



UNIVERSIDAD JOSE CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS

**ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL HOSTAL SR. ALFIL, EN LA
CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2021**

PRESENTADO POR:

Bach. APAZA PEREZ, MARCOS RODOLFO

Bach. COPA COLANA, WILLY RIMANETH

ASESOR:

Dr. JULIO CESAR LUJAN MINAYA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

INGENIERO COMERCIAL

MOQUEGUA PERÚ

2021

Índice de contenido

PÁGINA DEL JURADO	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice de contenido.....	v
Índice de Tabla y gráficos	vi
Resumen	vii
Abstrac.....	viii
Introducción.....	ix
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION	10
1.1. Descripción del problema	10
1.2. Definición del problema	11
1.2.1. Problema principal:	11
1.2.2. Problemas secundarios:	11
1.3. Objetivos de la investigación	11
1.3.1. Objetivo Principal	11
1.3.2. Objetivos Específico	11
1.4. Justificación y limitaciones de la investigación	12
1.5. Variables	12
1.6. Hipótesis de la investigación	13
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes de la Investigación	14
2.2. Bases teóricas	16
2.3. Marco conceptual	17
2.3.1. Análisis del mercado objetivo	21
2.3.2. Perfil del consumidor	22
2.3.3. Análisis del entorno	23
2.3.4. Matriz FODA	28
2.3.5. Cadena de Valor	30
2.3.6. La Oferta	31
2.3.7. Estrategia de Precios	34
CAPITULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	35

3.1. Diseño de investigación.	35
3.2. Tipo de investigación.	35
3.3. Población y muestra.....	35
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	36
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	36
CAPITULO IV: PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.	37
4.1. Presentación de resultados por variable.	37
4.2. Contrastación de hipótesis.....	44
4.3. Discusión de resultados.....	46
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	48
5.1. Conclusiones.....	48
5.2. Recomendaciones.....	49
BIBLIOGRAFIA.....	50
ANEXOS.....	52

Índice de Tabla y gráficos

Tabla 1: Organigrama	38
Tabla 2: Maquinaria y Equipos.	38
Tabla 3: Plan De Inversiones o Inversión Realizada	39
Tabla 4: Flujo De Ventas.	40
Tabla 5: Plan De Financiamiento.	41
Tabla 6: Indicadores Financieros.	44
Tabla 7: Punto de Equilibrio.	41
Tabla 8: Ratios Financieros.	43

Resumen

En los últimos años en la ciudad de Moquegua se ha visto un incremento de la población debido al aumento de opciones laborales por medio de las empresas mineras y es por eso que son los negocios como los hostales los cuales saldrán beneficiados, ya que serán los encargados de satisfacer la necesidad de hospedaje, brindando un servicio con todas las comodidades necesarias y a un precio totalmente accesible.

El fin de este trabajo es poder observar el procedimiento, el desarrollo y el grado de rentabilidad del Hostal “Sr. ALFIL” en el año 2021. Como es de conocimiento, la rentabilidad de una empresa es fundamental para poder alcanzar los objetivos que sean planteados a corto, mediano y largo plazo, la cual va a tener un efecto positivo o negativo de acuerdo a las decisiones que se tome a lo largo del tiempo y se verá reflejada en la rentabilidad de la empresa.

Los datos mostrados en este trabajo fueron recogidos del mismo hostal y de algunas fuentes externas que ayudaron a conocer como es la situación global de la empresa.

Los precios se han establecido en concordancia a un análisis previo de los costos que se incluyen en este tipo de servicios. Para ejecutar el negocio se requiere una inversión total de S/. 30,883.00 de los cuales un 81% provienen del capital propio equivalente a S/. 25,000.00 y un 19% por financiamiento, equivalente a S/. 5,883.00.

Una vez obtenida toda la información necesaria se procedió a llevar a cabo las diferentes ratios de rentabilidad la cual es la forma más utilizada y sencilla para medir la rentabilidad, así como también su flujo de caja que permite observar la situación real del negocio y hacia donde se encuentra yendo.

Palabras claves: rentabilidad, inversión, patrimonio, ventas, margen comercial.

Abstrac

In recent years, the city of Moquegua has seen an increase in the population due to the increase in job options through mining companies and that is why it is businesses such as hostels that will benefit, since they will be in charge to satisfy the need for lodging, providing a service with all the necessary comforts and at a totally accessible price.

The purpose of this work is to be able to observe the procedure, the development and the degree of profitability of the Hostel "Sr. ALFIL" in the year 2021. As is known, the profitability of a company is essential to be able to achieve the objectives that are set in the short, medium and long term, which will have a positive or negative effect according to the decisions It is taken over time and it w

The data shown in this work was collected from the hostel itself and from some external sources that helped to know what the global situation of the company is like.ill be reflected in the profitability of the company.

The prices have been established in accordance with a previous analysis of the costs that are included in this type of services. To run the business a total investment of S /. 30,883.00 of which 81% come from equity equivalent to S /. 25,000.00 and 19% for financing, equivalent to S /. 5,883.00.

Once all the necessary information had been obtained, the different profitability ratios were carried out, which is the most used and simple way to measure profitability, as well as its cash flow that allows observing the real situation of the business and towards where is going.

Keywords: profitability, investment, equity, sales, commercial margin.

Introducción

El presente estudio se enfoca en el desarrollo y el grado de rentabilidad del Hostal “Sr. ALFIL” en el año 2021.

Como es de conocimiento, la rentabilidad de una empresa es fundamental para poder alcanzar los objetivos que sean planteados a corto, mediano y largo plazo, la cual va a tener un efecto positivo o negativo de acuerdo a las decisiones que se tome a lo largo del tiempo y se verá reflejada en la rentabilidad de la empresa.

Los datos mostrados en este trabajo fueron recogidos del mismo hostal y de algunas fuentes externas que ayudaron a conocer como es la situación global de la empresa.

Se realizó el siguiente trabajo, teniendo únicamente una variable, y el estudio realizado vendría a ser explicativo.

Del mismo se da ciertas recomendaciones que podrían colaborar en cuanto a la rentabilidad de la empresa.

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Descripción del problema.

En los últimos años en la ciudad de Moquegua se ha visto un incremento de la población debido al aumento de opciones laborales por medio de las empresas mineras y es por eso que son los negocios como los hostales los cuales saldrán beneficiados, ya que serán los encargados de satisfacer la necesidad de hospedaje, brindando un servicio con todas las comodidades necesarias y a un precio totalmente accesible.

La finalidad de este estudio es poder observar el procedimiento, el desarrollo y el grado de rentabilidad del Hostal “Sr. ALFIL” en el año 2021. Como es de conocimiento, la rentabilidad de una empresa es fundamental para poder alcanzar los objetivos que sean planteados a corto, mediano y largo plazo, la cual va a tener un efecto positivo o negativo de acuerdo a las decisiones que se tome a lo largo del tiempo y se verá reflejada en la rentabilidad de la empresa.

1.2. Definición del problema.

1.2.1. Problema principal:

¿Ha sido rentable el Hostal “Sr. ALFIL” de la ciudad de Moquegua en el 2021?

1.2.2. Problemas secundarios:

- ¿En qué medida la inversión determina la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil” de la ciudad de Moquegua, en el 2021?
- ¿Cómo influye el patrimonio en la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil” de la ciudad de Moquegua, en el 2021?
- ¿En qué medida las ventas determinan la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil” de la ciudad de Moquegua, en el 2021?
- ¿Cómo incide el margen comercial en la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil” de la ciudad de Moquegua, en el 2021?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo Principal.

Determinar la rentabilidad del Hostal “Sr. ALFIL” de la ciudad de Moquegua en el año 2021

1.3.2. Objetivos Específico

- Determinar la incidencia de la inversión en la rentabilidad del Hostal “Sr. ALFIL” de la ciudad de Moquegua en el año 2021.
- Determinar la relevancia del patrimonio en la rentabilidad del Hostal “Sr. ALFIL” de la ciudad de Moquegua en el año 2021.
- Determinar la influencia de las ventas netas en la rentabilidad del Hostal “Sr. ALFIL” de la ciudad de Moquegua en el año 2021.
- Determinar la incidencia que tienen los costos de venta en el nivel de la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil” de la ciudad de Moquegua, en el año 2021.

