



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO YARA LODGE FULL JUNGLE, 2021

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
TURISMO Y HOTELERIA**

AUTORA:

CHRIS ANGELA RAMIREZ FLORES

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y
TERRITORIOS**

**Iquitos – Perú
2021**

DEDICATORIA

A mi querido padre por darme las facilidades en culminar esta etapa de mi vida académica, a mis familiares, mi amor e hijas y a facilitadores por los conocimientos brindados y al padre celestial por no abandonarme en el arduo camino y colocarme a las personas indicadas.

Chris Ángela Ramírez Flores

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme salud y vida cada día en este mundo; así mismo, a los docentes de la Universidad Científica del Perú, por inculcarnos enseñanza en el transcurso de nuestra carrera.

A mi familia, por ser el soporte emocional para poder concluir mi Plan de Negocio y a todas las personas por orientarme en la elaboración del presente.

Chris Ángela Ramírez Flores

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 023-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 27 de enero de 2022, se autorizó la sustentación para el día viernes 28 de enero de 2022.

Siendo las 11.00 horas del día 28 de enero de 2022 se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO YARA LODGE FULL JUNGLE, 2021.

Presentado por:

RAMÍREZ FLORES CHRIS ANGELA


Para optar el título profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería


Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 12:25 horas culminó el acto público

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta


Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mgr.
Presidente del Jurado


Lic. NIT Lourdes Victoria Sánchez García, Mgr.
Miembro del Jurado


Lic. Tur. Félix Castillo Ichuta, Mgr.
Miembro del Jurado

HOJA DE ANTIPLAGIO



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

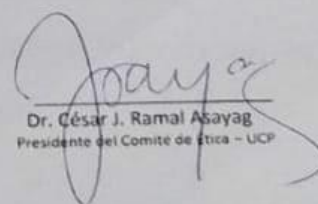
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

"PLAN DE NEGOCIO YARA LODGE FULL JUNGLE, 2021"

De los alumnos: **CHRIS ANGELA RAMIREZ FLORES**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **13% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 01 de Diciembre del 2021.



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

CJRA/r/a
506-2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	iv
HOJA DE ANTIPLAGIO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xi
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
CAPÍTULO I INFORMACIÓN GENERAL.....	3
1.1. Nombre del negocio.	3
1.2. Actividad empresarial.	5
1.3. Idea de negocio.	5
CAPÍTULO II PLAN DE MARKETING.....	7
2.1. Necesidades de los clientes.	7
2.2. Demanda actual y tendencias.	9
2.3. Oferta competitiva.	11
2.4. Programa de marketing.	12
2.4.1. El producto.....	12
2.4.2. El precio.....	17
2.4.3. La promoción.	17
2.4.4. La cadena de distribución.	18
CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES.....	19
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	19
3.2. Proceso de operación comercial.	20
3.2.1. Procedimiento del servicio	20

CAPÍTULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS	21
4.1. La organización.	21
4.2. Puestos y funciones	22
4.2.1. Puesto de administrador	22
4.2.2. Puesto contador externo	22
4.2.3. Puesto de jefe de logístico	23
4.2.4. Puesto jefe de ventas y marketing	23
4.2.5. Puesto de jefe de turismo y actividades	24
4.2.6. Puesto de guía de turismo	24
4.2.7. Puesto de jefe de servicio	25
4.3. Condiciones laborales.	25
4.4. Régimen tributario	25
CAPÍTULO V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	26
5.1. Estudio económico.	26
5.1.1. Mercado y ventas	26
5.1.2. Estudio económico y mercado objetivo	27
5.1.3. Costos y gastos	28
5.2. Estudio financiero	29
5.3. Conclusiones	33
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	34
ANEXO N° 01	35
ANEXO N° 2	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU, 2021	5
Tabla 2: Oferta competitiva	11
Tabla 3: Precio de los productos, 2021	17
Tabla 4: Estadística de arribo de turistas, región Loreto, 2017– 2019.....	26
Tabla 5: Cálculo de la línea de tendencia estadística de la demanda	26
Tabla 6: Cálculo del mercado de la demanda total proyectada	26
Tabla 7: Cálculo del mercado de la demanda proyectada por referencia a una ruta turística al año 2020	27
Tabla 8: Demanda del negocio	27
Tabla 9: Ventas proyectadas	27
Tabla 10: Gastos administrativos y personal	28
Tabla 11: Gastos comerciales.....	28
Tabla 12: Gastos preoperativos	29
Tabla 13: Inversión en activos fijos	29
Tabla 14: Depreciación y amortización en activos fijos.....	29
Tabla 15: Programa de endeudamiento 1er año.....	30
Tabla 16: Programa de endeudamiento 2do año.....	30
Tabla 17: Programa de endeudamiento 3er año.....	31
Tabla 18: Estado de resultados económicos	31
Tabla 19: Flujo de caja.....	32
Tabla 20: Indicadores de rentabilidad	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de Yara Lodge Full Jungle, 2021	3
Figura 2: Oficina central en la ciudad Iquitos, 2021	4
Figura 3: Logo Yara Lodge Full Jungle	4
Figura 4: Ambientes de Yara Lodge, 2021	14
Figura 5: Avistamiento de aves	15
Figura 6: Paseo en Canoa y Pesca	15
Figura 7: Conexión con el bosque	16
Figura 8: Aventura en la selva	16

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Motivos de viaje del turista al Perú, 2017	9
Gráfico 2: Visita de extranjeros a Perú, periodo 2016 - 2020	10
Gráfico 3: Lugares más visitados por los turistas en la Región Loreto	11
Gráfico 4: Estructura organizacional de la empresa Yara Lodge full Jungle	21

RESUMEN

Plan de negocio Yara Lodge Full Jungle, 2021

Chris Ángela Ramírez - Flores

La presente investigación en negocios estudia la factibilidad de instalar una empresa dedicada a los servicios turísticos en la ciudad de Iquitos, la cual contribuirá a mejorar la dinámica de la economía local, regional y nacional. Los resultados del estudio nos señalan que, existe un mercado demandante efectivo que puede adquirir nuestro servicio, basada en los turistas extranjeros; con tendencia creciente, pero con altos riesgos que impiden su flujo internacional tal como se observa en tiempos de covid.

El estudio de operaciones comprende el diseño de instalación en el ámbito rural por logística de recepción y traslado tanto terrestre como fluvial.

