



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Plan de Negocio de Servicio
de Tours Turístico, 2017**

Autores:

**Guevara González, Leydi Marivi
Arévalo Cárdenas, Carlos Víctor**

**Para optar el título profesional
De Contador Público**

Tarapoto - Perú

2017

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de negocio ante todo a Dios por haberme dado fortaleza de seguir a delante en momentos difíciles, a mi familia, padres, hermano, tíos y abuelos porque cada uno de ellos me apoyaron para llegar donde ahora estoy.

Carlos Víctor Arévalo Cárdenas

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de negocios a mis familiares y amigos, quienes fueron y son un gran apoyo emocional en mi vida, a mis padres por la fortaleza que me brindan día a día, a mis hermanos, que siempre están ahí para darme palabras de ánimo y así seguir adelante, a mi hijo que es la fuerza para superarme, y a mi esposo por su apoyo económico, moral, y por la paciencia que me tiene.

Leydi Marivi Guevara Gonzales

AGRADECIMIENTO

Gracias a dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto, gracias a la vida porque cada día me demuestra lo hermosa que es y lo justa que puede llegar a ser; gracias a mi familia por permitirme cumplir mis logros personales, gracias por creer en mí y gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar de cada día.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor, a su inmensa bondad y apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes, mi hermosa familia.

Carlos Víctor Arévalo Cárdenas y Leydi Guevara Gonzales



ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE NE...

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 21:30 horas del día 27 del mes de octubre del año Dos mil diecisiete, se reunieron en el aula de Grados y Títulos de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

- Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán - Presidente
CPC Luis A. Barriga Roa - Miembro
CPC Beatriz Reátegui Ruiz - Miembro

Para evaluar la sustentación de los Bachilleres:

GUEVARA GONZALEZ LEYDI MARIVI
AREVALO CARDENAS CARLOS VÍCTOR

En la modalidad de INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL, titulado: "PLAN DE NEGOCIO DE SERVICIO DE TOURS TURÍSTICO, 2017".

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar, teniendo como resultado:

Table with 5 columns: INDICADORES, EXAMINADOR 1 (Presidente), EXAMINADOR 2 (Miembro), EXAMINADOR 3 (Miembro), and PROMEDIO. Rows include indicators A-E and final qualification scores.

Leyenda:

Legend table with 3 columns: Indicador, Descripción, and Puntaje. Rows A-E correspond to grade levels from Desaprobado to Suma Cum Laude.

El JURADO considera... Aprobado con LAUDE... la sustentación.

Signatures of the President and two Members of the Jury, with labels 'Firma' below each signature.

INDICE

| | |
|--|----|
| RESUMEN..... | 1 |
| ABSTRACT..... | 2 |
| I. INFORMACIÓN GENERAL..... | 3 |
| 1.1 Nombre del negocio..... | 3 |
| 1.2 Actividad empresarial..... | 3 |
| 1.3 Idea del negocio..... | 3 |
| II. PLAN DE MARKETING..... | 4 |
| 2.1. Necesidades de los clientes..... | 4 |
| 2.2. Demanda actual y tendencias..... | 8 |
| 2.3. Oferta actual y tendencias..... | 11 |
| 2.4 Programa de Marketing..... | 14 |
| 2.4.1 El producto..... | 14 |
| 2.4.2 El precio..... | 34 |
| 2.4.3 Plaza..... | 78 |
| 2.4.4 La promoción..... | 79 |
| III. PLAN DE OPERACIONES..... | 80 |
| 3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento..... | 80 |
| 3.2 El proceso de servicio..... | 80 |
| IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS..... | 82 |
| 4.1 La organización..... | 82 |
| 4.2 Puestos, tareas y funciones..... | 83 |
| 4.3 Condiciones laborales..... | 85 |
| 5.4 Régimen tributario..... | 85 |
| V. PLAN ECONOMICO FINANCIERO..... | 86 |
| 5.1 Estudio económico..... | 86 |
| 5.2 Estado financiero..... | 96 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 97 |
| VII. BIBLIOGRAFIA..... | 98 |
| VIII. ANEXOS..... | 99 |

RESUMEN

La presente investigación estudia la potencialidad del mercado turístico basado en sus recursos culturales y naturales que posee la región San Martín.

Esta investigación se expresa en un plan de negocios cuyos objetivos son: determinar la factibilidad comercial, técnica, organizacional, económica y financiera.

Los resultados nos señalan que existen significativa cantidad de arribos de turistas, tanto extranjeros como nacionales, así mismo existe la disponibilidad de recursos culturales, tales como: costumbres, tradiciones, artesanía, vestimenta y otros, además de atractivos naturales, también se ha encontrado que hay disponibilidad de recursos humanos, que realizan las funciones de guías turísticas.

Finalmente se determina que el negocio presenta utilidades y existe financiamiento.

Palabras claves. Plan de negocios, región San Martín, atractivos naturales y culturales, tours turísticos.

ABSTRACT

The present research studies the potential of the tourism market based on its cultural and natural resources that owns the region of San Martin.

This research is expressed in a business plan whose objectives are: to determine the commercial, technical, organizational, economic and financial feasibility.

The results indicate that there are significant amounts of tourist arrivals, both foreign and domestic, as well as the availability of cultural resources, such as: customs, traditions, handicrafts, clothing and others, as well as natural attractions such as waterfalls, lakes, It has also been found that there is availability of human resources, which perform the functions of tourist guides.

Finally, it is determined that the business presents profits and financing exists.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre: Amazonian Explore Corporation S.A.C

Localización: ciudad de Tarapoto, Región San Martín, Perú

Sector de actividad: servicio turístico.

1.2 Actividad empresarial

(Clasificación Industrial Internacional Uniforme)

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| R | Actividades Artísticas de Entretenimiento Recreativas | | | |
| | 93 | Actividades Deportivas de Esparcimiento Recreativas | | |
| | | 932 | Otras Actividades de Esparcimiento Recreativas | |
| | | | 9321 | Actividades de Parques de Atracciones y Parques Temáticos |

1.3 Idea del negocio.

Es una empresa que se dedicará a la prestación de servicios de tours para aquellos turistas nacionales e internacionales, quienes sienten la necesidad de conocer los recursos naturales y culturales de la región San Martín, para lo cual le ofrecemos paquetes turísticos, rutas diversas, guías que acompañen todo el trayecto, alimentación que comprende almuerzo en el punto de destino intermedio, hoteles en las principales ciudades de la región, diversión musical o artística.

II. PLAN DE MARKETING

2.1. Necesidades de los clientes.

Desde la antigüedad, las personas han sentido y sienten la necesidad de visitar nuevos lugares, descubrir nuevas formas de ver y percibir el mundo, conocer nuevas culturas y nuevas costumbres tanto de alimentación, creencias, formas de vestir y otros.

Una de las formas más comunes de hacerlo es viajando, para lo cual se utiliza los diferentes medios de transportes, aéreo, terrestre, fluviales y marítimos. Muchas veces el pasajero utiliza el sistema multimodal, por ejemplo, de Europa a América, y hasta el Perú por vía aérea, y de Lima a ciudades cercanas puede ser por transporte terrestre y de San Martín a Iquitos por medio fluvial.

Los viajes nos permiten tener experiencias, descubrir nuevos lugares, nuevas vivencias y nuevas formas de percibir la realidad, lo que les permite enriquecer sus conocimientos y sentir nuevas actitudes.

Viajar a sitios totalmente desconocidos es una experiencia única e enriquecedora que brinda recuerdos inolvidables y ayuda a expandir los conocimientos adquiridos. Estos recuerdos se guardan en imágenes, productos, vestimentas, etc.