1.4. Justificación y limitaciones de la investigación.

Este estudio realiza un aporte teórico importante a la gestión empresarial, se toma en cuenta una línea que fija una construcción a partir del punto de vista teórica que, si bien ha hallado trascendencia en algún escenario en distintas naciones desarrolladas, no ha conseguido hallar un apoyo en algún espacio contextualizado o cercano. En relación con ello, los descubrimientos que se efectuaron cooperan con una empírica evidencia a la realización de este modelo para la concepción de la rentabilidad. Asimismo, se efectuó una verificación de distintos modelos relacionados a la rentabilidad, a partir de la posición empírica y el descubrimiento, aun cuando los escenarios donde se aplican sean diferentes.

Por último, que agrega un eje referente cuando se desea hacer una interpretación de los ingresos mayores en un amplio contexto de las actividades de las organizaciones; en ese marco, tradicionalmente variables sustentadas podrían constituirse en realidad con mediatas variables.

1.5. Variables.

La variable objeto de estudio es la rentabilidad y el conjunto de indicadores que la conforman, y para el presente trabajo aplicaremos las fórmulas de la inversión, patrimonio, ventas netas y margen general.

- Inversión

$$\text{Formula} = \text{Utilidad Neta} / \text{Activos totales}$$

- Patrimonio

$$\text{Fórmula} = \text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio}$$

- Ventas netas

$$\text{Fórmula} = \text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Netas}$$

- Margen general

$$\text{Fórmula} = \text{Margen Comercial} - \text{Costos} / \text{Ventas Netas}$$

1.6. Hipótesis de la investigación.

H1: Los análisis financieros demuestran la existencia de rentabilidad en el Hostal SR. ALFIL, en la ciudad de Moquegua año.

H0: Los análisis financieros no demuestran la existencia de rentabilidad en el Hostal SR. ALFIL, en la ciudad de Moquegua año.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Entre los antecedentes hallados con referencia a la variable de estudio tenemos a:

Obando (2005) en su estudio indica que la rentabilidad económica en las empresas expresa la relación existente entre la utilidad neta (utilidad que se genera luego de cancelar los costos totales) y el activo total con el que cuenta las empresas. Los sistemas de producción lechera en ganadería de altura, presentan una serie de elementos y características que lo hacen particular. A medida que se especializa el sistema de producción se tienden a generar una serie de demandas que incrementan los costos del mismo. Indudablemente que la alimentación se convierte en el alimento clave de este sistema presentando al uso de alimentos concentrados uno de los principales factores que encarecen y aumenta nuestros costos de producción.

El análisis de la rentabilidad se convierte entonces fundamental en un indicador para evaluar la eficacia y eficiencia económica de la utilidad productiva y posteriormente poder implementar distintas estrategias que cooperan en la mejora del sistema.

En sus conclusiones y recomendaciones indica. El valor numérico de la rentabilidad nos da una idea clara de cuál es el resultado de la gestión

en nuestra finca, considerando una serie de factores que condicionan la misma.

La colaboración entre distintas organizaciones, complementando con políticas que posibiliten comprender la modernización como una definición inclusiva y un procedimiento cotidiano creativo, que se vincule a distintos modelos de empresa, por tal motivo sería considerado como aplicable perfectamente a cualquier organización de estudio. Asimismo, guarda vínculos fuertes con la gestión de un MKT de forma interna, lo cual tenga la capacidad de impulsar al personal y las ventas, los valores que se relacionan con una cultura organizacional con el fin de propiciar conductas proactivas y creativas, puesto que ello también es importante para conseguir una rentabilidad óptima de negocio.

En consecuencia, si las organizaciones emprenden su esfuerzo en promover y desarrollar una cultura organizacional, el Grado de Orientación al Valor del Cliente por parte de la Fuerza de Ventas, la Ética empresarial y su Valor de Marca la Adopción de TIC's, por medio de políticas que estimulen una conducta asociada, poseerán una rápida y mejor capacidad de respuesta con respecto a los distintos cambios que puedan tener los consumidores, por medio de una gestión correcta del equipo de venta, lo cual cooperara a las mejoras del desenvolvimiento de la organización logrando así una buena rentabilidad para la compañía.

Acorde a Nieto (2017) en su análisis a fin de conseguir el título de contador Público "*Componentes de desarrollo y rentabilidad de las Mypes del área mercantil del parque industrial de Villa el Salvador – Lima 2016*". Donde el fue no experimental su diseño, aplicado su tipo de estudio, con una totalidad de 1455 Mypes como población las que pertenecen al área comercial del lugar a investigar, de allí se tomó en consideración a 136 individuos y se dispuso como técnica a la encuesta, para terminar se llegó a concluir que la utilización de estrategias tecnológicas es un tema separado para estas Mypes las cuales no asignan ningún registro para estas

tecnologías, haciéndoles falta de beneficios innumerables que estas herramientas ofrecen.

Para este investigador lo que incide en la rentabilidad y desarrollo de estos negocios es acceder a los créditos de algún banco lo cual permita la optimización de los bienes o servicios que ofrece, asimismo estas organizaciones se le recomienda que se adapten al cambio que se viene generando a fin de seguir teniendo crecimiento en la medida que actualmente se tiene la existencia de bastantes organizaciones que por carecer de su manejo o capacitaciones no obtienen los objetivos deseados, por tanto no es apropiada su rentabilidad.

Según Llempen (2018) en su tesis donde analizo los resultados de sus ratios, llegando a concluir que el rendimiento acerca de la inversión disminuyo en 2017 a un 0.01%, porque se hizo costos que no eran necesarios, más sucedió lo contrario con los ingresos ya que las ventas se incrementaron en un 0.06%; ello sucederá mientras siga cumpliendo con las obligaciones corriente las cuales son una ayuda para su sostenimiento

2.2. Bases teóricas.

➤ Rentabilidad

Ccaccya (2015) Análisis de rentabilidad de una empresa.

Se considera como un previo entendimiento el cual se pone en todo acto económico donde hacen un desplazamiento sea financiero, humano o material con un fin único a fin de conseguir ciertas finalidades. Por otro lado, se puede hacer una evaluación o conocer, comparando el valor de los medios lo cuales se han usado para esas ganancias y el resultado final. No obstante, la efectividad que se posee a fin de producir ganancias va depender de los recursos que la organización tenga al momento de efectuar su operación. (P. 341)

2.3. Marco conceptual.

➤ Rentabilidad

Sánchez (2002) menciona que es una forma en como la empresa puede analizar los movimientos monetarios realizados en un tiempo establecido, entre otros movimientos se encuentran los activos.

Por otro lado, Hoz, Ferrer, y Hoz (2008), lo indica como una manera que tiene la empresa de poder ver su independización financiera, y como se llega a ella con la utilización de los activos (pág. 10)

Guajardo, (2002) indica que gracias a ella se logra distinguir los acciones que traen consecuencias positivas en cuestión monetaria a la empresa.

Rosillón, 2009 indica que induce de manera asertiva en las decisiones que se realizaran en la empresa con la meta de incrementar sus beneficios económicos

Bentacourt, Vergara, y Ramírez, 2012 ellos indican que esto vendría ser una forma de cómo la empresa ve el camino a su supervivencia en un tiempo limitado

➤ EE FF

(ZEBALLOS, 2013) indica que gracias a estos estados los que tienen la obligación de velar por la empresa, puedan generar la información que les permita seguir yendo por el camino que van o cambiarlo.

➤ Costos

Según Rayburn, son las consecuencias monetarias de las acciones que realizan quienes estén a cargo de la empresa.

➤ **Rentabilidad Económica (ROA)**

Jaime (2010), menciona que es la manera de tener el resultado favorable de las acciones hechas con anterioridad en la empresa.

➤ **Rentabilidad de ventas**

Perú contable (19 de octubre, 2017) indica que fácilmente los encargados de la empresa pueden tomar acciones que favorezcan a la empresa en adquirir más ganancias económicas

➤ **Inversión**

Gitman (2012) menciona que es una forma de tomar acción en cómo utilizar el dinero, con la finalidad de obtener ganancias independientes.