El estudio organizacional expresa una microempresa con personal reducido y se va implementándose a medida que crece las ventas.

El estudio económico muestra inversiones en activos fijos y de campo y un endeudamiento para capital de trabajo. La rentabilidad señala un VAN económico de S/. 7 685 600 millones y una TIR de 1 514%, y un índice costo beneficio de 47.00.

Palabras claves: alojamiento y alimentación, rio Amazonas

ABSTRACT

Yara Lodge Full Jungle Business Plan, 2021

Chris Ángela Ramírez - Flores

This business research studies the feasibility of installing a company dedicated to tourist services in the city of Iquitos, which will contribute to improving the dynamics of the local, regional and national economy. The results of the study indicate that there is an effective demanding market that can acquire our service, based on foreign tourists; with a growing trend, but with high risks that prevent its international flow as observed in times of covid.

The study of operations includes the design of installation in the rural area for logistics of reception and transfer, both by land and river.

The organizational study expresses a microenterprise with reduced staff and is implemented as sales grow.

The economic study shows investments in fixed and field assets and indebtedness for working capital. Profitability indicates an economic NPV of S/. 7,685,600 million and an IRR of 1,514%, and a cost-benefit ratio of 47.00.

Keywords: accommodation and food, Amazon River

CAPÍTULO I INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Nombre del negocio.

Nombre: YARA LODGE FULL JUNGLE E.I.R.L

Sector de la actividad: servicio de alojamiento

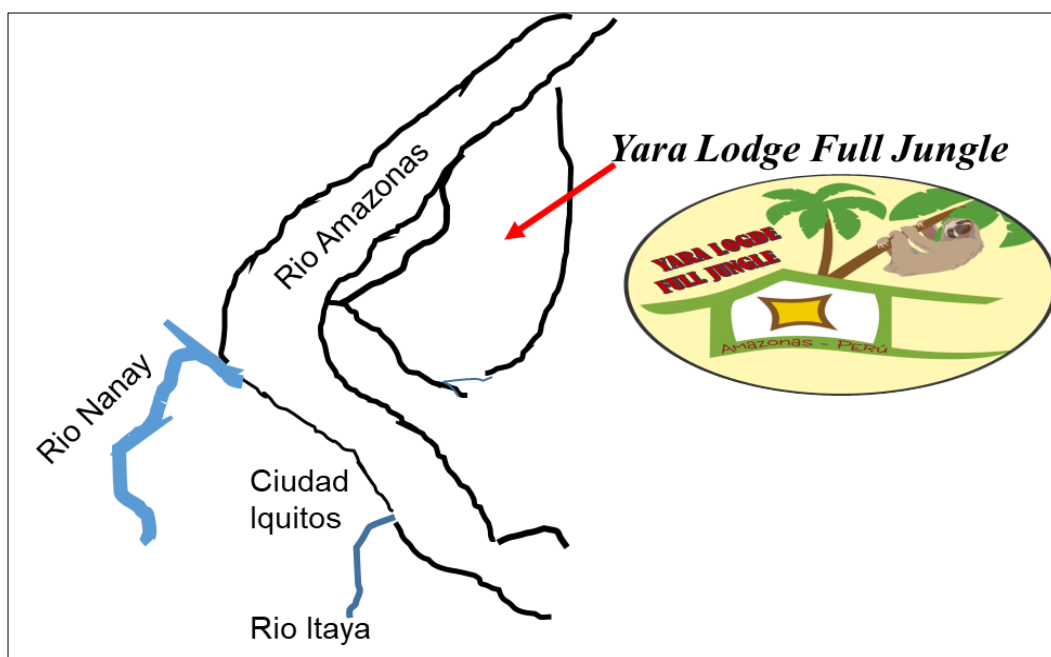
Localización Oficina: calle. Samaren Nro. 260, distrito de Belén, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. (Oficina de coordinación y embarcadero).

Localización: a 20 minutos del centro poblado San Juan de Huashalado; entrando por una laguna que conecta al río Amazonas, a 90 minutos de la ciudad de Iquitos, en bote fuera de borda.

Actividad: servicio

Figura 1

Ubicación de Yara Lodge Full Jungle, 2021



Fuente: elaboración propia

Figura 2
Oficina central en la ciudad Iquitos, 2021



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/>

Figura 3
Logo Yara Lodge Full Jungle



Fuente: elaboración propia

1.2. Actividad empresarial.

Tabla 1
Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIU, 2021

I	Actividades de alojamiento y servicios de comida.			
	55	Actividades de alojamiento		
		551	Actividades de alojamiento para estancias cortas	
			5510	Actividades de alojamiento para estancias cortas

Fuente: INEI - CIUU.

1.3. Idea de negocio.

El proyecto busca satisfacer las siguientes necesidades. Primero, sentir la magia del Amazonas, expresados en sus ríos y bosques el cuál comprende la flora y fauna en su diversidad biológica. Segundo, la necesidad de conocer la naturaleza en sus aspectos culturales antropológicos, recursos naturales. Tercero, la gente siente la necesidad de protección, cuando está navegando en el río o esté viviendo en el albergue frente a riesgos del entorno como es la braveza de los ríos, la picadura de sancudo, mordedura de víboras y otros animales. Cuarto la necesidad de seguridad al realizar la transacción con una empresa que genere confianza de un buen servicio tal como se ofreció y lo compró.

Los segmentos de los clientes son las siguientes. Primero, los turistas que llegan con un paquete comprado desde su ciudad de origen, por lo tanto, ya vienen con una ruta entera para los días que van a estar en la ciudad de Iquitos. Segundo, los turistas que llegan a la ciudad de Iquitos sin tener la ruta establecida recién deciden cuando están en la ciudad. Tercero, los turistas nacionales que también vienen comprando su paquete turístico (incluye recepción en aeropuerto, traslados, estancia en el albergue y alimentación).

Se ofrecerán dos diferentes paquetes, de acuerdo al tiempo, dinero y las experiencias que deseen realizar las personas. Paquete de un día, Half Day(1 día); el cual inicia desde la ciudad, a las 9:00 am, y regresa a las 4:30pm (incluye almuerzo). Paquete para quienes buscan un poco más de experiencia, Full Day (2 días, 1 noche), el cual sale de la ciudad de Iquitos a las 9:30 am y regresa 4:30 pm del día siguiente (incluye 2 almuerzos, 1 desayuno, 1 cena).