Figura 1: diferentes medios de transporte que utiliza el turista, aéreo, terrestre, fluviales y marítimos.

El mercado de arribos de turistas, muestran una tendencia creciente en el tiempo. En 1950 arribaron a los destinos turísticos 25 millones, en el año 1980 fue 527 millones, la cual representa un porcentaje de 89.56 %, en el año 2000 arribaron 674 millones de turistas, obteniendo un porcentaje durante estos dos periodos de 27.90 %, al año 2015 arribaron 1186 millones de turistas, obteniendo un porcentaje de 75.97 % esto representa un crecimiento del turismo, durante todos estos años.

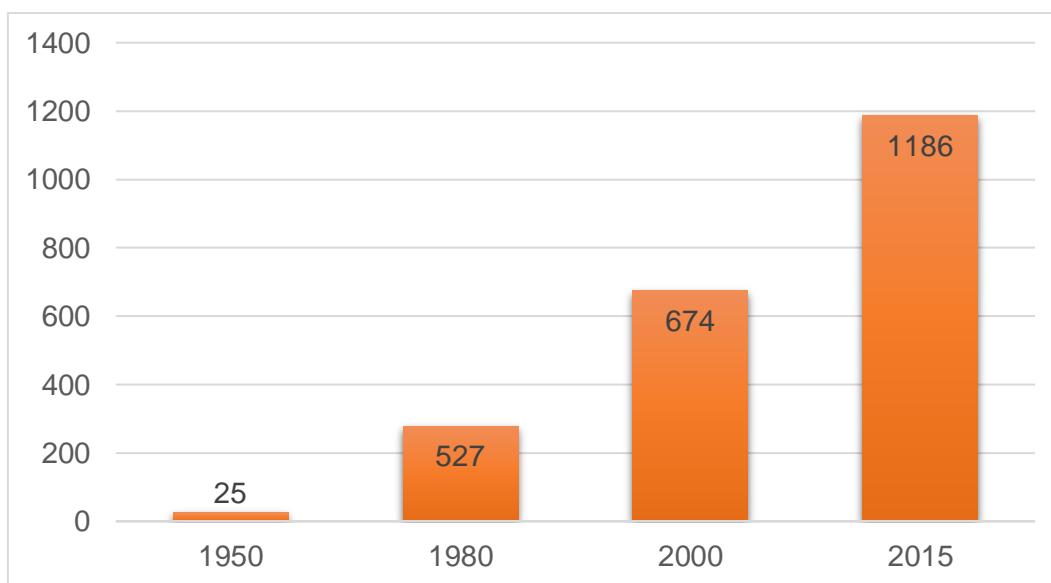


Grafico 1: Comportamiento del arribo de turistas en el mundo, años 1950, 1980, 2000, 2015.

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama internacional

Alexandre Panoso (2012) el planteamiento que da origen a la visión sistémica como paradigma para el estudio del fenómeno turístico, Alexandre Panoso se dedicó a proponer un nuevo enfoque para estudiar al turismo basado en la fenomenología, ya que las teorías que se han utilizado para su estudio se preocupan más por las relaciones de consumo, las relaciones de mercado, factor que crea una laguna en la comprensión de este fenómeno. Menciona que para Jovicic, la descripción fenomenológica del turismo se basa en la observación y percepción del fenómeno como un proceso que se desarrolla en el tiempo y en el espacio y como una actividad altamente dinámica. El análisis epistemológico ayuda a interpretar dónde comienza y dónde termina el turismo, entendiendo que el turismo comprende mucho más, en el turismo también están presentes necesidades, anhelos y deseos humanos, así como las motivaciones psicológicas que son fundamentales en la definición de lo que es el turismo.

Se considera que en este aspecto es necesario el enfoque fenomenológico, ya que permite la interpretación del hecho en sí, o de la “cosa”, en el sentido de ir a las cosas.

Se puede entender del autor antes mencionado que hace un análisis a los tipos de turistas que llegan a un lugar y quieren conocer y explorar de ello, teniendo en cuenta el consumo, el mercado que se ofrece, con ello todas sus costumbres y tradiciones. También teniendo en cuenta que es llamado turismo, al descanso o placer, diversión, negocios, congresos, compras, cultura, estudios, visita a familiares, etc.

Fuente: <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180724044014.pdf>

Kraft y Huzinkeer (2014) señalan que “el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanta dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa. El turismo no es solo el viaje de ida y vuelta, sino todo el conjunto de relaciones que se generan (económicas, humanas, ecológicas, jurídicas y de muchos otros tipos). Por eso decimos que el turismo es una ciencia o conocimiento interdisciplinar, porque ha de ser estudiado desde diferentes puntos de vista”.

Ha de existir desplazamiento (de ahí la importancia del transporte), por lo que no es posible hacer turismo en el lugar en donde uno vive o trabaja.

La estancia es siempre temporal, porque cualquier visitante siempre tiene la intención de regresar porque el turismo es un viaje de ida y vuelta. El viaje como acabamos de decir se realiza siempre fuera de su lugar de residencia, turismo Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año.

El turismo es el conjunto de acciones que realizan las personas, es decir desde el momento que sale de casa hasta su regreso, implicando todo los costos y gastos que pueda tener, es decir transporte, alojamiento, alimentación, etc.

Fuente:https://wiki.ead.pucv.cl/Definici%C3%B3n_de_turismo_Conoce_Valpara%C3%ADso

2.2. Demanda actual y tendencias

| | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Demanda actual anual (Personas) | 3,456,000 | | |
| Tendencia del mercado | 0% | 4% | 2% |
| Demanda estimada anual (Personas) | 3,456,000 | 3,594,240 | 3,666,125 |
| Participación de mercado | 2.50% | 3.40% | 4.00% |
| Demanda del proyecto (Personas) | 86,400.00 | 122,204 | 146,645 |

Cuadro 1: demanda actual y tendencias proyectadas (2018 - 2019)

Fuente: propia

El flujo de turistas que se mueve en el mundo, está mostrando una tendencia creciente con un porcentaje significativo en el 2015 respecto del 2012. En este periodo de tiempo el crecimiento estuvo, con una tasa promedio anual de 4.2%.

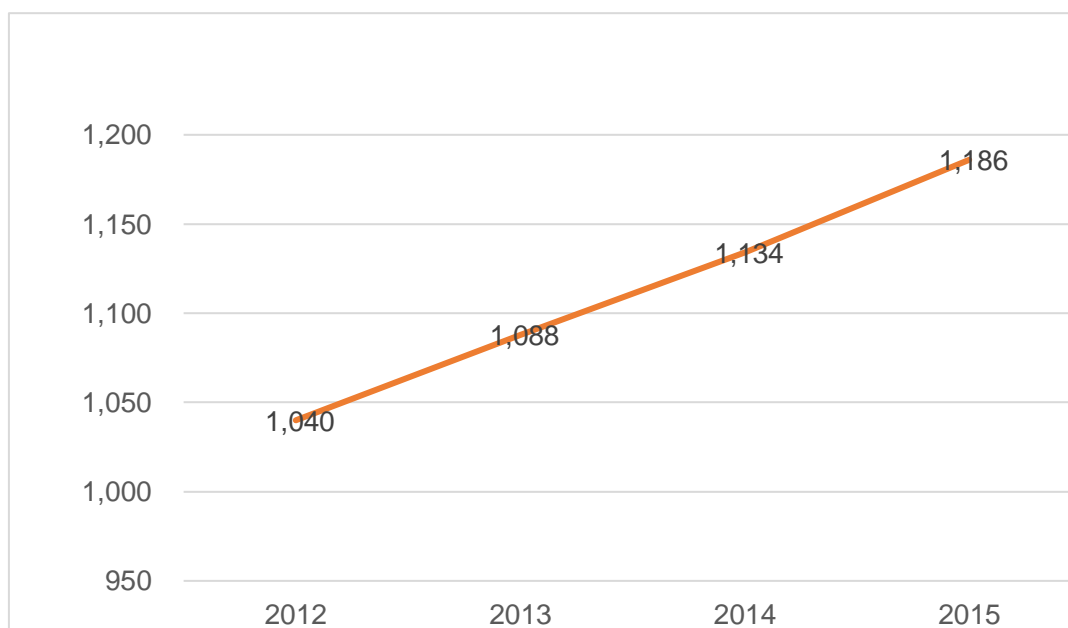


Gráfico 2: Comportamiento del flujo de turistas internacionales, a nivel mundo, periodo 2012 - 2015.