➤ **Patrimonio**

Esta terminación tiene como procedencia del latín con la misma denominación y se relaciona como una agrupación de bienes pertenecientes a solo un individuo sea persona jurídica o natural. Se suele usar para denominar a lo que se considera susceptible de una económica estimación, aun cuando puede emplearse de una forma simbólica. (Onofre y Marroquín, 2016, pág. 34)

➤ **Ventas Netas.**

Incorpora todos los ingresos obtenidos por la prestación de algún servicio o venta de algún producto procedentes de actividades comerciales, considerando bonificaciones, rebajas o descuentos que no son financieros. (Caballero, 2012, pág. 23)

➤ **Financiamiento**

Según Westreicher (2018) menciona a esto como la unión de tanto de decisiones como acciones, que son ejecutadas, para posterior a ello se obtengan grandes beneficios

➤ **Margen Comercial.**

Es un parámetro que se determina a través de la diferencia entre las ventas de los bienes y su costo: el costo de los productos. (Caballero, 2012, pág. 44)

El Hostal “Sr. ALFIL” fue fundado el 10 de abril del 2014 por Shirley Viviana Catacora Amésquita, el cual tiene como ubicación en la Calle José Carlos Mariátegui F – 5, San Francisco – Moquegua.

El local del Hostal “Sr. ALFIL” cuenta con dos pisos donde se encuentran ubicadas las habitaciones, que son un total del 14, entre las cuales podemos encontrar habitación simple, especial o matrimonial y familiar. El Hostal también cuenta con un espacio que puede ser utilizado por nuestros clientes para cualquier tipo de eventos que deseen organizar, también cuenta con una cochera propia.

➤ **Misión**

Lo principal es que el cliente se sienta como en casa, brindándole un servicio de calidad el cual supere sus expectativas y darle la satisfacción que merecen durante su estadía en nuestras instalaciones.

➤ **Visión**

Lograr ser el líder dentro del sector de hostales de nuestra categoría; operando a través de un sistema de mejoramiento continuo, para así obtener la fidelidad y preferencia de nuestros clientes a lo largo del tiempo.

➤ **Valores**

Respeto
Responsabilidad
Unión
Compañerismo

➤ **Servicios a Ofrecer**

Habitación Simple

- Cama de Plaza y media
- Baño privado
- Agua Caliente
- Artículos de aseo gratis
- WiFi
- Cable
- Tv pantalla plana

Habitación Especial o Matrimonial

- Cama de dos plazas
- Baño privado
- Agua caliente
- Artículos de aseo gratis
- WiFi
- Cable
- Tv pantalla plana

Habitación Familiar

- Cama de dos plazas – cama de plaza y media
- Baño privado
- Agua caliente
- Artículos de aseo gratis
- WiFi
- Cable
- Tv pantalla plana

➤ **Objetivos Estratégicos**

- Fidelizar a nuestros clientes con una buena atención y servicio.
- Lograr hacernos una empresa conocida y posicionarnos en el mercado.
- Evolución en internet y redes sociales.
- Mejorar el compromiso del personal evaluando su eficacia y su eficiencia.
- Evaluar los estándares de calidad de nuestro servicio.
- Reforzar las relaciones con nuestros clientes clave (empresas privadas).

2.3.1. Análisis del mercado objetivo

Definición de Mercado

Este estudio se realizará en la ciudad de Moquegua, provincia de Mariscal Nieto, distrito Moquegua.

Se consideraron dos factores a fin de establecer la zona, estos se mencionan a continuación:

- La provincia viene experimentando un crecimiento poblacional constante debido a las oportunidades laborales que se presentan en la actualidad.
- La Región Moquegua, caracterizada por sus abundantes recursos naturales especialmente mineros y agrícolas, por ello ha sido considerada como una de las regiones más confiables para realizar inversiones es por ello que hay una buena proyección económica para Moquegua y un gran horizonte de desarrollo e inversiones en los próximos años.

Tendencia de Mercado

Dadas las inversiones futuras en la región considerando el inicio de las operaciones de la empresa minera Quellaveco, el incremento del turismo, el incremento de la asignación de recursos económicos a través del canon minero se visiona un panorama optimista; considerando que estas inversiones atraerán personas y familias que necesitarán de un alojamiento u hospedaje como una necesidad básica para su vivencia en la zona.

2.3.2. Perfil del consumidor

Segmentación

El Hostal “Sr. ALFIL” está dirigido principalmente a empresas privadas, empresas públicas y público en general mayores de 18 años, de ambos sexos que pertenezcan a la clase del nivel socioeconómico B y C, que se encuentren en la ciudad de Moquegua por motivo de turismo, trabajo, etc. y que deseen contar con el servicio de alojamiento, de manera que se haga agradable su estancia y privacidad.

2.3.3. Análisis del entorno

5 fuerzas de Michael Porter

➤ Rivalidad entre competidores:

En la ciudad de Moquegua existe una gran cantidad de hostales, hoteles, hospedajes, debido al incremento de la población que llega a nuestra ciudad por motivos de trabajo, turismo, etc. lo que hace que exista mucha competencia.

NOMBRE	PRECIOS	SERVICIOS	UBICACION
Sr. ALFIL	<ul style="list-style-type: none">• Individual: S/. 40• Matrimonial o Especial: S/. 50• Familiar: S/. 70	<ul style="list-style-type: none">• Baño privado• Agua Caliente• Artículos de aseo gratis• WiFi gratis• Cable• Televisores pantalla plana	Calle José Carlos Mariátegui F-5 San Francisco – Moquegua, Perú
Andino VIP	<ul style="list-style-type: none">• Individual: S/. 64• Doble: S/. 80• Familiar: S/. 129	<ul style="list-style-type: none">• TV de pantalla plana• Baño privado• WiFi gratis• Teléfono• Canales por cable• Artículos de aseo gratis	Frente al Terminal Terrestre - Moquegua
Columbia	<ul style="list-style-type: none">• Individual: S/. 55• Doble: S/. 80• Familiar: S/. 122	<ul style="list-style-type: none">• TV de pantalla plana• Baño privado• Teléfono• WiFi gratis• Canales por cable• Artículos de aseo gratis	Calle Junín 334 cercado, Moquegua, Perú
Principado	<ul style="list-style-type: none">• Individual: S/. 71• Doble: S/. 96	<ul style="list-style-type: none">• TV de pantalla plana• Baño privado• WiFi gratis• Aire acondicionado• Teléfono• Canales por cable• Artículos de aseo gratis	Calle Moquegua #249, Moquegua, Perú

➤ **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Al tener un incremento de la población y debido a las pocas barreras que existe para el ingreso de competidores es que tenemos que escoger estrategias que nos permitan mantenernos en el mercado.

NOMBRE	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PRECIOS
Sr. ALFIL	Cochera Limpieza de habitación diaria Salón de Eventos	Individual: S/. 40 Matrimonial o Especial: S/. 50 Familiar: S/. 70
Andino VIP	Cochera Limpieza de habitación diaria Salón de Eventos	Individual: S/. 64 Doble: S/. 80 Familiar: S/. 129
Columbia	Cochera Servicio de lavandería Limpieza de habitación diaria	Individual: S/. 55 Doble: S/. 80 Familiar: S/. 122
Principado	Servicio de lavandería (de pago) Limpieza de habitación diaria	Individual: S/. 71 Doble: S/. 96

➤ **Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos**

En el caso de los hostales por ser un servicio es que existen muy pocos sustitutos, en este caso hemos considerado como posibles sustitutos a los siguientes servicios:

- Alquiler de departamentos
- Alquiler de casas

➤ **Poder de Negociación de los Proveedores**

El poder de negociación de los proveedores de la industria hotelera es favorable, es decir los proveedores de esta industria tiene bajo poder de negociación. Esta fuerza resulta favorable ya que los

recursos e insumos necesarios para un hotel son fáciles de conseguir, hay muchos proveedores y no tienen procesos únicos.

- Promart
- Plaza vea
- Falabella
- Sodimac

➤ **Poder de negociación de los consumidores**

El cliente en este sector cuenta con un poder de negociación alto, puesto que en el mercado hay muchas empresas competidoras, y si esta no ofrece una oferta buena que consiga dar satisfacción a cada necesidad que tiene, les será muy complicado escoger otra opción. Asimismo, son bastantes los consumidores y adquieren distintos tipos de servicios, por ello se considera que es mayor su poder.