Como parte de la política ecológica, el alojamiento se encontrará ubicado fuera de la ciudad de Iquitos, los alimentos serán en base a frutas y verduras, las comidas típicas serán al natural manteniendo un equilibrio entre la naturaleza y la alimentación.

En la interacción con la comunidad, los colaboradores serán seleccionados del mismo lugar, y la frutas y verduras serán compradas a los pequeños agricultores de la zona, es decir se implementará una política de responsabilidad social muy estricta, con los trabajadores, con los proveedores, con los clientes, con el estado, con la comunidad y con el medio ambiente.

El cliente podrá solicitar su tour a través de la página web, quien podrá escoger si será recibido en el aeropuerto, hotel o embarcadero de la empresa.

CAPÍTULO II PLAN DE MARKETING

2.1. Necesidades de los clientes.

Se ha identificado como principal fuente la necesidad de convivir con la naturaleza quien producirá y proporcionará bienestar, felicidad y tranquilidad.

Según la escala de necesidades, tiene importancia básica satisfacer las necesidades fisiológicas de alimentación, respirar aire puro en contacto con la naturaleza, descansar escuchando a las aves de alrededores escapando fuera de la rutina diaria excelente para parejas, familias, grupos de amigos en busca de diferentes experiencias.

Buscando seguridad del ambiente en que la rodea dentro del alojamiento como también en las excursiones a diferentes actividades del cronograma brindado. Interactuando con las personas y con las diferentes clases de seres vivos como animales, plantas, y grupos de personas que va para un mismo fin intercambiando ideas, conocimientos, experiencias.

Cuando se hace un viaje de placer, o llegan a un lugar nuevo descubrimos diferentes maneras de vivir, de alimentarse o realizar distintas actividades; igual pasa con los viajes laborales, aprendemos otras cosas que pueden ser distintas a nuestra experiencia.

Dentro de nuestro bosque tropical tenemos diferentes tipos de árboles y plantas medicinales; insectos, especies de aves, reptiles, animales silvestres, animales acuáticos entre otros. Esta relación entre el bosque y el ser humano generan emociones, curiosidades y protección hacia el medio del habitat de la misma.

En los ríos de la selva se puede apreciar diferentes especies como; delfín rosado, cocodrilo, raya, tilapias, piraña, anguilas entre otros.

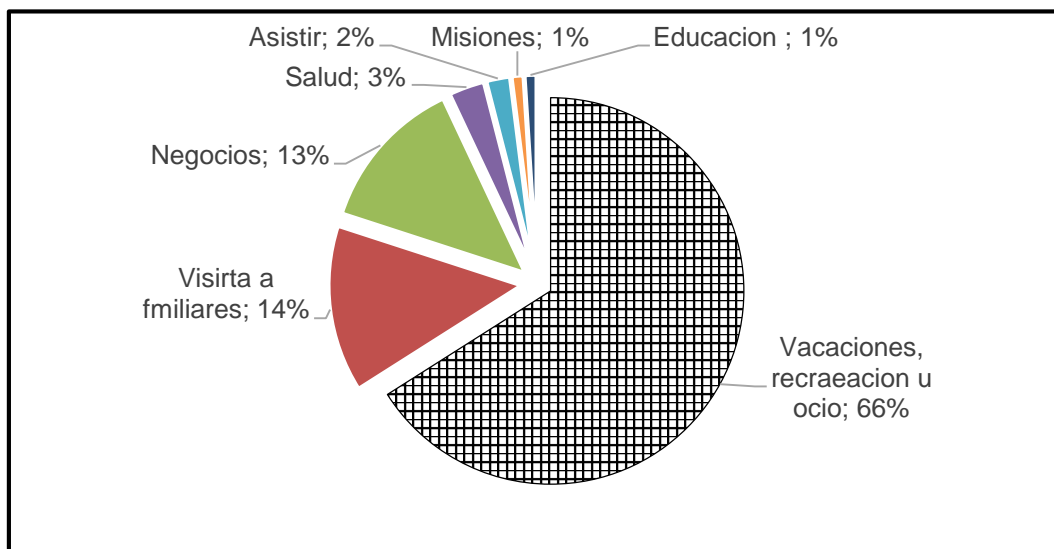
Practicando la pesca de algunas especies acuáticas navegando en bote puede observarse el atardecer escuchando las melodías de las aves, grillos, insectos, con relación al entorno que nos rodea.

La necesidad de alojarse en medio de la selva implica vivir en forma vivencial de conocer la parte mística que lo caracteriza, llevando conocimientos de algunas curas basadas en plantas medicinales, protección del medio ambiente, importancia de cuidar a nuestros árboles, animales y plantas, logrando una experiencia inolvidable expresada en fotos, recuerdos, conocimientos de las actividades que el hombre realiza para subsistir dentro del bosque.

Existen diferentes motivos por el cual el turista visita el país, desde vacaciones u ocio, por negocios, por salud, visitas a familiares y asistencia a conferencias, etc.

En el gráfico siguiente se puede apreciar que el principal motivo de viaje al país es por vacaciones u ocio con un 66%; seguido por visitas a familiares o amigos con un 14% y por negocios un 13%, por motivos de salud un 3%, mientras que en asistencia a seminarios, conferencias, convenciones o grados un 2%, por misiones, trabajo religioso, seminarios un 1% relativamente igual a la educación, realizar estudio de investigaciones por grado un 1%.

Gráfico 1
Motivos de viaje del turista al Perú, 2017



Fuente: Promperú 2017

Este plan de negocio se enfocará en los turistas quienes visitan el país por motivo de vacaciones u ocio y los que visitan a sus familiares y amigos sumando una total de 80% de turistas que visitan nuestro país.

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante su viaje y estancia en un lugar distinto a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio y otros motivos que no se relaciona con el ejercicio de una actividad remunerado en el lugar visitado.