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama internacional.

Es importante observar el flujo turístico en el mundo por periodos anuales de tiempo para identificar los cambios ocurridos entre un año y otro, y conocer los factores que explican este comportamiento.

Entre los años 2012 y 2015, se tienen tasas anuales superiores al 4.6%, con mayor énfasis en el año 2013 donde se alcanzó el más alto crecimiento, 5.02% de crecimiento respecto al año anterior. El mercado creció en 52 millones de turistas viajando por los distintos lugares del mundo.

El menor resultado de este periodo de tiempo se produjo en el 2012, llegando a una tasa de crecimiento 4.2% respecto al año anterior.

Estos datos nos presentan un sector económico atractivo para las inversiones en negocios de distintos rubros que forman parte del mercado turístico: viajes, hotelería, alimentación, entretenimiento, y otros.

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Mundo (en millones de personas) | 994 | 1,040 | 1,088 | 1,134 | 1,186 |
| Índice Año 2010 = 100 | 104.85 | 109.06 | 114.54 | 119.39 | 124.40 |
| Variación anual | 4.85 | 4.02% | 5.02% | 4.85% | 5.01% |

Cuadro 2: Índices de cambios y variaciones anuales del flujo de turistas internacionales, a nivel mundo, periodo 2011 - 2015.

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama internacional.

Ahora se observa a nivel de regiones del mundo observado en dos indicadores: la participación de mercado en cada año y la tasa de crecimiento en el periodo.

El mercado que tiene crecimiento en su participación de mercado es el de Asia y el Pacífico, paso del 21.65% en el 2010 al 23.24% en el 2014. Cada vez más turistas están llegando a este mercado.

Respecto al comportamiento en este periodo de tiempo, casi todos los mercados muestran un crecimiento en el 2014 respecto al año 2010. Pero estas variaciones no son similares, unas han logrado mayores resultados que otras.

La región Asia y el Pacífico, ha crecido 28.19%, mientras que Las Américas crecieron 20.59%.

Esto muestra lo atractivo que se está convirtiendo estas dos regiones, no solo para el turismo sino para otras actividades.

(En millones de personas)

| | 2010 | Participación | 2014 | Participación | Crecimiento en el periodo | Variación promedio anual |
|--------------------|-------|---------------|--------|---------------|---------------------------|--------------------------|
| Europa | 488.9 | 51.54% | 581.8 | 51.36% | 19.00% | 4.45% |
| Asia y el Pacífico | 205.4 | 21.65% | 263.3 | 23.24% | 28.19% | 6.41% |
| Américas | 150.1 | 15.82% | 181.0 | 15.98% | 20.59% | 4.79% |
| África | 49.5 | 5.22% | 55.7 | 4.92% | 12.53% | 2.99% |
| Oriente Medio | 54.7 | 5.77% | 51.0 | 4.50% | -6.76% | -1.74% |
| Total | 948.6 | 100.00% | 1132.8 | 100.00% | 19.42% | 4.54% |

Cuadro 3: Llegada de turistas internacionales, por regiones del mundo, comparativo año 2010 y 2014. (En millones de personas)

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama internacional.

El turismo en el Perú es un sector que está mostrando un crecimiento significativo, observado en dos dimensiones: crecimiento total en el periodo de tiempo, para identificar las tendencias anuales, y la variación entre año y año.

Perú se está mostrando como un mercado atractivo para las inversiones en negocios vinculados al turismo.

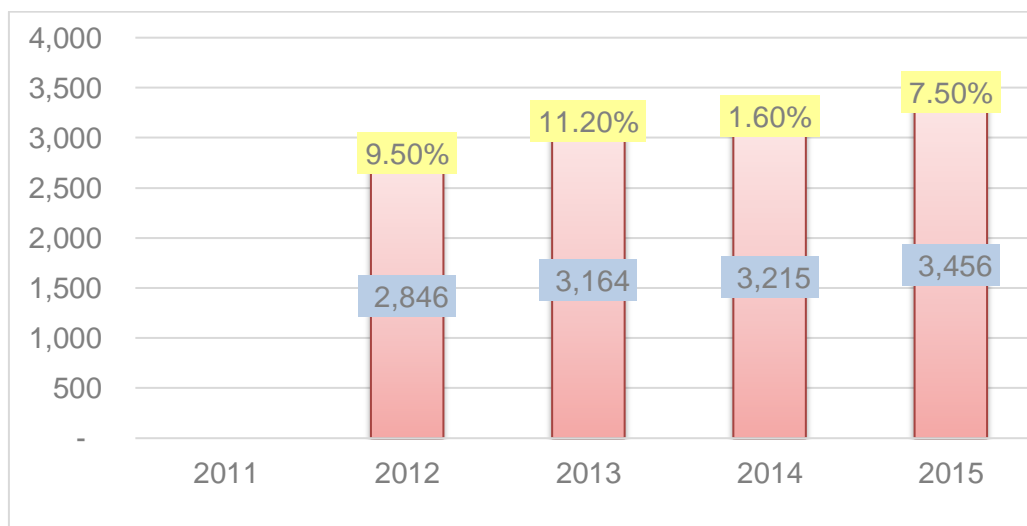


Gráfico 3. Llegada de turistas internacionales, a nivel Perú, periodo 2011 - 2015.

Fuente: ministerio de comercio exterior y turismo periodo 2011 – 2016

San Martín, fue la región con mayor número de turistas nacionales y extranjeros en 2016, al reportar un millón 128,627 llegadas, equivalente al

41.8%. Loreto reportó 733,622, equivalente al 27.2%, Ucayali registró 448,769 llegadas equivalente al 16.6% Amazonas reportó 387,309 llegadas equivalente al 14.4% respectivamente en el 2016.