Análisis PESTEL

➤ **Político**

El Perú en las últimas décadas cuenta con un gobierno democrático, el cual promueve y garantiza el respeto a ley, de esta manera promueve una continua creación de empresas, el clima político es inestable pero la situación económica se mantiene dentro de los estándares aceptables, permitiendo que la actividad en este caso turística y hotelera puedan operar en el país sin ningún tipo de inconvenientes.

Por otra parte, existe también una carencia en transporte e infraestructura, lo cual es el freno mayor para el crecimiento de servicios turísticos y hoteleros al interior de nuestro país. Por ejemplo, en la culminación de inversiones significativas, por citar: aeropuertos, trenes, puentes y carreteras. Estas causales generan la actual situación económica de desaceleración de la economía peruana.

➤ **Económico**

En el Perú el sector turismo representa cerca del 4% de la actividad económica, este sector ha tenido de manera sostenible un crecimiento

en los últimos cinco años un de 7,5%, en promedio, en los que se ha venido promocionando actividades mediante la marca Perú en distintas campañas estratégicas de mercado y de publicidad las mismas que han cooperado para que la imagen del Perú logre posicionarse.

La cantidad de turistas que recibe el Perú son alrededor de 3,5 millones de turistas internacionales, los cuales generan divisas por US\$ 3,319 millones, con un gasto de viajero en promedio de US\$ 960. Mas ahora en tiempos de pandemia se da una escasez de turistas.

En el 2021 se espera un crecimiento importante en la Minería en un 5,3% y del sector hotelero se estima un crecimiento de 30% respecto al periodo 2017 en donde se proyecta recibir aproximadamente 7 millones de turistas extranjeros.

➤ **Social**

Para el desarrollo el turismo sustentable, se considera una única oportunidad a fin de extender las contribuciones de este sector a los tres pilares de sostenibilidad: ambiental, social y ambiental.

Asimismo, el sector turístico contribuye con positivos beneficios como promover las interrelaciones entre diferentes comunidades.

Este sector hace que la atención sanitaria mejore en las distintas regiones donde tiene su desarrollo, puesto que el turista prioriza cada aspecto que se relaciona con salud. Estas mejoras suelen dispersarse a otros servicios y facilidades: mejora de los medios de comunicación, recojo de residuos sólidos o

alumbrado. Entonces, mejora también la calidad de vida de los habitantes.

➤ **Tecnológico**

El sector hotelero, ha tenido un impacto por los distintos avances en la tecnología. Lo cual ha implicado la adaptación a las tendencias digitales nuevas. Allí se tiene a la conectividad considerado un básico elemento.

Actualmente se podría decir que casi todos los individuos cuentan con dispositivos por donde tienen la posibilidad de conectarse a internet, ello demanda que todo servicio de hospedaje, por un tema de marketing o imagen, cuente con sus redes sociales, página web donde dé a conocer información de lo que ofrece, las cualidades del alojamiento, sistema de reserva, los precios, el pago y las promociones.

➤ **Ecológico**

A medida que pasa el tiempo a nivel global cobra una importancia mayor el cuidado de nuestro medio ambiente. En el caso del sector hotelero se considera esencial hacer una identificación de cada impacto ambiental que pueda causar su funcionamiento. Hacer esfuerzos a fin de brindar una utilización del agua sostenible y en cuanto a energía efectuar la búsqueda eficiente por medio de paneles solares, asimismo conservar una clasificación de residuos sólidos que en las instalaciones se generan.

➤ **Legal**

Ley N° 2779, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, menciona que este organismo del Estado tiene la responsabilidad de regular,

orientar y promover las actividades turísticas, a fin de que se promueva un sostenible desarrollo.

Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, con él que se aprobó el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje donde se determina cada disposición para la supervisión, funcionamiento, categorización y clasificación de estas empresas.

Ley N° 29408, Ley General del Turismo, en la que se encuentra toda la normatividad para la regulación y desarrollo de las actividades turísticas, allí se puede mencionar el artículo 27 donde dice que es un prestador del servicio turístico la persona natural o jurídica la cual participe en las actividades turísticas, con el principal propósito de hacer promoción del servicio turístico de forma directa de utilidad indispensable y básica para que se puedan desarrollar los turistas sus actividades, determinando en el literal a) de Anexo N°1 que el que presta servicio de hospedaje se considera un prestador de servicio turístico.

2.3.4. Matriz FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores Internos		F1. Accesibilidad de precios F2. Instalaciones bien implementadas F3. Señalizaciones y seguridad	D1. Débil uso de herramientas de marketing y publicidad D2. Falta de diversificación de servicios ofrecidos
Factores Externos		F4. Alianzas estrategias con empresas privadas.	D3. No se cuenta con un plan estratégico para el negocio

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1. Inversiones futuras programadas en el ámbito público y privado.	(F1F4, -O1) Utilizar la accesibilidad de precios para captar ganancias de inversiones futuras,	(D1,D2-O1) Aplicar un buen plan de marketing y buena publicidad para captar más clientes,
O2. Existencia futura de la demanda referente al servicio.	(F2,F3-O2) Brindar un servicio de calidad ofreciendo plena tranquilidad y seguridad,	(D3-02) Brindar nuevos servicios para atraer hasta los clientes más exigentes.
O3. Nuevas tecnologías.	(F2-O3) Aprovechar las nuevas tecnologías para seguir implementando nuestro establecimiento y así mantener la seguridad y satisfacción del cliente.	(D4-03) Realizar una capacitación a nuestro personal para aprovechar la tecnología y saber afrontar rápido los constantes cambios del mercado

AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1. La competencia en servicios hoteleros es incremental	(F1,F2-A1) Desarrollar servicios complementarios e ir mejorando los existentes.	(D1,D2-01) Insertarnos en páginas internacionales de hospedaje nos ayudaran a hacernos más conocidos y competitivos.
A2. la región está en una ubicación geográfica vulnerable por desastres naturales	(F3-A2) Abastecernos con los instrumentos y señalizaciones necesarias para combatir desastres naturales	(D4-A2) Al encontrarnos en una zona altamente sísmica se debe implementar un plan de seguridad frente a desastres y la delimitación de las zonas seguras dentro del hotel y equipos de mitigación para tal fin.
A3. Cambios vertiginosos en las necesidades y percepciones de nuestro segmento de clientes	(F2,F4-A3) Implementar una campaña agresiva de incentivo para que los clientes accedan a nuestro servicio.	(D4,O3) Analizar cada cierto tiempo los distintos gustos y preferencias de los clientes para satisfacer sus necesidades (estudio de mercado)

2.3.5. Cadena de Valor

ACTIVIDADES DE APOYO	INFRAESTRUCTURA: Instalaciones adecuadas, bien implementadas y modernas, mantenimiento diario de las instalaciones del hotel				
	GESTIO DE RECURSOS HUMANOS: Reclutamiento y contratación de personal, capacitación del personal para una adecuada atención, orientación sobre la revisión de habitaciones, manejo de mercadotecnia y ventas.				
	Desarrollo Tecnológico: Manejo y control de reservaciones en línea, Sistema mecanizado de control de habitaciones, actualización de información vía internet, control preventivo de equipos para evitar fallas e imprevistos (extintores, reflectores contra apagones)				
	Adquisición: Previsión oportuna de las temporadas, procedimientos para encontrar los insumos y suministros al costo más bajo (de calidad aceptable), material publicitario o de imagen,				
	Logística Interna o de Entrada	Operaciones	Logística externa	Marketing y Ventas	Servicio Post-Venta
	<ol style="list-style-type: none"> Reservación de habitaciones efectivas (en línea o directas) Recepción de Huéspedes Registro de Clientes Asignación de habitaciones 	<ol style="list-style-type: none"> Servicio a las habitaciones Venta de bebidas y golosinas Servicio de lavandería Servicio de Cochera Organización de eventos 	<ol style="list-style-type: none"> Registro de salida del huésped Facturación adecuada 	<ol style="list-style-type: none"> Promocionar los servicios del hotel vía Web, radio, volanteo Promociones para los clientes Base de Datos actualizada sobre tarifas de los servicios 	<ol style="list-style-type: none"> Implementación del buzón de reclamos o sugerencias Análisis de satisfacción del cliente
ACTIVIDADES PRIMARIAS					

MARGEN

2.3.6. La Oferta.

¿Qué servicio voy a brindar?