2.2. Demanda actual y tendencias.

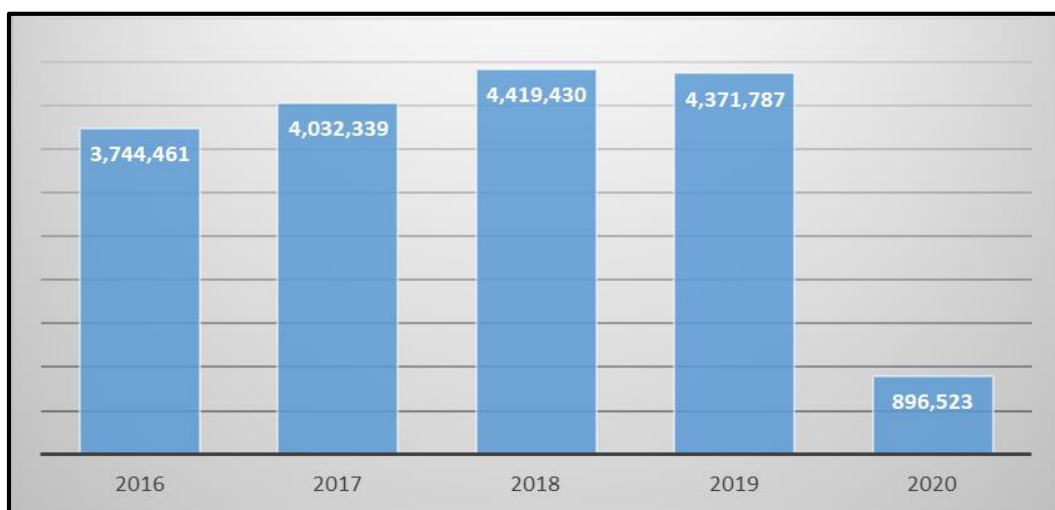
El turismo se ha convertido en un sector que contribuye al desarrollo de países el cual es un factor preponderante en la lucha contra la pobreza ya que nos genera empleo.

El siguiente gráfico explica el movimiento de turistas extranjeros que visitaron el Perú durante el 2016, fue de 3.744,461 millones, mientras que

en el 2017 asciende a 4,032,339 millones, el año 2018 creció a 4.419,430 millones, en el 2019 con un total de 4.371,787, y para el 2020 bajó a 896,523 debido a la pandemia. De acuerdo con el INEI la región de Loreto retrocedió 13.8% en el 2020.

En el primer trimestre la actividad productiva aumentó 11%; posteriormente debido a la pandemia la región sufrió una caída de 36,7% en el segundo trimestre; finalmente, con la disposición a las flexibilizaciones, la producción presentó una caída más suave en el cuarto trimestre de 12,6%.

Gráfico 2
Visita de extranjeros a Perú, periodo 2016 - 2020



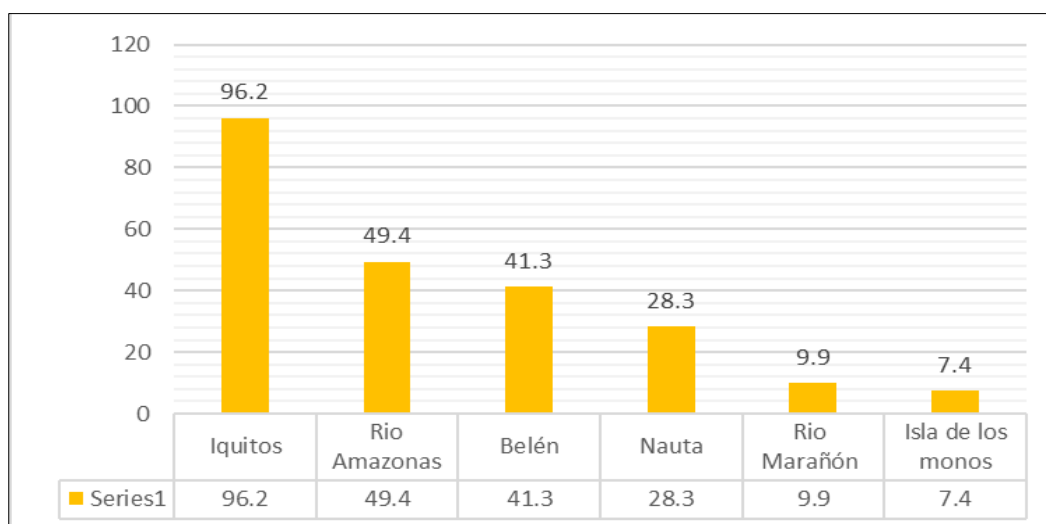
Fuente: Mincetur, estadística

El siguiente grafico muestra los lugares más visitados a la región de Loreto, con 96.2% a Iquitos, seguido por el río Amazonas, con 49.4 %, 41.3% en la visita de belén, en Nauta con 28.3%, en río Marañón con 9.9% y con 7.4% en la Isla de los monos.

Claudia Cornejo (2021), ex ministra del MINSETUR, señaló el compromiso que han asumido los gobernadores Regionales del país

atreves de sus direcciones o gerencias de turismo para reactivar la economía poniendo en práctica estrategias nacionales.

Gráfico 3
Lugares más visitados por los turistas en la Región Loreto



Fuente: Mincetur, estadística

Hosteltur (2021), señala que Promperú puso en marcha una campaña de comunicación para reactivar el turismo interno, apoyando la formalidad en un contexto de crisis sanitaria.

2.3. Oferta competitiva.

Tabla 2
Oferta competitiva

Ecologde	Lupuna Lodge (soles)	Amazon King Lodge (soles)	Yara Lodge Full Jungle (soles)	Cabaña Amazon Logde (soles)
Full day Jungle Por persona	420.00	380.00	370.00	350.00
Servicio Half Day por Persona	360.00	310.00	250.00	290.00

Fuente: elaboración propia.

El turismo se ha desarrollado progresivamente en el Perú; el cual debe ser aprovechado en su totalidad ya que contamos con una diversidad cultural, paisajística y lujosa. Su objetivo tiene que ser el reconocimiento mundial debido a su biodiversidad y los atractivos que ofrece el país; aumentando las visitas turísticas que se puede brindar un servicio de calidad en lugares ideales para su estadía.

Lo importante es aportar con el desarrollo turístico del país en las zonas rurales ya que genera una rentabilidad para el territorio activando la economía local, así como las actividades productivas correspondiente a su entorno.

La falta de desinterés y maltrato a la biodiversidad es un gran problema constante que afecta económicamente la selva peruana; ya que es una falta de conocimiento y desarrollo cultural debido a la carencia de identificación del mismo poblador.

2.4. Programa de marketing.

2.4.1. El producto.

La empresa Yara Lodge Full Jungle E.I.R.L propone 2 paquetes turísticos.