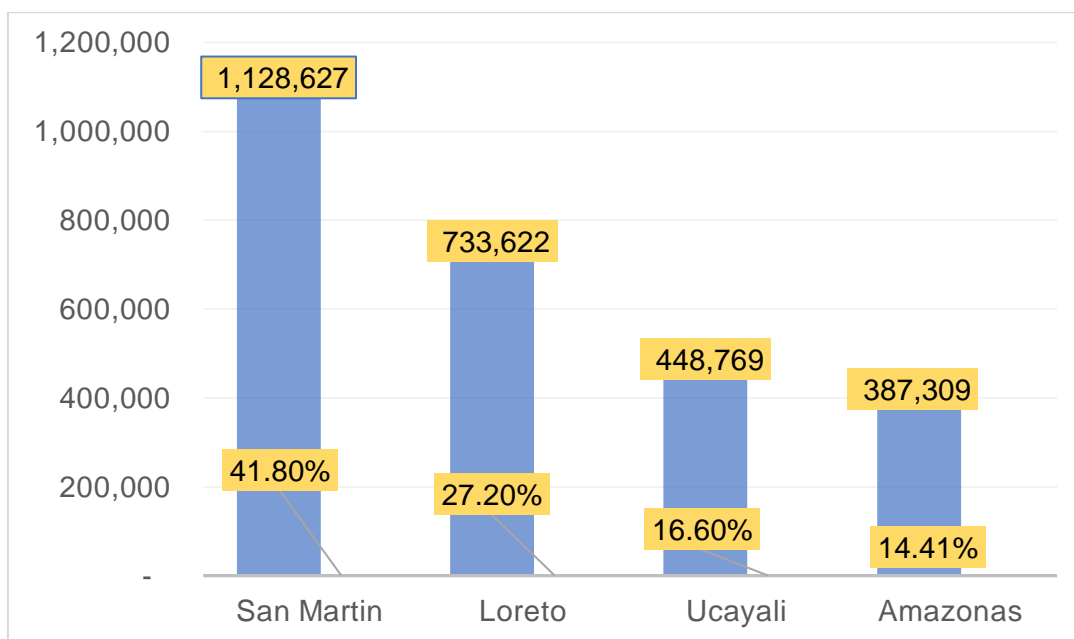


Grafico 4. Nos indica que la región de San Martín tuvo más ingresos de turistas que las regiones antes mencionadas. (2016)

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín.

2.3. Oferta actual y tendencias

Nuestro país siempre es considerado un destino de grandes expectativas turísticas. Tiene una variada y potente gastronomía, diversos lugares paisajísticos para conocer, expresiones culturales irrepetibles y una cultura viva.

La tendencia del turismo es hacia una red de negocios global que crece sostenidamente; debido fundamentalmente, a las nuevas tendencias del consumo; los cambios en los patrones de viaje y el crecimiento en las economías desarrolladas. La Organización Mundial del Turismo (OMT), proyecta que el turismo internacional crecerá a tasas mayores al 5% en los próximos años. El

turismo, en nuestra Región, se ha constituido como la actividad más importante y potencial desde hace años. Es conocido que Lima y más regiones, figuran entre los principales destinos del turismo receptivo del Perú.

La región San Martín destaca por la hermosa naturaleza que tiene, como son sus lagos, flora y fauna, costumbres etc. En el caso de nuestra Región, hay una marcada estacionalidad del turismo durante el año, Mincetur está trabajando en proyectos donde darán más ingreso a la nación y beneficios para las empresas, como son el turismo de aventura, turismo cultural; además de otros como de misticismo y turismo de salud. Hay turistas para cada uno de estos segmentos y son demandantes de servicios específicos; por lo que se debe adecuar la prestación de los servicios en términos de infraestructura y de recursos humanos capacitados, para otorgar al turista la calidad en el producto que está buscando. A la región San Martín llegamos en diferentes líneas aéreas, líneas de transporte terrestre, redes viales.

La región San Martín, se caracteriza por su encantadora fauna, por lo hermoso que es estar ahí, por la encantadora naturaleza que posee, por las tradiciones que podemos encontrar en cada uno de sus lugares, y por su deliciosa gastronomía.

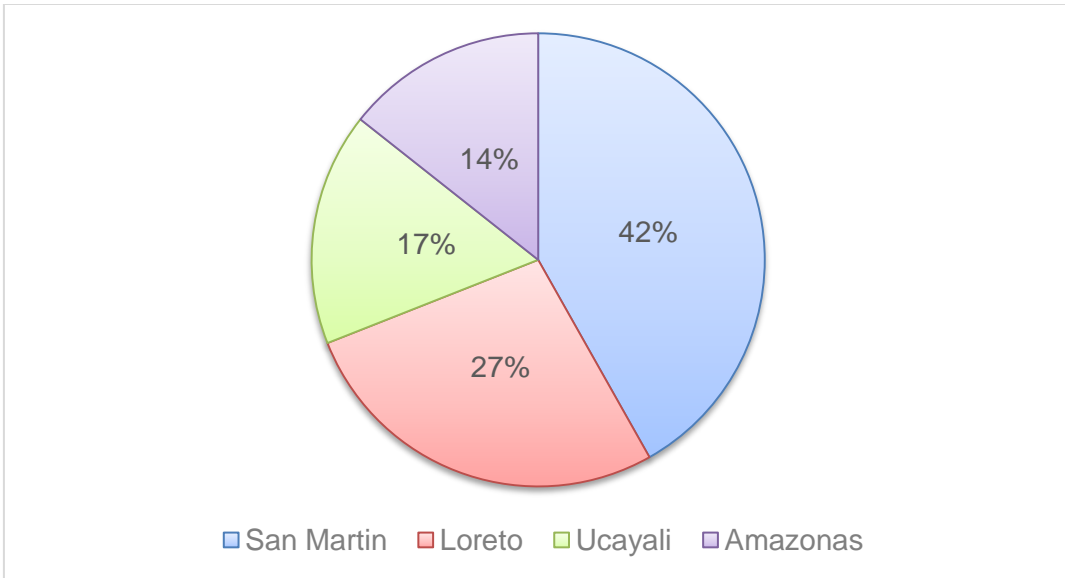


Grafico 5. Nos indica la diferencia del porcentaje de turistas entre las regiones mencionadas. (2016).

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín.

2.4 Programa de Marketing

2.4.1 El producto

El servicio que brinda la empresa de tours turístico Amazonian Explorer Corporation S.A.C son paquetes turísticos (visitas a lugares turísticos, comunidades nativas, lugares artesanales, museos, etc.) Ofrecidos a extranjeros y turistas nacionales que desean conocer la región San Martín.

Por tal motivo la empresa de tours turístico, Amazonian Corporation Explorer S.A.C. ofrecerá un modelo de negocio que marcará la diferencia, brindando servicios turísticos especializados, distintos a los que ofrece el mercado actual, con transporte seguro y confiable, con guías profesionales, en la cual el turista notará la diferencia,

Servicios que brindaremos: según la compra del paquete que realiza el turista.

Servicio 1: (turista nacional o extranjero) traslado de Aeropuerto o agencia de viajes, al hotel seleccionado, La empresa de servicio de tours turístico Amazonian Explorer Corporation S.A.C, buscará diferenciarse a través de sus servicios personalizados de calidad y seguridad; con unidades de transporte apropiadas y modernas, con conductores experimentados y conocedores de las rutas.

Servicio 2: Tarapoto Paradisiaco, city tour de Tarapoto a cataratas de ahushiyacu, lamas, laguna azul, alto mayo, este servicio incluye el recojo, traslado y retorno de los turistas. Se ofrecerá un recorrido por los principales lugares históricos de la ciudad, incluyendo las entradas a museos, visita a los centros artesanales, alimentación. Este servicio contará con modernas y cómodas unidades de transporte, un servicio de guía y conductor profesional.

Servicio 3: Tarapoto ecológico, city tour de Tarapoto a cataratas de ahushiyacu, recreo selva viva, laguna azul, este servicio incluye el recojo, traslado y retorno de los turistas. Se ofrecerá un recorrido por los principales lugares, incluyendo las entradas a los recreos turísticos y paseo en bote a laguna azul, alimentación. Este servicio contará con modernas y cómodas unidades de transporte, un servicio de guía y conductor profesional.