El servicio que brinda el Hostal Sr. ALFIL de la ciudad de Moquegua es de hospedaje en las siguientes modalidades:

HABITACIONES

- **Individual**
 - **Matrimonial o Especial**
 - **Familiar**
-

¿Cómo voy a brindar el servicio?

El servicio de hospedaje se brindará buscando principalmente la comodidad, confort y satisfacción de los clientes, el cual contará con los siguientes complementos:

- Baño privado
- Agua caliente
- Artículos de aseo gratis
- WiFi
- Cable
- Tv pantalla plana

¿Qué tecnología voy a aplicar a mi producción?

El hostal Sr. ALFIL requiere tecnología básica para su producción:
Internet – Cable

¿Qué método o estilo de servicio utilizaré?

El estilo de servicio que se utilizará es personalizado ya que los clientes tendrán la opción de elegir el tipo de habitación que desean utilizar.

¿A cuántos clientes voy a atender?

El hostal Sr. ALFIL atenderá aproximadamente a 1440 personas al año.

¿Desde dónde voy a servir?

El local está ubicado en la calle José Carlos Mariátegui F-5, San Francisco – Moquegua.

¿Cómo hago llegar mi servicio al cliente?

Mi servicio llegará hacia nuestros clientes por los siguientes medios:

- **Internet:** se ha convertido en parte fundamental para que cualquier negocio maximice sus ventas, es por eso que decidimos utilizar los siguientes puntos:
- **Booking:** tiene como misión poner el mundo al alcance de todos, conecta a los viajeros con la oferta más amplia de alojamientos, los clientes pueden reservar sus alojamientos sin gastos de gestión y sin pagar de más.

Booking.com

S/ [Regístrate tu alojamiento](#) [Hazte una cuenta](#) [Inicia sesión](#)

[Alojamiento](#) [Vuelos](#) [Alquiler de coches](#) [Taxis al aeropuerto](#)

Inicio > Perú > Moquegua > Moquegua > Resultados de la búsqueda

Buscar

Destino/Nombre del alojamiento:
Moquegua

Fecha de entrada
Fecha de entrada

Fecha de salida
Fecha de salida

2 adultos

Sin niños 1 habitación

Viaje por trabajo

Buscar

Moquegua: 12 alojamientos encontrados
Las 3 razones para visitar este lugar: vino, actividades al aire libre y comida

[Vista en mapa](#)

Nuestros destacados Precio más bajo Estrellas Distancia desde el centro de la ciudad Más valorados

Hostal Sr. ALFIL
Moquegua - [Mostrar en el mapa](#) (a 4.5 km del centro)

El Hostal Sr está situado en Moquegua. El ALFIL está a 3.6 km del estadio 25 de Noviembre. Todas las habitaciones del establecimiento están equipadas con TV de pantalla plana.

Se puede reservar sin tarjeta de crédito

[Mostrar precios](#)

¿Aún te interesa el **Hostal Sr. ALFIL**? Introduce tus fechas y reserva antes de que sea demasiado tarde.

¿Cuándo quieres alojarte en el Hostal Sr. ALFIL?

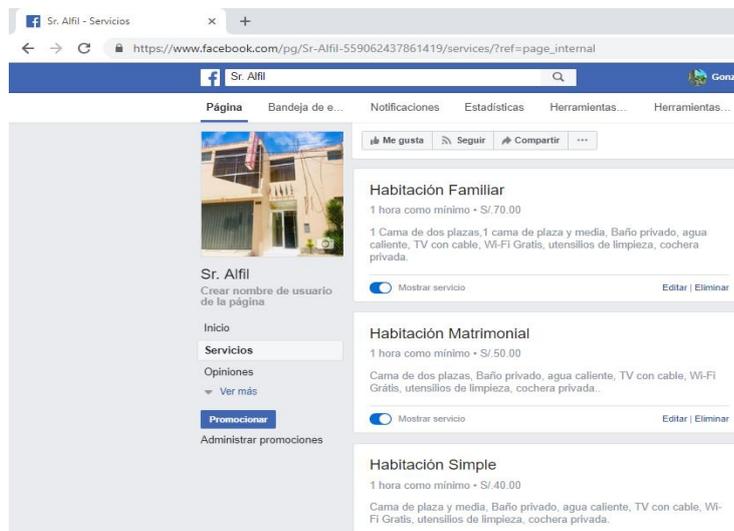
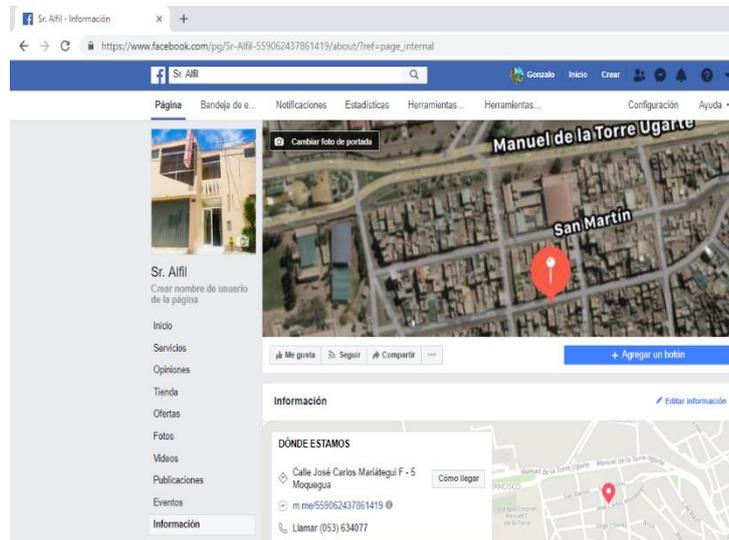
Fecha de entrada Fecha de salida

Fecha de entrada Fecha de salida [Ver disponibilidad](#)

Habitaciones 1 Adultos 2 Niños 0

Capacidad	Tipo de habitación	
3 personas	Habitación Familiar 2 camas dobles	Mostrar precios
2 personas	Habitación con cama grande 1 cama doble	Mostrar precios
1 persona	Habitación Individual 1 cama individual	Mostrar precios

- **Facebook:** hoy en día es una de las redes sociales más utilizadas por personas de todo el mundo, ingresar una página del hostel permitirá captar más clientes.



- **Radio:** Nos permitirá llegar a aquellas personas que no utilizan mucho el internet.

Radio Americana: lleva 18 años liderando la sintonía de la Región Moquegua, es una emisora que escucha a su audiencia y

traslada su voz a la comunidad a través de los 95.7FM y en Ilo a través de los 101.7FM

AUDIENCIA RADIAL DE EMISORAS FM/AM: MOQUEGUA

1ra. SEMANA DE JUNIO 2015



2.3.7. Estrategia de Precios.

Si bien los precios es una de las principales variables que influyen en el momento de compra, no es la única, actualmente las personas también observan la calidad y un buen trato que ofrecen al momento de ser atendidos, por lo valoran más y vendría a ser un plus al producto que ofrecen.

La estrategia de precios que podrían emplear es hacer que los precios vayan de acuerdo a la calidad de servicio que ofrece el los hospedajes u hostales, por otro lado, también podría bajar sus precios con el fin de desplazar a una parte de la competencia y fidelizar los que ya posee en ese entonces.

CAPITULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. Diseño de investigación.

Para el diseño del estudio se optó solo por una variable que es la rentabilidad, puesto que así se lograra observar la realización de las ratios financieros y su relevancia para la organización.

3.2. Tipo de investigación.

El presente estudio presenta un método de investigación cuantitativa descriptiva, ya que se tomará datos numéricos para hallar la rentabilidad del Hostal SR. Alfil, para tal caso se realizará un análisis se necesitará tanto el Estado de Resultados como el Balance General de la empresa y las ratios financieras.

3.3. Población y muestra.

Como población se tomó en cuenta todos los registros de libros con referencia a la gestión logística, costos, utilidades, entre otros, del Hostal Sr. Alfil en el año 2021.