- a. Servicio de full day jungle: el servicio brinda diferentes tipos de actividades previamente ya definidas a realizar para el turista. El Lodge es todo semi-rústico: el techo del comedor principal y habitaciones es de hoja irapay, generando un ambiente natural sumamente desconectado del mundo tecnológico; sin embargo, el bar y la cocina ya cuentan con calaminas, sin cobertura de internet y electricidad limitada a solo 4 horas al día. Se utiliza energía renovable para iluminar los alrededores con luces led

que son alimentadas por unas baterías y éstas se cargan por paneles solares de tal manera cuidando el medio ambiente. Los búngalos llenos de faros con lamparines en los diferentes ambientes; cerrados con malla para evitar la entrada de posibles insectos o reptiles y mosquitos naturales de la selva.

El contacto con el bosque es 100% natural se cuenta con:

- Piscina pequeña, una quebrada a 10 minutos del lodge.
 - Recepción en el embarcadero al turista nacional o extranjero con todos los protocolos.
 - Traslado del embarque a YARA LODGE FULL JUNGLE en bote de aluminio con motor fuera de borda.
 - Bienvenida a los turistas con un refresco natural de la zona.
 - Observación de la flora y fauna
 - Almuerzo
 - Caminatas
 - Avistamiento de aves
 - cena
 - Paseo nocturno en canoa y observación de los animales nocturnos.
 - Narración de experiencias, mitos y leyendas
 - Desayuno
 - Paseo en canoa- pesca
 - Almuerzo
 - Visita a la comunidad
 - Regreso al embarcadero ubicado en la ciudad de Iquitos
- b. Servicio de Half Day Jungle: 1 día, este paquete turístico se desarrolla fuera de nuestras instalaciones e incluye el río Amazonas, además:

- Recepción en el embarcadero al turista nacional o extranjero con todos los protocolos.
- Traslado del embarque hacia el Lodge en bote fluvial.
- Bienvenida a los turistas con un refresco natural de la zona.
- Observación de la flora y fauna
- Caminatas
- Avistamiento de aves
- Almuerzo
- Paseo en canoa- pesca
- Regreso al embarcadero en Iquitos.

Figura 4
Ambientes de Yara Lodge, 2021



Fuente: google.com

Figura 5
Avistamiento de aves



Fuente: google.com

Figura 6
Paseo en canoa y pesca



Fuente: google.com

Figura 7
Conexión con el bosque



Fuente: Fuente: google.com

Figura 8
Aventura en la selva



Fuente: Fuente: google.com

2.4.2. El precio.

Se ha estructurado los precios teniendo en cuenta el precio de la competencia.

Tabla 3
Precio de los productos, 2021

Servicio	Precio por persona (Soles)
Half day- 01 día	S/. 250.00
Full day jungle-02 días	S/. 370.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3. La promoción.

Nuestra principal herramienta para realizar nuestra promoción serán las redes sociales, como fan page, twitter, correo electrónico, etc. Con el objetivo que el turista extranjero y nacional conozca la marca y los servicios que brindamos.

Facebook: creación de un fan page, para brindar información sobre la empresa y las actividades, se subirán fotos, videos, se premiarán cada mes a un ganador de un full day para participar solo se necesita que den like y compartan nuestras fotos y videos.

Twitter: su objetivo principal es tener un buen número de seguidores y se realizaran publicaciones constantes para que puedan ver nuestros clientes y seguidores, todo usuario que nos mencione en comentarios positivos y con buena referencia será considerado para el sorteo de un full day.

Instagram: su principal objetivo es ganar seguidores, además de publicar fotos para que puedan apreciar, la visita de turistas nacionales e internacionales.

You Tube: subir y compartir videos de diversas modalidades, con la finalidad que se convierta en un canal de comunicación para atraer a nuestros clientes prospectos, mostrándoles la naturaleza en todo su esplendor.

2.4.4. La cadena de distribución.

Funciones que debe cumplir el canal

Se podrá distribuir o difundir nuestro servicio mediante la colaboración y formando estrategias de ventas con agencias de viajes de la localidad o a nivel nacional, mediante su página de internet, puntos de información turística, radios y periódicos.

CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES

El objetivo es brindar un servicio de calidad que satisfaga la necesidad del cliente orientado a contar con procesos bien diseñados y establecidos. Se necesitan procesos eficientes, simples y técnicamente ordenado, los procesos diseñados en la empresa van a crear valor a la misma.

Se ha diseñado el proceso de operaciones en dos partes, el proceso de aprovisionamiento y el proceso de servicio al cliente, gratificando cada uno de los procesos para su representación y con la finalidad de facilitar su comprensión.

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento.

Para llevar a cabo las actividades turísticas de la empresa, es necesario tener insumos para la alimentación. Se contará con una cartera de proveedores de estos insumos.

Para la adquisición se elaborará un cuadro comparativo de cada bien o servicio, el mismo que debe indicar las normas técnicas como calidad, volumen, periodo de expiración, garantía, fecha de entrega, medio de pago.

El área de logística estará encargada de realizar los contratos con los proveedores; la misma que asumirá el cobro de las facturas por sus bienes o servicios a 5 días de su entrega por ser política de la empresa. Con facilidad al servicio de delivery sin costo alguno.

3.2. Proceso de operación comercial.

3.2.1. Procedimiento del servicio

Se ofrece los siguientes servicios. Primero, el servicio de transporte terrestre desde el aeropuerto al embarcadero, cumpliendo con el protocolo Covid y debidamente autorizado por la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones. Se llega al embarcadero, y en él se encuentra un guía, quien se presenta e invita a embarcarlos en el bote entregándoles sus chalecos de salvavidas cumpliendo las bases técnicas y normas del transporte acuático. Al llegar una balsa de desembarque da la bienvenida y se le informa sobre el entorno que nos rodea; aportándoles repelentes, gorra, botas largas y gafas, evitando incomodidades al turista.