Servicio 4: Full Day, city tour de Tarapoto a los baños termales de pishurayacu, aguas termales san José, este servicio incluye el recojo, traslado y retorno de los turistas, este servicio incluye las entradas a los recreos turísticos alimentación, este servicio contará con modernas y cómodas unidades de transporte, un servicio de guía y conductor profesional.

Servicio 5: Alto shilcayo, visita al área de reserva de conservación, caminata cubierta de densa vegetación, interpretaremos plantas medicinales, por el área de la cordillera escalera, así mismo conoceremos el jardín de colibrís, este servicio incluirá pago de derecho de ingreso al área de conservación, guía especializado en inglés y español, equipos de caminata y equipos de camping, alimentación, traslado y retorno de los turistas ,este servicio contará con modernas y cómodas unidades de transporte y conductor calificado.

Servicio 6: Laguna azul (sauce majestuoso), nos conducimos por la carretera marginal sur de la selva, atravesaremos el rio mayo y luego cruzaremos el río Huallaga en una balsa motorizada, después avistaremos el valle longitudinal del río Huallaga desde un mirador natural hasta llegar al distrito de Sauce, ubicado a la orilla de la encantadora y mística laguna azul, incluye alimentación y entradas, se realizara kayak, canopy, paseo en bote motor alrededor del lago, mitología, cuentos y leyendas. Posteriormente retorno a Tarapoto.

Servicio 7: Lamas (ciudad antigua de la amazonia peruana), visita a Lamas por la carretera marginal norte ubicado en la cima de un cerro a 22 km de la ciudad de Tarapoto, tercera ciudad antigua e histórica de la amazonía peruana que cobija a la gran cultura chanka, exhibición de artesanías, tejidos, tallados en madera, sachá inchi, café y chocolate artesanal, ceremonia y danza en el barrio WAYKU. Incluye entradas a museos, posteriormente retorno a Tarapoto.

Servicio 8: Alto mayo, nos conducimos por la carretera marginal norte para recorrer 150 km aprox. con destino a Alto Mayo y ubicarnos en Tioyacu Distrito de Soplín Vargas Provincia de Rioja, asimismo disfrutar de las nacientes de aguas frescas y cristalinas de la cabeza de cuenca del Tioyacu. Luego nos dirigimos a Moyobamba ciudad histórica de la amazonia peruana, almuerzo en Fundo Alegría Restaurant. Seguidamente conoceremos la gran diversidad de orquídeas, baños termales, degustaremos de café orgánico río mayo. Luego retornamos a Tarapoto, incluye entradas a los recreos y alimentación.

Servicio 9: Río Abiseo, disfruta de una aventura en plena naturaleza, partimos de Tarapoto hasta llegar a huicungo, luego visita al centro de interpretación, seguidamente visitamos al albergue turístico, visita al circuito de agua, catarata shihui, catarata maquizapa, cascada timón, quebrada Churo, almuerzo en el albergue. Nuestro programa incluye transporte Tarapoto Huicungo y viceversa, transporte vía fluvial, alimentación, entradas a los lugares que se mencionan en el programa guiado.

Servicio 10: Pacaya Samira, partimos de Tarapoto a la ciudad de Yurimaguas 2 horas de recorrido aproximadamente, viajamos bajo la densa vegetación de la cordillera escalera, por la carretera interoceánica extremo norte.

Luego nos dirigimos al puerto Abel Guerra para tomar transporte y navegar sobre las aguas de río Huallaga, 5 horas de viaje hasta llegar a Lagunas, luego partimos vía furgoneta hacia Santa Rosa de Tíbil, Puesto de Vigilancia N° 8 registros e ingreso a la RNPS. Comenzamos la aventura en una embarcación canoa por el río Samira en donde estaremos cubierto de la abundante vegetación de selva baja, avistaremos diversidad de animales entre ellos primates, anfibios, aves, especies oriundas y únicas.

Luego nos conducimos río abajo, observaremos boa, oso perezoso, mono colorado, visitaremos el refugio de los delfines grises, población de garzas, pesca, luego salimos con destino a santa rosa de tibilo aguas arriba.

Salida del puerto de Yurimaguas rumbo a Yurimaguas aguas arriba, seguidamente traslado a la ciudad de Tarapoto. Incluye entradas y alimentación.

Cataratas de Ahuashiyacu

La catarata de Ahuashiyacu es una caída de agua situada en el distrito amazónico del departamento de San Martín, Perú. Se encuentra a una distancia de 14 kilómetros desde Tarapoto, se ingresa por la carretera Fernando Belaunde Terry en dirección a Yurimaguas. La catarata está ubicada dentro del Área de Conservación Regional Cordillera Escalera.

Tiene caída de agua cristalina de 40 metros de altura, discurre sobre roca con una tupida vegetación, ambos lados de la catarata terminan en una poza de aproximadamente 12 metros de ancho en la cual es posible bañarse. La profundidad de la poza varía permitiendo espacios para niños, aunque en la parte central es algo profunda.

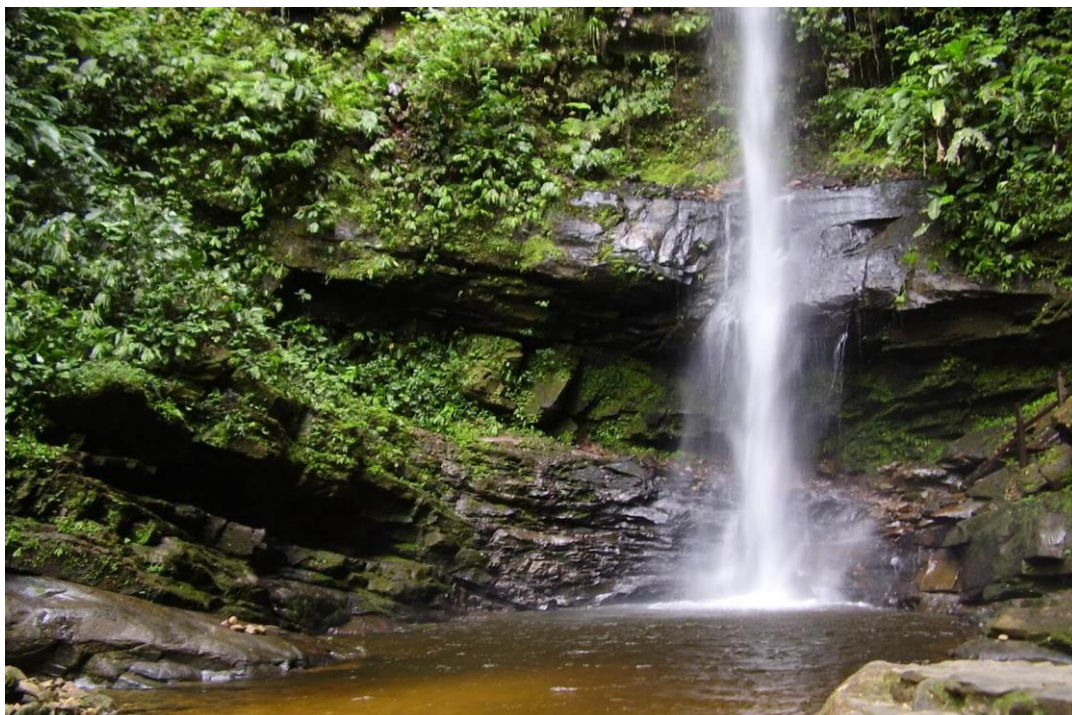


Figura 01: Cataratas de ahuashiyacu

Fuente. [www. Cataratas de ahuashiyacu.com](http://www.Cataratasdeahuashiyacu.com)

LA LAGUNA DEL SAUCE

Está ubicado a dos horas de la ciudad de Tarapoto tiene cinco kilómetros de longitud, un ancho promedio de 1,4 kilómetros y más de 35 metros de profundidad, el Sauce es una bella laguna que está dividida en dos secciones conectadas por un estrecho canal. Cuenta con hermosos paisajes, ideales para toma fotográfica, o paseos en canoa.