En este caso la muestra es equivalente a la población; en otras palabras, registros de libros de la empresa Hostal Sr. Alfil del año 2021.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Variable	Técnica	Instrumento	Utilidad
Rentabilidad	Observación	Documentos	Medición
	Análisis	financieros	la rentabilidad/gestión
	documental	Documentos de gestión	

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Luego de la recaudación de la información se continuará con el análisis de los datos, por lo que se utilizará el Excel por medio del cual se logrará la obtención de gráficos y tablas que de manera detallada y estructurada muestren la información conseguida, ocasionando a su vez una base, que será de mucha ayuda como antecedente para futuros estudios.

CAPITULO IV: PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

4.1. Presentación de resultados por variable.

El Hostal Sr. Alfil se encuentra ubicado en el distrito de Moquegua, que como se ve en la imagen está ubicado en la Calle José Carlos Mariátegui F – 5, San Francisco, Moquegua.

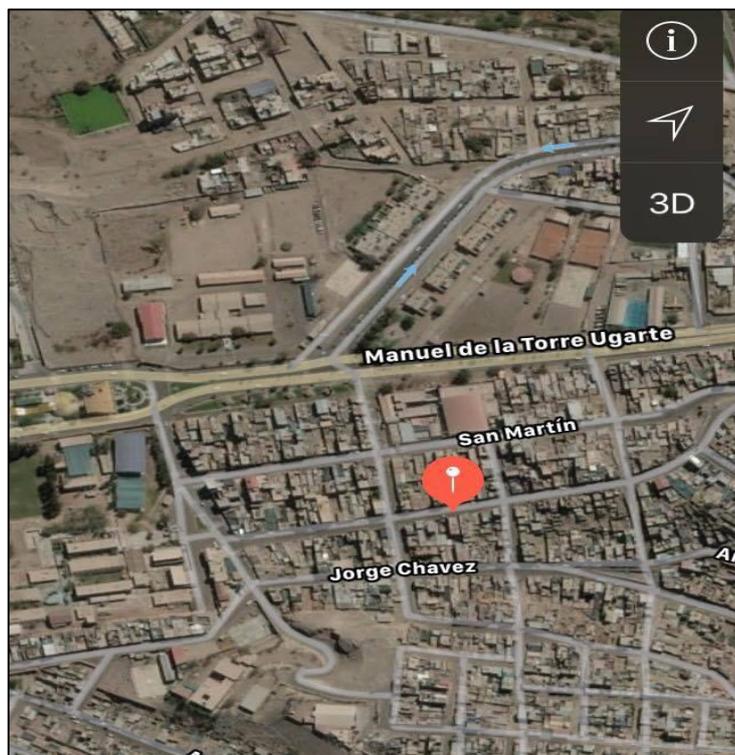


Tabla 1: Organigrama

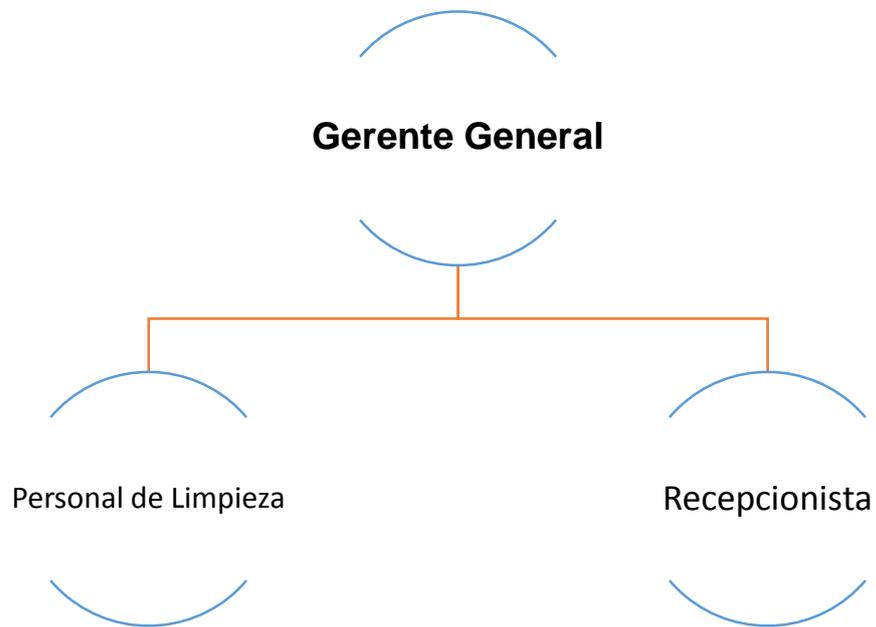


Tabla 2: Maquinaria y Equipos.

RUBRO	VALOR UNITARIO	CANT.	UNID.	COSTO TOTAL
I ACTIVO FIJO				
A. TANGIBLES				
Maquinaria y/o Equipos				S/. 10,300.00
REFLECTORES	S/. 50.00	12	Unidad	S/. 600.00
TELEVISORES	S/. 550.00	15	Unidad	S/. 8,250.00
COMPUTADORA	S/. 1,300.00	1	Unidad	S/. 1,300.00
CAMARAS DE SEGURIDAD	S/. 50.00	3	Unidad	S/. 150.00
Muebles y enseres				S/. 11,590.00
CAMA PLAZA Y MEDIA	S/. 330.00	3	Unidad	S/. 990.00
CAMA DOS PLAZAS	S/. 400.00	13	Unidad	S/. 5,200.00
EDREDONES	S/. 80.00	30	Unidad	S/. 2,400.00
SABANAS	S/. 50.00	30	Unidad	S/. 1,500.00
TOALLAS	S/. 50.00	30	Unidad	S/. 1,500.00
Otros				S/. 410.00
EXTINTORES	S/. 180.00	2	Unidad	S/. 360.00
BOTIQUIN	S/. 50.00	1	Unidad	S/. 50.00
TOTAL TANGIBLES				S/. 22,300.00

Evaluación Económica Financiera.

Tabla 3: Plan De Inversiones o Inversión Realizada

El Hostal Sr. Alfil realizó una inversión de S/. 30,883.00 soles, el cual se encuentra detallado en el siguiente cuadro.

RUBRO	VALOR UNITARIO	CANT.	UNID.	COSTO TOTAL
I. ACTIVO FIJO				
A. TANGIBLES				
Maquinaria y/o Equipos				S/. 10,300.00
REFLECTORES	S/. 50.00	12	Unidad	S/. 600.00
TELEVISORES	S/. 550.00	15	Unidad	S/. 8,250.00
COMPUTADORA	S/. 1,300.00	1	Unidad	S/. 1,300.00
CAMARAS DE SEGURIDAD	S/. 50.00	3	Unidad	S/. 150.00
Muebles y enseres				S/. 11,590.00
CAMA PLAZA Y MEDIA	S/. 330.00	3	Unidad	S/. 990.00
CAMA DOS PLAZAS	S/. 400.00	13	Unidad	S/. 5,200.00
EDREDONES	S/. 80.00	30	Unidad	S/. 2,400.00
SABANAS	S/. 50.00	30	Unidad	S/. 1,500.00
TOALLAS	S/. 50.00	30	Unidad	S/. 1,500.00
Otros				S/. 410.00
EXTINTORES	S/. 180.00	2	Unidad	S/. 360.00
BOTIQUIN	S/. 50.00	1	Unidad	S/. 50.00
TOTAL TANGIBLES				S/. 22,300.00
B. INTANGIBLES				
COMPROBANTES DE PAGO	S/. 100.00	1	millar	S/. 100.00
LIC. DE FUNCIONAMIENTO	S/. 180.00	1	documento	S/. 180.00
LIC. DE PUBLICIDAD	S/. 150.00	1	documento	S/. 150.00
SUNAT (GRATUITO)	S/. 0.00	1	documento	S/. 0.00
ELABORACION DE PLAN DE NEGOCIOS	S/. 500.00	1	documento	S/. 500.00
SEPARACION DE NOMBRE COMERCIAL	S/. 18.00	1	documento	S/. 18.00
ELABORACION DE ESTATUTO	S/. 300.00	1	documento	S/. 300.00
NOTARIA	S/. 300.00	1	documento	S/. 300.00
INSCRIPCION DE REGISTROS PUBLICOS	S/. 300.00	1	documento	S/. 300.00
DEFENSA CIVIL	S/. 200.00	1	documento	S/. 200.00
TOTAL INTANGIBLES				S/. 2,048.00
TOTAL ACTIVO FIJO				S/. 24,348.00
II. CAPITAL DE TRABAJO				
MENSUAL				
Insumos				S/. 1,035.00
HABITACION SIMPLE	S/. 1.50	30	servicios	S/. 45.00
HABITACION MATRIMONIAL	S/. 2.00	330	servicios	S/. 660.00
HABITACION FAMILIAR	S/. 5.50	60	servicios	S/. 330.00
Recursos Varios	MENSUAL			S/. 5,500.00
Garantía del Local	S/. 1,500.00	1	Unidad	S/. 1,500.00
Acondicionamiento del Local	S/. 4,000.00	1	Unidad	S/. 4,000.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL				S/. 6,535.00
TOTAL INVERSION				S/. 30,883.00

Tabla 4: Flujo De Ventas.