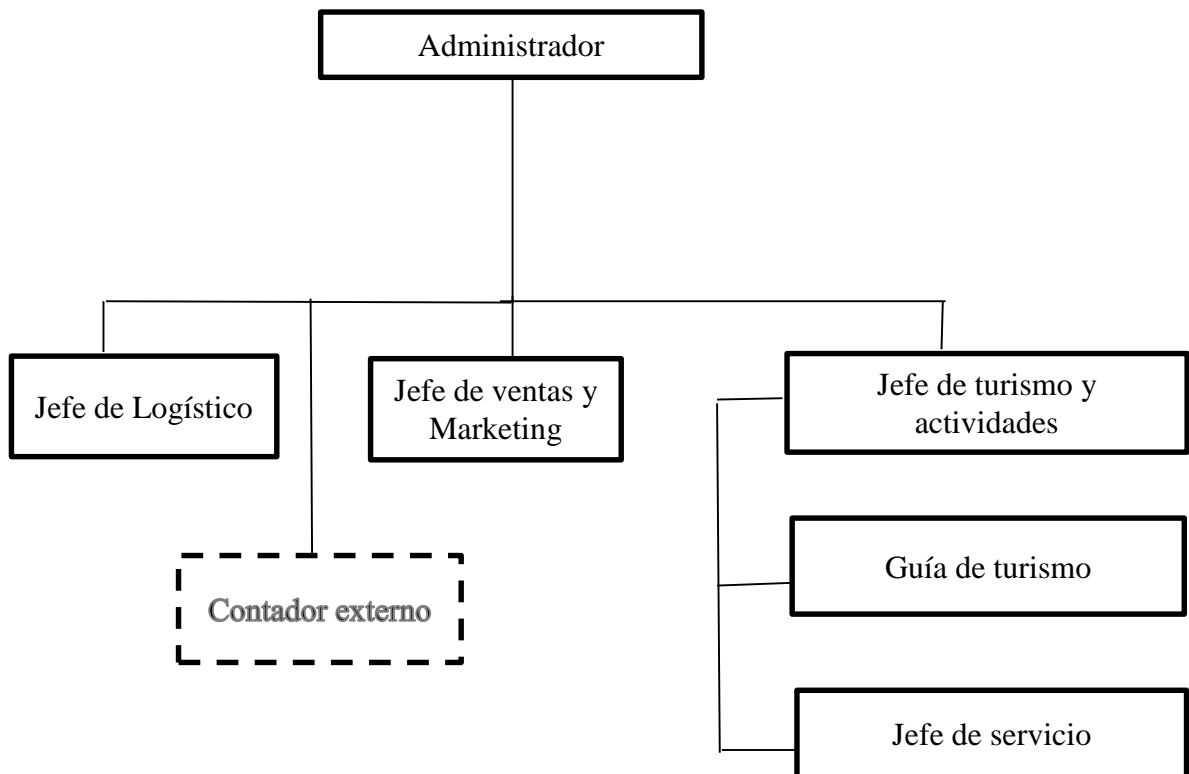
Luego, la bienvenida en el lobbey de recepción con la degustación de un refresco propio de la selva que se encuentra en temporada (camu camu, cocona, carambola, uvos, etc.), acompañado por el recepcionista designando el tipo de habitación y entrega de sus llaves (habitación doble, triple, individual, matrimonial y/o cuádruple todas con total seguridad en las ventanas, puertas y techos cerrados con mallas para evitar que entren los zancudos o cualquier insecto que ronda por el lugar; agua fría y caliente en los baños rústicos y buen acabado con cuadros de la Amazonía). una vez alojados invitamos a pasar al área de restaurante para la degustación del buffet.

El guía asignado realiza una breve explicación del full day de acuerdo a la experiencia que busca, el cliente en medio del bosque escucha los pájaros y la brisa de los árboles. Para aquellas personas que quieran hacer más aventuras tenemos la pesca en el río a 5 minutos del lodge y la vista del delfín colorado y una vista del atardecer en la Amazonía peruana.

CAPÍTULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. La organización.

Gráfico 4
Estructura organizacional de la empresa Yara Lodge full Jungle



Fuente: Elaboración propia

4.2. Puestos y funciones

4.2.1. Puesto de administrador

Encargado de organizar, planear, dirigir, controlar a las diferentes áreas de la organización; responsable de llevar a cabo las actividades necesarias para alcanzar las metas organizacionales.

Funciones:

- Planea las ventas anuales y mensuales.
- Planea las compras de insumos y alimentos.
- Controla la contabilidad y planeación financiera.
- Dirige la estructura organizacional y asigna los recursos financieros y humanos de acuerdo con el plan definido.
- Define políticas de aprovisionamiento, costos precios y promociones.
- Controla el área de ventas y marketing para el cumplimiento de la meta de venta.
- Realiza los pagos de los proveedores con una programación del mismo.

4.2.2. Puesto contador externo

Responsable de elaborar los estados financieros manteniendo al día los libros de registros contables.

Funciones:

- Elaborar los estados financieros de la empresa.
- Registro de los libros contables.
- Cálculo y pagos de impuesto.
- Atención a la información solicitada por SUNAT.

4.2.3. Puesto de jefe de logístico

Responsable del aprovisionamiento de materia prima, insumos, materiales para brindar el servicio.

Funciones:

- Analizar los procesos de distribución según la necesidad que se requiera.
- Elaborar un cuadro de necesidades según a cada área.
- Ejecuta las compras de acuerdo a las necesidades fijadas.
- Controlar y coordinar las funciones de la cadena de suministro.
- Supervisa y controla al asistente de logística.
- Reporta el control de su almacén a administración
- Custodia y controla los bienes de la empresa

4.2.4. Puesto jefe de ventas y marketing

Maneja y coordina estrategias de ventas; buscando el posicionamiento para incrementar las ventas generando buenos ingresos.

Funciones:

- Elabora las ventas mensuales y anuales.
- Define los objetivos de ventas.
- Realiza la gestión de las ventas de campaña de marketing (promociones, descuentos, etc.)
- Elabora el reporte de ventas.
- Elabora la estrategia de marketing.

4.2.5. Puesto de jefe de turismo y actividades

Se encarga de la recepción de los clientes brindando información sobre las diferentes actividades dedicada de la empresa.

Funciones:

- Recepción a los turistas desde la llegada al aeropuerto Francisco Secada.
- Traslado al lodge a los turistas.
- Entrega al guía de turismo para el recorrido del servicio según el paquete comprado.
- Explica el desarrollo de cada una de las actividades.
- Retorna a los turistas al aeropuerto o lugar donde señala

4.2.6. Puesto de guía de turismo

Encargado de la atención de los clientes desde la recepción del aeropuerto hasta el final del servicio.

