIRADO MIRE DEYSI THALIA	PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN CENTRO CAMPESTRE RECREACIONAL Y DE TURISMO DE AVENTURA EL RANCHO DE GALLITO CHICLAYO, 2018	EMPRENDEDURISMO Y PLANES DE NEGOCIO
18	VILLALOBOS SAAVEDRA DELICY JACKELIN	ESTRATEGIAS DE MARKETING EXPERENCIAL PARA MEJORAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES PASAMAYO S.R.L CHICLAYO, 2018	MARKETING ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

ANEXO 4: FORMATO T1

FORMATO T1



FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 23 de Noviembre del 2021

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

El suscrito:
Deysi Thalía Tirado Mires a con DNI 75466768

En mi calidad de autor exclusivo de la investigación titulada: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CAMPESTRE RECREACIONAL Y DE TURISMO DE AVENTURA EI RANCHO DE GALLITO, CHICLAYO 2018 presentado y aprobado en el año 2019, como requisito para optar el título de Licenciada en Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Tirado Mires Deysi Thalía	75466768	

ANEXO 5: FOTOS



Aplicación de la encuesta a los pobladores del Distrito de San José.



Aplicación de la encuesta a los pobladores del Distrito de San José.

ANEXO 5: REPORTE TURNITIN

Similarity Report

PAPER NAME

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO CAMPESTRE RECREACI
ONAL Y DE TURISMO DE AVENTURA EI R
AN**

AUTHOR

Deysi Thalia Tirado Mires

WORD COUNT

12280 Words

CHARACTER COUNT

62036 Characters

PAGE COUNT

73 Pages

FILE SIZE

636.8KB

SUBMISSION DATE

May 2, 2023 3:30 PM GMT-5

REPORT DATE

May 2, 2023 3:31 PM GMT-5

● 20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 18% Internet database
- 5% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 12% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Small Matches (Less than 8 words)

ANEXO 6: ACTA DE ORIGINALIDAD



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1582 – FACEM – USS – 2018, presentado por la Bachiller, Deysi Thalia Tirado Mires, con su tesis Titulada Plan de Negocio para la Creación de un Centro Campestre Recreacional y de Turismo de Aventura El Rancho De Gallito, Chiclayo 2018

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 20% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 02 de mayo de 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abraham José García Yovera', is written over a horizontal line.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.