SERVICIO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13
HABITACION SIMPLE	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HABITACION MATRIMONIAL	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	250	280
HABITACION FAMILIAR	40	40	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	40

Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	TOTAL
30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	720
280	330	330	330	330	250	330	330	330	330	250	7,580
40	60	60	60	60	40	40	40	40	60	60	1,280

SERVICIO	P. U.	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14
HABITACION SIMPLE	S/. 40.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00												
HABITACION MATRIMONIAL	S/. 50.00	S/. 16,500.00	S/. 12,500.00	S/. 14,000.00	S/. 14,000.00										
HABITACION FAMILIAR	S/. 70.00	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	S/. 4,200.00	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00									
TOTAL VENTAS		S/. 20,500.00	S/. 20,500.00	S/. 21,900.00	S/. 17,900.00	S/. 18,000.00	S/. 18,000.00								

Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	TOTAL
S/. 1,200.00	S/. 28,800.00									
S/. 16,500.00	S/. 16,500.00	S/. 16,500.00	S/. 16,500.00	S/. 12,500.00	S/. 16,500.00	S/. 16,500.00	S/. 16,500.00	S/. 16,500.00	S/. 12,500.00	S/. 379,000.00
S/. 4,200.00	S/. 4,200.00	S/. 4,200.00	S/. 4,200.00	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	S/. 4,200.00	S/. 4,200.00	S/. 89,600.00
S/. 21,900.00	S/. 21,900.00	S/. 21,900.00	S/. 21,900.00	S/. 16,500.00	S/. 20,500.00	S/. 20,500.00	S/. 20,500.00	S/. 21,900.00	S/. 17,900.00	S/. 497,400.00

Tabla 5: Plan De Financiamiento.

Para la empresa “Hostal Sr. Alfil” se consideró iniciar sus operaciones con un aporte propio del 81% y un financiamiento (préstamo) del 19% dando como resultado un total de S/.30,883.00.

FUENTE	DESTINO			
	INVERSION FIJA	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL	%
APORTE PROPIO	S/. 20,000.00	S/. 5,000.00	S/. 25,000.00	81%
PRESTAMO	S/. 4,348.00	S/. 1,535.00	S/. 5,883.00	19%
TOTAL	S/. 24,348.00	S/. 6,535.00	S/. 30,883.00	100%

Tabla 6: Punto de Equilibrio.

Línea de Comercialización	SERVICIOS AL MES (Unid)	% Participación	Precio Venta	Costo Variable Unitario	Margen	Margen Ponderado	PUNTO DE EQUILIBRIO en Unidades	PUNTO DE EQUILIBRIO en soles
INSUMOS								
HABITACION SIMPLE	30	7.1%	40.00	11.53	28.47	2.03	17.4	696.26
HABITACION MATRIMONIAL	330	78.6%	50.00	12.03	37.97	29.83	191.5	9573.64
HABITACION FAMILIAR	60	14.3%	70.00	15.53	54.47	7.78	34.8	2436.93
	420.00	100.0%	160.00	39.09		39.65	243.7	12706.83
	420	100%				39.65	244	12,706.83

1.1.1. COSTO BENEFICIO.

MESES	INGRESOS	COSTOS	0.093	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0		S/. 30,883.00	1.0000	S/. 0.00	S/. 30,883.00
1	S/. 20,500.00	S/. 7,695.60	0.9149	S/. 18,755.72	S/. 7,040.81
2	S/. 20,500.00	S/. 7,345.60	0.8371	S/. 17,159.85	S/. 6,148.75
3	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.7658	S/. 16,771.95	S/. 5,625.57
4	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.7007	S/. 15,344.88	S/. 5,146.91
5	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.6411	S/. 14,039.23	S/. 4,708.98
6	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.5865	S/. 12,844.68	S/. 4,308.30
7	S/. 21,900.00	S/. 10,397.70	0.5366	S/. 11,751.76	S/. 5,579.51
8	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.4910	S/. 10,751.84	S/. 3,606.33
9	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.4492	S/. 9,837.00	S/. 3,299.48
10	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.4110	S/. 9,000.00	S/. 3,018.74
11	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.3760	S/. 8,234.22	S/. 2,761.88
12	S/. 17,900.00	S/. 10,247.70	0.3440	S/. 6,157.59	S/. 3,525.21
13	S/. 18,000.00	S/. 7,695.60	0.3147	S/. 5,665.14	S/. 2,422.03
14	S/. 18,000.00	S/. 7,345.60	0.2880	S/. 5,183.11	S/. 2,115.17
15	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.2634	S/. 5,769.55	S/. 1,935.20
16	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.2410	S/. 5,278.63	S/. 1,770.54
17	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.2205	S/. 4,829.49	S/. 1,619.89
18	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.2021	S/. 4,418.56	S/. 1,482.06
19	S/. 16,500.00	S/. 10,397.70	0.1846	S/. 3,045.80	S/. 1,919.35
20	S/. 20,500.00	S/. 7,345.60	0.1689	S/. 3,462.19	S/. 1,240.58
21	S/. 20,500.00	S/. 7,345.60	0.1545	S/. 3,167.60	S/. 1,135.02
22	S/. 20,500.00	S/. 7,345.60	0.1414	S/. 2,898.08	S/. 1,038.45
23	S/. 21,900.00	S/. 7,345.60	0.1293	S/. 2,832.57	S/. 950.09
24	S/. 17,900.00	S/. 10,447.70	0.1183	S/. 2,118.21	S/. 1,236.34
				S/. 199,317.65	S/. 104,518.17
				B/C	1.907

Tabla 7: Ratios Financieros.

1. RATIOS DE LIQUIDEZ	1ER TRIMESTRE	2DO TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4TO TRIMESTRE	5TO TRIMESTRE	6TO TRIMESTRE	7MO TRIMESTRE	8VO TRIMESTRE
Liquidez General (AC/PC)	3.98	4.11	4.35	4.30	4.18	4.18	4.66	4.39
Prueba Acida ((AC-EXIS)/PC)	3.90	4.03	4.27	4.21	4.09	4.11	4.56	4.30
Prueba Defensiva (CB/PC)	3.65	3.80	4.01	3.93	3.80	3.87	4.25	4.02
Capital de Trabajo (AC-PC)	37665	42419	42802	38532	36063	44109	38553	38814

2. RATIOS DE GESTION O ACTIVIDAD	1ER TRIMESTRE	2DO TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4TO TRIMESTRE	5TO TRIMESTRE	6TO TRIMESTRE	7MO TRIMESTRE	8VO TRIMESTRE
Rotacion de Inmueble Maquinaria y Equipo	2.82	2.95	2.95	2.77	2.60	2.95	2.58	2.70
Rotacion de existencias	16.88	16.88	18.76	18.76	16.88	16.88	18.76	18.76
Rotacion de caja y bancos	264.01	283.86	280.83	267.70	267.94	293.94	280.33	274.20
Rotacion de activos totales	0.85	0.82	0.83	0.83	0.81	0.80	0.79	0.81
Rotacion de activo fijo	2.82	2.95	2.95	2.77	2.60	2.95	2.58	2.70

3. RATIOS DE SOLVENCIA O APALANCAMIENTO	1ER TRIMESTRE	2DO TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4TO TRIMESTRE	5TO TRIMESTRE	6TO TRIMESTRE	7MO TRIMESTRE	8VO TRIMESTRE
Estructura de capital(Pasivo total/Patrimonio)	0.34	0.22	0.15	0.11	0.09	0.08	0.05	0.05
Endeudamiento total	0.24	0.23	0.21	0.20	0.20	0.19	0.16	0.15

4.2. Contrastación de hipótesis

H1: los análisis financieros demuestran la existencia de rentabilidad en el Hostal SR. ALFIL, en la ciudad de Moquegua año

H0: los análisis financieros no demuestran la existencia de rentabilidad en el Hostal SR. ALFIL, en la ciudad de Moquegua año

Tabla 8: Indicadores Financieros.