Funciones:

- Se presenta e indica el recorrido a ejecutar según el paquete comprado.
- Absuelve las dudas y consultas de los clientes.
- Acompaña en todo el recorrido para la traducción del caso.
- Velan por la salud, seguridad e integridad de los turistas y de sus objetos personales durante el desplazamiento en el circuito turístico.

4.2.7. Puesto de jefe de servicio

Brinda atención directa del cliente

Funciones:

- Trabaja coordinadamente con el guía de turismo
- Coordina con los responsables de cada sesión, de chamanismo, responsable de los pases en canoa según sea el caso.
- Hace cumplir con el tiempo previsto todos los servicios que contrato el cliente según el paquete comprado.
- Prevé que todos los servicios se desarrollen con normalidad para lo cual debe entregar su cuadro de necesidades a su jefe inmediato.

4.3. Condiciones laborales.

La empresa contará con sus trabajadores a tiempo completo; las cuales no excederán las 8 horas diarias. La empresa se acogerá a la ley de la micro y pequeña empresa por los beneficios que le brinda. Posteriormente se evaluará su paso al régimen general laboral. Es decir, pagará todos sus beneficios sociales laborales según ley; para el caso del contador sólo será contrato por servicios profesionales.

4.4. Régimen tributario

La empresa a desarrollar en el aspecto comercial estará en la Ley de Promoción Inversión a la Amazonia, Ley 27037, por lo tanto, el impuesto a la renta a pagar es el 10 %. En referencia a la parte laboral, la empresa se ubicará en el régimen de Remype el cual establece los derechos laborales de los trabajadores de la micro y pequeña empresa.

CAPÍTULO V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. Estudio económico.

5.1.1. Mercado y ventas

Tabla 4
Estadística de arribo de turistas, región Loreto, 2017– 2019

Descripción del usuario	2017	2018	2019
	1	2	3
Turistas nacionales (arribos)	527 639	438 711	466 582
Turistas extranjeros (arribos)	158 124	209 133	220 919

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5
Cálculo de la línea de tendencia estadística de la demanda

Tendencia	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
a (intersección en la recta)	538 701	133,264
b (coeficiente o pendiente)	(30 528)	31 397

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6
Cálculo del mercado de la demanda total proyectada

Mercado proyectado	2017	2018	2019	2022
Y (demanda proyectada) = a + bx	1	2	3	4
Turistas nacionales proyectados (arribos)	508 173	477 644	447 116	416,587
Turistas extranjeros proyectados (arribos)	164 661	196 059	227 456	258 854

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7
Cálculo del mercado de la demanda proyectada por referencia a una ruta turística al año 2020

Mercado demandante	Porcentaje	Total
Turistas nacionales que buscan participar en ruta turística	10%	41,659
Turistas extranjeros que buscan participar en ruta turística	30%	77,656
Total (personas)		119,315

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Estudio económico y mercado objetivo

Tabla 8
Demanda del negocio

Cálculo de la demanda	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (personas)	119 315		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	2%	1%
Demanda estimada (personas)	119 315	121 701	122 918
Participación de mercado (decisión empresa)	4.00%	5.00%	6.00%
Demanda del proyecto (personas)	4 773	6 085	7 375

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9
Ventas proyectadas

Ventas	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	4 773	6 085	7 375
Half day- 01 día	S/. 250.00	262.50	270.00
Sub total	S/. 1 193 250.00	S/. 1 597 312.00	S/. 1 991 250.00
Full day jungle-02 días	S/. 370.00	S/. 388.50	S/. 399.60
Tendencia del precio en el mercado	0%	5%	8%
Sub total	S/.1 766 010.00	S/. 2 364 022.50	S/. 2 947 050.00
VENTA TOTAL EMPRESA	S/. 2 959 260.00	S/. 3 961 334.50	S/. 4 938 300.00

Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Costos y gastos

Tabla 10
Gastos administrativos y personal

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,700	S/. 2,000
Jefaturas	3	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,200	S/. 1,400
Asistentes	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 930	S/. 930
Remuneraciones del personal	S/. 6,360	S/. 7,160	S/. 8,060
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 6,911	S/. 7,781	S/. 8,759
Servicios públicos	S/. 450	S/. 500	S/. 550
Útiles oficina	S/. 250	S/. 270	S/. 300
Servicio contable	S/. 600	S/. 800	S/. 1,000
Otros	S/. 300	S/. 350	S/. 200
Total mensual	S/. 8,511	S/. 9,701	S/. 10,809
TOTAL ANUAL	S/.102,134	S/.116,406	S/.129,702

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11
Gastos comerciales

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 1 000	S/. 1 500	S/. 2 000
Guías turísticos (publicidad impresa)	S/. 2 014	S/. 2 612	S/. 2 749
Alquiler local	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Promociones	S/. 500	S/. 600	S/. 700
Otros	S/. 300	S/. 400	S/. 500
Total mensual	S/. 3 813.50	S/. 5 112.33	S/. 5 949.43
TOTAL ANUAL	S/. 45 762.05	S/. 61 347.95	S/. 71 393.18
Alquiler vehículo	S/. 10 067.52	S/. 13 061.65	S/. 13 747.16
TOTAL ANUAL	S/.55 829.57	S/.74 409.60	S/.85 140.34

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12
Gastos pre operativos

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 2 500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 3 300.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia

5.2. Estudio financiero

Tabla 13
Inversión en activos fijos

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 50 000	1	S/. 50 000	20	S/. 2 500
Equipos	S/. 5 000	1	S/. 5 000	5	S/. 1 000
Vehículos	S/. 8 000	1	S/. 8 000	5	S/. 1 600
Muebles	S/. 12 000	1	S/. 12 000	5	S/. 2 400
Total			S/. 75 000		S/. 7 500

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14
Depreciación y amortización en activos fijos

Cálculo de la depreciación	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.75 000	-S/.7 500	-S/.7 500	-S/.7 500	S/.52 500
Amortización activo intangible	S/.3 300	-S/.660	-S/.660	-S/.660	S/.1 320
Total	S/.78 300	-S/.8 160	-S/.8 160	-S/.8 160	S/.53 820

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15
Programa de endeudamiento 1er año