Figura 02: La laguna del sauce.

Fuente: <https://www.laguna de sauce.com>

Baños Termales de Pishurayacu

Está ubicado a 32 kilómetros de la ciudad de Tarapoto, cerca del pueblo de san José, el recorrido es por la carretera a Yurimaguas, es parte de la reserva natural de la cordillera cerro escalera, tiene hermosa vegetación,



Figura 03: Baños Termales de Pishurayacu

Fuente: [www. bañostermales+san+jose+pishurayacu](http://www.bañostermales+san+jose+pishurayacu)

Cordillera Alto Shilcayo.

El circuito eco turístico Alto Shilcayo es una alternativa de "turismo ecológico o turismo de naturaleza". Actualmente viene siendo administrada por la Asociación de Protección de Flora y Fauna (APFF); un conjunto de personas dedicadas a la conservación y protección de la riqueza que la naturaleza les brinda.

Dicho circuito se encuentra a tan solo 30 minutos de la ciudad de Tarapoto, el acceso puede ser realizada con una caminata o con movilidad hasta la garita de control, en el circuito se puede apreciar ranas de colores, insectos palo (color rojo, naranja con amarillo, marrón), arañas, serpientes, aves, monos, sajinos; todas estas especies se encuentran en su habitat natural y no en jaulas. También se puede apreciar bellos paisajes con vista al bosque y al río Shilcayo.



Figura 04: Cordillera Alto Shilcayo.

Fuente: <https://www.amazonianexplorer.com/package/alto-shilcayo>



Figura 05: Cordillera Alto Shilcayo.

Fuente: <https://www.amazonianexplorer.com/package/alto-shilcayo>



Figura 06: Cordillera Alto Shilcayo.

Fuente: <https://www.amazonianexplorer.com/package/alto-shilcayo>

Quebrada Churo Parte Baja

Situada en el distrito de Huicungo, provincia de Mariscal Cáceres, forma parte del Parque Nacional del Río Abiseo. Esta hermosa quebrada trata de sistemas de pozo afluentes del río, dividido por una quebrada, que a su vez se divide en tres sectores: Churo parte baja, media y alta. Lo que hace de esta zona particularmente atractiva es la temperatura y transparencia del agua que permite observar el fondo de arena. Profundidad máxima es de 3 mts en el cauce.



Figura 07: Quebrada churo parte baja.

Fuente:<http://turismo.pe/tours/2d-1n-explora-el-parque-nacional-rio-abiseo>

Petroglifos de Polish

El nombre Polish significa llanura despejada, lo constituyen un conjunto de cinco piedras con grabaciones en bajo relieve y diseminadas en un área de 1.5 Km. a la redonda; las grabaciones representan figuras de animales, plantas y hoyos formando cuentas en dos hileras junto a representaciones de serpientes Geográfica, se encuentran ubicados a 8,5 Km. de la ciudad de Tarapoto, en un área de más de 1 hectárea. Se sabe que estas ruinas fueron abandonadas por los Morunos (conocidos por los españoles como motilonos), descendientes de los Chancas y Pocras.

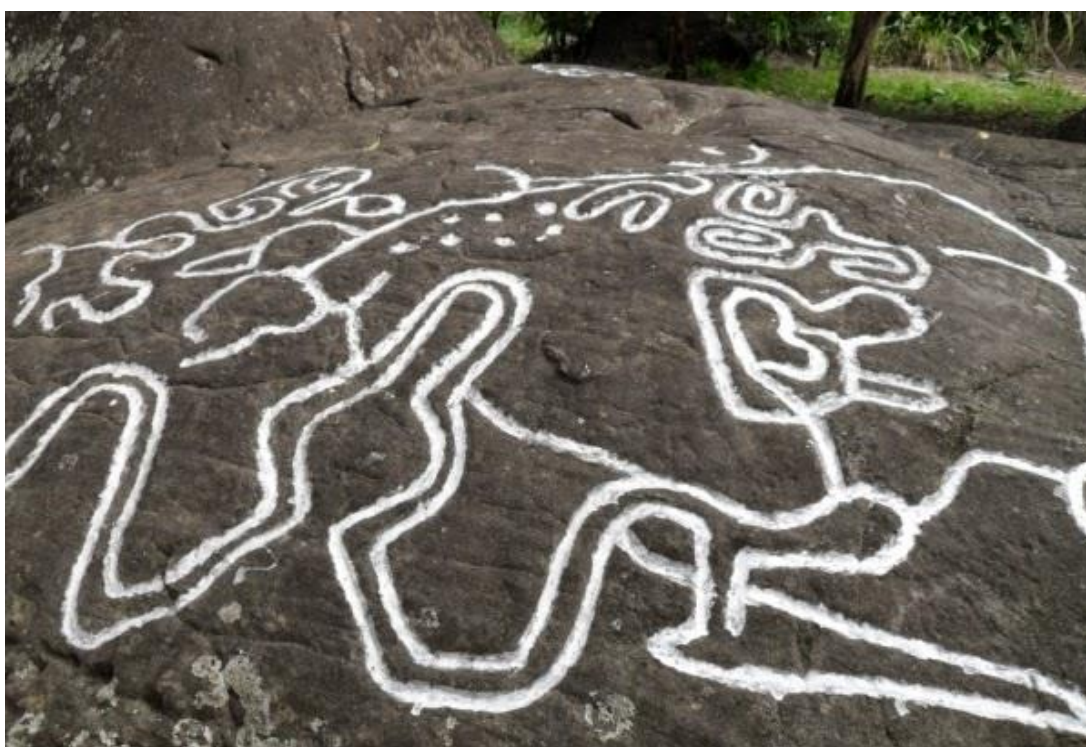


Figura 08: Petroglifos de Polish.

Fuente: [https://www. Petroglifos de Polish.com.pe](https://www.PetroglifosdePolish.com.pe)

Las Cataratas del Gera

Está ubicada en medio de una copiosa vegetación al sur de la ciudad de Moyobamba, en la comprensión del distrito de Japelacio, ubicadas en la selva alta, de clima húmedo tropical, a una altura de 1025 m.s.n.m., las caídas de agua de tres saltos desde una altura de 120 metros, son aguas cristalinas que discurren del río Jera, en un lecho rocoso en medio de una abundante vegetación con especies maderables, plantas propias de la zona, orquídeas y brómelas.



Figura 09: Las Cataratas del Jera.

Fuente: <https://www.cataratasdeljera.com.pe>

EL MORRO CALZADA:

Es un cerro que tiene unos 575 m de altura, emplazado en el distrito de Calzada, en la Región San Martín, se encuentra en la llanura del valle del mayo. Promontorio de roca lleno de bosques que sirve de refugio para la flora y la fauna silvestre. Es un sitio idóneo para los amantes de la naturaleza y el camping.



Figura 10: El morro calzada.

Fuente: <https://www.morro de calzada.com>

CATARATAS DE HUACAMAÍLLO

Las cataratas están situadas en el distrito de San Antonio de Cumbaza, para acceder a ella se debe viajar cerca de dos horas desde el poblado de San Antonio. Posiblemente sean las cascadas más hermosas de la zona.