1.1.1. VANE, VANF.

VANF	S/. 209,910
VAN	S/. 209,873.420

1.1.2. TIR, TIRE.

TIRF	52.80%
TIR	43.86%

Tabla 9: Ratios Rentabilidad.

RATIO DE RENTABILIDAD	1ER TRIMESTRE	2do TRIMESTRE	3er TRIMESTRE	4to TRIMESTRE	5to TRIMESTRE	6to TRIMESTRE	7mo TRIMESTRE	8vo TRIMESTRE
Rentabilidad sobre la inversión	0.38	0.38	0.36	0.35	0.35	0.37	0.31	0.33
Rentabilidad sobre el patrimonio	0.53	0.36	0.25	0.19	0.15	0.16	0.11	0.10
Rentabilidad sobre ventas	0.45	0.46	0.43	0.41	0.43	0.46	0.39	0.41
Margen Comercial	0.72	0.73	0.70	0.69	0.73	0.73	0.66	0.68

Nota: como se aprecia en el cuadro anterior si existe una rentabilidad positiva sobre la inversión en el Hostal SR. ALFIL, en la ciudad de Moquegua año 2021, siendo del 1mer trimestre hasta el 8vo trimestre, y por cada sol invertido se obtiene en el 1mer trimestre y 2do trimestre 0.38 soles seguidos por el 6to trimestre con 0.37 soles, aceptando así la hipótesis alterna.

4.3. Discusión de resultados

La contrastación de la data obtenida sobre la variable rentabilidad para la Empresa Hostal Sr. Alfil, es de suma importancia, pues la empresa si bien es cierto no está mal económicamente podría estar mucho mejor y maximizar sus utilidades y optimizar sus recursos.

Según Llempen (2018) en su tesis donde analizo los resultados de sus ratios, llegando a concluir que el rendimiento acerca de la inversión disminuyo en 2017 a un 0.01%, porque se hizo costos que no eran necesarios, más sucedió lo contrario con los ingresos ya que las ventas se incrementaron en un 0.06%; ello sucederá mientras siga cumpliendo con las obligaciones corriente las cuales son una ayuda para su sostenimiento.

Se puede decir que por el contrario en este estudio se encontró que el uso de la inversión incide positivamente en la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil”.

En esta investigación se concluye que la principal estrategia de la empresa será seguir buscando alianzas estratégicas con las diferentes empresas contratistas que lleguen a nuestra ciudad por motivos de trabajo y que busquen alojamientos para su personal.

La colaboración entre distintas organizaciones, complementando con políticas que posibiliten comprender la modernización como una definición inclusiva y un procedimiento cotidiano creativo, que se vincule a distintos modelos de empresa, por tal motivo sería considerado como aplicable perfectamente a cualquier organización de estudio. Asimismo, guarda vínculos fuertes con la gestión de un MKT de forma interna, lo cual tenga la capacidad de impulsar al personal y las ventas, los valores que se relacionan con una cultura organizacional la cual origine conductas proactivas y creativas, puesto que ello también es importante para conseguir una rentabilidad optima de negocio.

Obando (2005) en su estudio indica que la rentabilidad económica en las empresas expresa la relación existente entre la utilidad neta (utilidad que se genera luego de cancelar los costos totales) y el activo total con el que cuenta las empresas.

El análisis de la rentabilidad se convierte entonces fundamental en un indicador para evaluar la eficacia y eficiencia económica de la utilidad productiva y posteriormente poder implementar distintas estrategias que cooperan en la mejora del sistema.

En nuestro estudio se encuentra que el patrimonio tiene relevancia en la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfí” de la ciudad de Moquegua, en el 2021.

Asimismo, Sánchez (2012), entre inversión y la utilidad se crea una correspondencia llamada rentabilidad. Debiéndose examinar del resultado de las utilidades y cuando efectivo ha sido direccionado de la empresa. (p 2).

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Primera: El uso de la inversión incide positivamente en la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil” de la ciudad de Moquegua, en el 2021.

Segunda: El patrimonio tiene relevancia en la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil” de la ciudad de Moquegua, en el 2021.

Tercera: Las ventas netas influyen positivamente la rentabilidad del Hostal “Sr. Alfil” de la ciudad de Moquegua, en el 2021.

Cuarta: La inversión de la empresa ascendió al monto de S/. 30,883.00 de los cuales un 81% provienen del capital propio equivalente a S/.25,000.00 y un 19% por financiamiento, equivalente a S/. 5,883.00.

Quinta La principal estrategia de la empresa será seguir buscando alianzas estratégicas con las diferentes empresas contratistas que lleguen a nuestra ciudad por motivos de trabajo y que busquen alojamientos para su personal.

5.2. Recomendaciones

Primera: Es importante considerar la competencia por eso debemos de buscar nuevas formas de llegar a los clientes ya que debido al incremento de este mercado podrían aparecer nuevos competidores y debemos ser competitivos para tener una parte favorable del mercado.

Segunda: Debemos adaptarnos a los diferentes gustos y preferencias de nuestros clientes, por eso debemos de ser innovadores en nuestro servicio para que sea de alta calidad.

Tercera: Realizar un estudio de las empresas contratistas que llegaran a nuestra ciudad para poder realizar las alianzas estratégicas necesarias para nuestro beneficio.

Cuarta: Debido a la importancia de las alianzas estratégicas con empresas contratistas es que se debe evaluar la opción de realizar una inversión futura en infraestructura que nos permita ampliar el número de habitaciones y así generar más ingresos.

BIBLIOGRAFIA

- Bentacourt, G., Vergara, M. y Ramírez, J. (2012). Estudio sobre el desempeño de las empresas familiares colombianas que cotizan en la bolsa de valores, frente a las empresas no familiares. *Entramado*, 8(1), 28– 42.
- Guajardo, G. (2002). *Contabilidad financiera*. Editorial Mc Graw Hill: México.
- De Jaime Eslava, J. (2010). *Las claves del análisis económico - financiero de la empresa*. Madrid, España: ESIC EDITORIA.
- Gitman y Zutter. (2012). *Principios de Administración Financiera*. Recuperado de: <https://www.studocu.com/es/document/universidad-diego-portales/recursos humanos/soluciones-de-libro/principios-de-administracion-financiera-12edigitman/1538704/view>
- Hoz Suarez, B. D., Ferrer, M. A., & Hoz Suarez, A. D. (2008). *Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría*. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Llempen (2018) “Gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Inversiones Aquario’s S.A.C, Chiclayo – 2018”. Título profesional. Universidad Señor de Sipán, Chiclayo
- Ccaccya D. (2015). *Análisis de rentabilidad de una empresa*. Actualidad Empresarial
- Nieto M. (2017) “Factores de crecimiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercial del parque industrial de Villa El Salvador”. Tesis de Licenciatura. Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Lima – Perú

- Obando Uzcategui, Guido Alberto. (2005). “Análisis de Rentabilidad en Sistemas de Producción Lechera en Ganadería de Altura: Caso Finca las Josefinas” IX seminario de Pastos y Forrajes Región del Maule Chile.
- Perú contable (19 de octubre, 2017). Ratios Financieros: Rentabilidad, recuperado de <https://www.percucontable.com/empresa/ratios-financieros-la-rentabilidad/>.
- Sánchez Ballesta, J. P. (2012). Análisis de la rentabilidad de la empresa.
- Rayburn, L. G. (1999). Contabilidad y administración de costos (No. 657.42 R3). McGraw-Hill.
- Rosillón, A. (2009). Análisis financiero: Una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606–628
- Westreicher, G. (26 de marzo de 2018). Financiación o Financiamiento. Recuperado el 27 de abril de 2020.
- Zeballos, e. (2011). Contabilidad General (Novena ed.). Arequipa, Perú: Ediciones ERLY.