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	70,000	1,750	1,944	3,694
2	68,056	1,701	1,944	3,646
3	66,111	1,653	1,944	3,597
4	64,167	1,604	1,944	3,549
5	62,222	1,556	1,944	3,500
6	60,278	1,507	1,944	3,451
7	58,333	1,458	1,944	3,403
8	56,389	1,410	1,944	3,354
9	54,444	1,361	1,944	3,306
10	52,500	1,313	1,944	3,257
11	50,556	1,264	1,944	3,208
12	48,611	1,215	1,944	3,160
		17,792	23,333	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16
Programa de endeudamiento 2do año

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	46,667	1,167	1,944	3,111
14	44,722	1,118	1,944	3,063
15	42,778	1,069	1,944	3,014
16	40,833	1,021	1,944	2,965
17	38,889	972	1,944	2,917
18	36,944	924	1,944	2,868
19	35,000	875	1,944	2,819
20	33,056	826	1,944	2,771
21	31,111	778	1,944	2,722
22	29,167	729	1,944	2,674
23	27,222	681	1,944	2,625
24	25,278	632	1,944	2,576
		10,792	23,333	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17
Programa de endeudamiento 3er año

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	23,333	583	1,944	2,528
26	21,389	535	1,944	2,479
27	19,444	486	1,944	2,431
28	17,500	438	1,944	2,382
29	15,556	389	1,944	2,333
30	13,611	340	1,944	2,285
31	11,667	292	1,944	2,236
32	9,722	243	1,944	2,188
33	7,778	194	1,944	2,139
34	5,833	146	1,944	2,090
35	3,889	97	1,944	2,042
36	1,944	49	1,944	1,993
		3,792	23,333	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18
Estado de resultados económicos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.2,959,260	S/.3,961,335	S/.4,938,300
Costo ventas	-S/.35,337	-S/.45,846	-S/.48,253
Margen Bruto	S/.2,923,923	S/.3,915,488	S/.4,890,047
Gastos administrativos	-S/.102,134	-S/.116,406	-S/.129,702
Depreciación	-S/.8,160	-S/.8,160	-S/.8,160
Gastos comerciales	-S/.55,830	-S/.74,410	-S/.85,140
Margen operativo	S/.2,757,799	S/.3,716,512	S/.4,667,045
Pago tributos	(275,780)	(371,651)	(466,704)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19
Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.2,959,260	S/.3,961,335	S/.4,938,300	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.78,300				S/.53,820
Capital de trabajo	-S/.88,778	-S/.18,143	-S/.12,524	-S/.2,707	S/.122,152
Compras		-S/.35,337	-S/.45,846	-S/.48,253	
Gastos administrativos		-S/.102,134	-S/.116,406	-S/.129,702	
Gastos comerciales		-S/.55,830	-S/.74,410	-S/.85,140	
Pago impuestos		-275,780	-371,651	-466,704	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.167,078	S/.2,472,036	S/.3,340,497	S/.4,205,793	S/.175,972
Préstamo recibido	S/.70,000				S/.0
Amortización		-S/.23,333	-S/.23,333	-S/.23,333	
Gastos financieros		-S/.17,792	-S/.10,792	-S/.3,792	
Escudo fiscal		S/.1,779	S/.1,079	S/.379	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.97,078	S/.2,432,691	S/.3,307,451	S/.4,179,047	S/.175,972

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20
Indicadores de rentabilidad

VAN Económico	S/.7,685,600
Tasa de descuento (CAPM)	12.92%
TIR Económica	1514%
Índice B/C	47.00

VAN Financiero	6,687,437
Tasa de descuento (WACC)	20.51%
TIR Financiero	2541%
Índice B/C	69.89

Fuente: Elaboración propia

5.3. Conclusiones

1. De acuerdo con el Plan de Marketing, se concluye que el proyecto se convertirá en un servicio óptimo en su rubro, ya que la participación del mercado, así como su crecimiento es positivo; también se identificó que tanto el servicio como el mercado son actuales lo cual facilita la libre competencia que pueda emplearse en este tipo de actividad. El factor de localización en el distrito de Iquitos es favorable, debido a que este sector es de fácil acceso.
2. En cuanto al Plan de Operaciones, se elaboró un proceso corto y eficiente el cual crea un gran valor a la empresa tomando en cuenta los aspectos de aprovisionamiento que dan inicio al servicio con la finalidad que satisfaga las necesidades y expectativas del cliente, en cuanto al proceso del servicio se muestran las operaciones planificadas detallando cada uno de los procesos.
3. En el Plan de Recursos Humanos, se determinó que la política del personal y las condiciones laborales de los trabajadores son importantes, es por ello que se realizará una buena selección, contratación y formación del personal; además de que contarán con un horario establecido y un sueldo fijo que les brindara seguridad, salud y una buena calidad de vida, en cumplimiento a las normas laborales.
4. El Plan Económico y Financiero, evalúa la situación actual de la empresa y la proyectada a futuro, plasmándolo en cálculos que nos ayudan a ver la liquidez próxima que tendrá la empresa; donde se concluyó que el proyecto cumple con un VAN mayor a uno y una TIR mayor al costo de oportunidad de capital, además tiene un nivel aceptable de personas que desean consumir servicios de calidad y que cumplan estándares adecuados.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Cornejo Claudia, 2021. Gobierno pone foco en la naturaleza peruana para reactivar el turismo interno. En: *Diario Gestión 22 de febrero del 2021*.

Hosteltur, 2021. Perú lanzo una campaña para reactivar su turismo interno. En: *www.hosteltur.com*

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – INEI 2021 Censos nacionales. En: www.inei.gob.pe

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR, 2021. En: www.mincetur.gob.pe

PromPerú, 2017-Estadística de turismo, Perú. En: www.promperu.gob.pe

SUNAT 2021, Information tributaria. En: www.sunat.gob.pe

Tripadvisor 2021, acerca de Peru. En: www.tripadvisor.com.pe

Visita del extranjero a Perú en los últimos cinco años En: <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo>

ANEXO Nº 01

PROCEDIMIENTO DE PROTOCOLO DE ACCESO CONTRA EL COVID-19

PROTOCOLO DE ACCESO CONTRA EL COVID - 19

- 

Para entrar al Instituto debes utilizar tapabocas y careta

1
- 2

Permite que el personal te tome la temperatura al ingresar


- 

Aplica gel antibacterial

3
- 4

Manten sana distancia al ingresar y dentro del Instituto


- 

Atiende a las señalizaciones e indicaciones para el ingreso y traslado a tu aula

5

ANEXO N° 2

FLUJO DE ATENCION CASO SOSPECHOSO COVID