Figura 11: Cataratas de huacamaílllo.

Fuente: <https://www.cataratasdehuacamaillo.com/pe>

El Pueblo de Lamas:

Está ubicada a 22 Km. de la ciudad de Tarapoto, el pueblo lamista es muy agradable, tiene un clima templado. El origen etnológico de Lamas se remonta a los pueblos de los Chancas, quienes huyeron luego de encarnizadas guerras con los incas. En el lugar se puede visitar el barrio nativo de Huayco, la cumbre de Ancohuallo, el Museo Étnico de Lamas y los barrios mestizos de la ciudad. Este pueblo es el más representativo de los nativos del departamento de San Martín, debido a que todavía conservan costumbres prehispánicas.



Figura 12: El pueblo de lamas.

<https://www.plaza de lamas.com.pe>



Figura 13: El pueblo de lamas



Figura 14: El pueblo de lamas



Figura 15: El pueblo de lamas

Fuente: <https://www.castillolama.com>

Río mayo

El río mayo nace en el Departamento de Amazonas, al norte del Villa Jumbilla, penetra en el Departamento de San Martín y, en su recorrido forma los valles del Alto Mayo, donde colecta las aguas de sus tributarios Tonchima, Indoche, Yuracyacu, Naranjillo, Naranjo, Tubara, Tioyacu, Soritor y Gera. Mientras, el valle del Bajo Mayo, que se inicia a partir del Distrito de Tabalosos, recibe las aguas del Mamonaquihua, Cumbaza y Cachiyacu, para desembocar en el río Huallaga.

Estos ríos son los más importantes del departamento de San Martín. El río Mayo por naturaleza es Turbulento, con una profundidad que va desde los 6 a 20 metros y, en algunos tramos posibilita el desarrollo del canotaje, que en esta región es particularmente especial por la naturaleza de selva, que permite desarrollar ésta actividad durante todo el año, y se complementa con la observación de la naturaleza circundante.



Figura 16: Río mayo

Fuente: www.riomayo.com/pe

La Laguna Venecia:

Esta laguna se encuentra a sólo 5 Km. de la ciudad de Tarapoto, en la carretera que conduce a Yurimaguas, y se constituye como lugar ideal para un día de campo, ofreciendo paseos en bote y la degustación de variados potajes de la selva. La laguna Venecia es albufera formada a partir de la concentración a su alrededor de palmeras de aguaje, que tienen la particularidad de concentrar agua, lo que le da una belleza especial.

Es de forma ovalada, 60 metros de ancho y 170 de largo; con una profundidad de 2,5 metros. Por estar en la selva, las áreas circundantes tienen la belleza de la vegetación de la selva alta. Asimismo, cuenta con un pequeño zoológico.



Figura 17: La Laguna Venecia

Fuente: www.lagunavenecia.com

Los Baños Termales:

Se encuentran ubicados en las faldas del cerro San Mateo, a sólo 5 Km. de la ciudad de Moyobamba. En él, se encuentran pozas y afluentes que brotan del subsuelo con variadas temperaturas, contando asimismo con una adecuada infraestructura, como piscina, restaurante y demás servicios.

Existen 6 pozas acondicionadas para el aprovechamiento de esta agua; además de los servicios adicionales: chorreras, cancha de fulbito, juegos recreativos, etc.



Figura 18: Los Baños Termales:

Fuente: <https://www.bañostermales san mateo.com>

Baños Sulfurosos:

Están ubicados a sólo 6 Km. de Moyobamba en las faldas del cerro Oromina. Su nombre por el afloramiento de aguas sulfurosas provenientes del subsuelo. A igual que las aguas termales de San Mateo, a estas, también se les atribuye efectos medicinales para el tratamiento de algunas enfermedades de la piel. Está ubicado en selva alta, a una altura de 903 m.s.n.m., rodeado de un ambiente natural atractivo propio de la zona, con una temperatura de agua de 8 grados centígrados.



Figura 19: Baños Sulfurosos:

Fuente: <https://www.bañosulfurosos.com>

2.4.2 El precio

La empresa de tours turístico Amazoniam Explorer Corporation S.A.C. determinará el precio de cada una de las actividades de acuerdo a los precios del mercado, la empresa de tours turístico Amazoniam Explorer Corporation S.A.C. se basará en estrategias de venta según el tipo de servicio que adquiera el turista.

La cual sabemos que es un aspecto muy importante como estrategia de venta. Asimismo se ha observado que los precios establecidos por las operadoras de turismo que operan en el mercado presentan ciertas variaciones, en la cual la empresa de tours turístico Amazonian Explorer Corporation S.A.C nos motivaremos principalmente por un mayor valor agregado del servicio que ofreceremos, marcando la diferencia con la competencia.

| SERVICIOS QUE BRINDA LA EMPRESA AMAZONIAN EXPLORER CORPORATION.S.A.C | | | |
|--|-----------------|-------|---|
| SERVICIO QUE BRINDA | PRECIO UNITARIO | DIA S | INCLUYE |
| Tarapoto Paradisiaco | 310.00 | 4 | Pago de entradas a los lugares turísticos, servicio de movilidad, servicio de guía especializado, alimentación, paseo en bote a la laguna azul. |
| Tarapoto ecológico | 140.00 | 2 | Pago de entradas a los lugares turísticos, servicio de movilidad, servicio de guía especializado, alimentación. |
| Tarapoto - Full Day | 85.00 | 1 | Alimentación, guiado especializado, pago de ingresos a lugares turísticos, transporte. |
| Tarapoto - Alto Shilcayo | 370.00 | 3 | pago de ingreso al área de conservación, guía especializado, equipos de caminata y equipos de camping alimentación |
| Tarapoto - Laguna Azul | 80.00 | 1 | Alimentación, ingresos a recreos turísticos, movilidad, guía especializado, paseo en bote por la laguna. |
| Tarapoto - Lamas | 30.00 | 1 | Pago de ingresos a los recreos turísticos, movilidad, guía especializado. |
| Tarapoto -Alto mayo | 120.00 | 1 | Pago de ingresos a los recreos turísticos, alimentación, movilidad, guía especializado. |
| Tarapoto - Rio Abiseo | 400.00 | 2 | Transporte Tarapoto - Huicungo y viceversa, transporte fluvial, hotel, alimentación, pago de ingreso, guiado especializado. |
| Tarapoto - Pacaya Samira | 750.00 | 5 | Transporte, hotel, alimentación, pago de ingreso, equipo de campamento guiado especializado. |

Cuadro 04: Servicios que brinda la empresa Amazonian Explorer Corporation S.A.C

Fuente propia

DIFERENCIA DE PRECIOS DE LA EMPRESA AMAZONIAN EXPLORER CORPORATION S.A.C Y LA COMPETENCIA

| EMPRESAS | PRECIO | DIAS | ENTRADAS | MOVILIDAD | GUIA | ALIMENTACION | PASEO EN BOTE | EQUIPO DE CAMINATA | EQUIPO DE CAMPING | HOTEL |
|---------------------------|--------|------|----------|-----------|------|--------------|---------------|--------------------|-------------------|-------|
| AMAZONIAN EXPLORER | | | | | | | | | | |
| Tarapoto Paradisiaco | 310 | 4 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto ecológico | 135 | 2 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Full Day | 80 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Alto Shilcayo | 370 | 3 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Laguna Azul | 70 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Lamas | 30 | 1 | X | X | X | | X | X | X | |
| Tarapoto -Alto mayo | 120 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Rio Abiseo | 400 | 2 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Pacaya Samira | 750 | 5 | X | X | X | X | X | X | X | X |
| TENGANA TOURS | | | | | | | | | | |
| Tarapoto Paradisiaco | 325 | 4 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto ecológico | 140 | 2 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Full Day | 85 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Tarapoto - Alto Shilcayo | 390 | 3 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Laguna Azul | 75 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Lamas | 35 | 1 | X | X | X | | X | X | X | |
| Tarapoto -Alto mayo | 150 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Rio Abiseo | 550 | 2 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Pacaya Samira | 750 | 5 | X | X | X | X | X | X | X | X |
| HIDALGO TOURS | | | | | | | | | | |
| Tarapoto Paradisiaco | 320 | 4 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto ecológico | 150 | 2 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Full Day | 70 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Alto Shilcayo | 385 | 3 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Laguna Azul | 75 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Lamas | 35 | 1 | X | X | X | | X | X | X | |
| Tarapoto -Alto mayo | 140 | 1 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Rio Abiseo | 520 | 2 | X | X | X | X | X | X | X | |
| Tarapoto - Pacaya Samira | 830 | 5 | X | X | X | X | X | X | X | X |

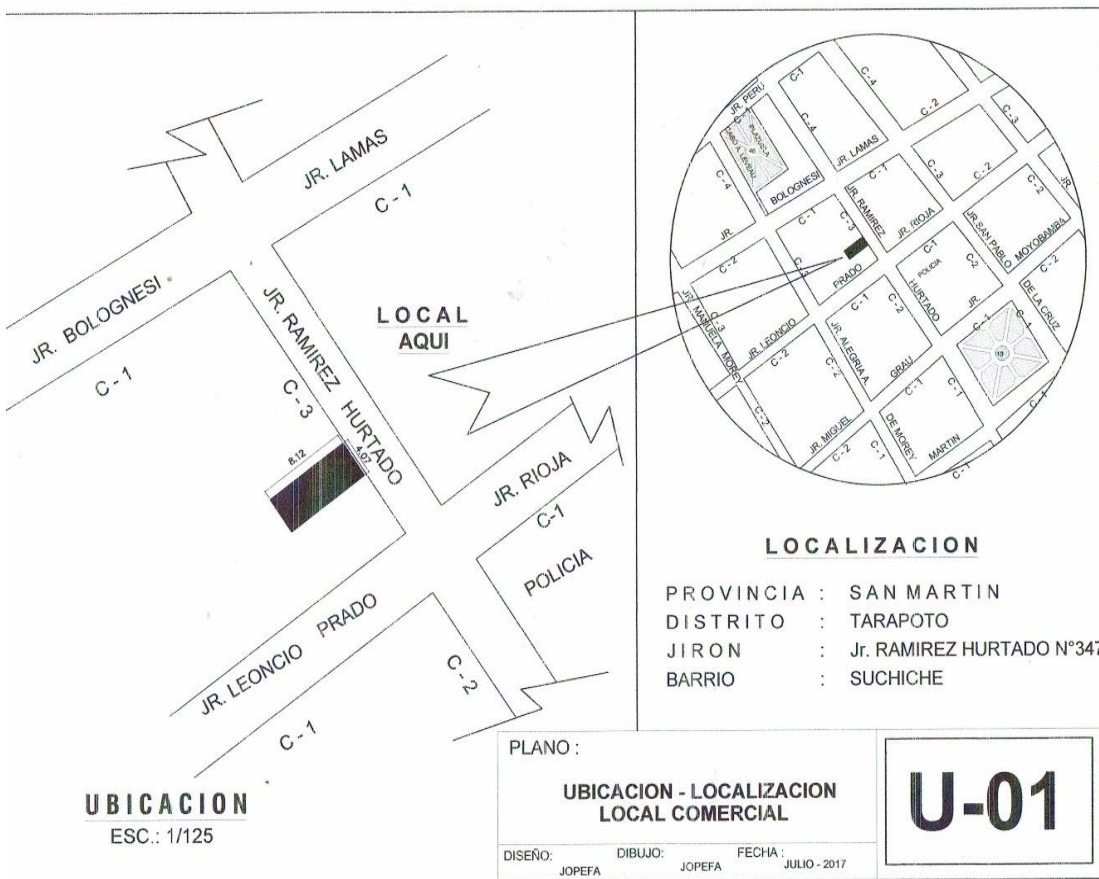
Cuadro 05: diferencias de precios que brinda la empresa Amazonian Explorer S.A.C con la competencia.

Fuente propia

2.4.3 Plaza

Para poder realizar sus actividades de negocio la empresa Amazonian Explorer S.A.C, hará uso de una oficina alquilada en el Jr. Ramírez Hurtado N°347, para tener un espacio propio al cual puedan acercarse las personas interesadas en los servicios ofertados por la agencia turística.

En estas instalaciones se tendrán una serie de folletos informativos con el contenido de diversas atracciones turísticas de nuestra región, así mismo el contenido de los servicios proporcionados por la agencia y la programación de futuros viajes o excursiones.



Fuente: propia

2.4.4 La promoción.

En la empresa de tours turístico Amazonian Explorer Corporation S.A.C, destinará una cantidad de dinero, en publicidad y promoción de sus servicios ofrecidos, creará una buena imagen de la empresa, definirá el slogan, logotipo, y estrategias de promoción, en los diferentes paquetes turísticos de acuerdo a las ocasiones. Como las ofertas para determinadas fechas del año como Navidad, San Valentín, día de la madre, día del padre, Pascua, días festivos etc.

Las estrategias y mecanismos a emplear para publicitar los productos y servicios son:

- Revistas especializadas de la región san Martín
- Elementos publicitarios de la empresa (volantes, folletos informativos, tarjetas de presentación, etc.) Los cuales serán distribuidos en hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otros sitios concurridos por turistas.
- Página web.
- Participación en ferias y eventos turísticos: siendo no solo nivel sectorial, sino local, nacional e internacional, ya que son oportunidades para establecer contactos con otros tipos de clientes.
- Promoción en radio u otros medios de información que sirvan para darse a conocer.



III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La empresa Amazonian Explore Corporation S.A.C cuenta con un local alquilado, en donde se desarrolla las operaciones del negocio. La atención de nuestro colaborador, el cual absolverá toda duda del cliente respecto a los servicios prestados.

3.2 El proceso de servicio

Servicios profesionales de información, asesoría y gestión de cuentas de viajes.

- Servicios de intermediación como la reserva, emisión y venta de servicios sueltos turísticos (pasajes, alojamiento en hoteles etc.),
- El producto de viaje organizado: el producto de reuniones, cursos o eventos diseñado, organizado y comercializado por la agencia de viajes.
- El producto material relacionado con los viajes, como el diseño, creación y comercialización de material informativo (por ejemplo, guías de viaje) y material deportivo.

Para ofertar estos productos, la agencia de viajes, desarrollan las siguientes funciones:

1. Función Asesora: consiste en informar y asesorar al cliente sobre las características de los destinos turísticos para ayudarlo a elegir su viaje. Para ello la agencia de viajes, dispone de fuentes de información sobre los destinos a conocer por medio de Internet, guías, folletos.
2. Función Productora: se ocupa de diseñar, organizar y operar viajes a un precio global establecido (paquetes turísticos) que pueden ofrecerse a un mercado general o confeccionarse a medida de un cliente.
3. Función Mediadora: consiste en actuar como intermediaria entre el cliente y las empresas del sector turístico que ofertan sus servicios de hotelería.

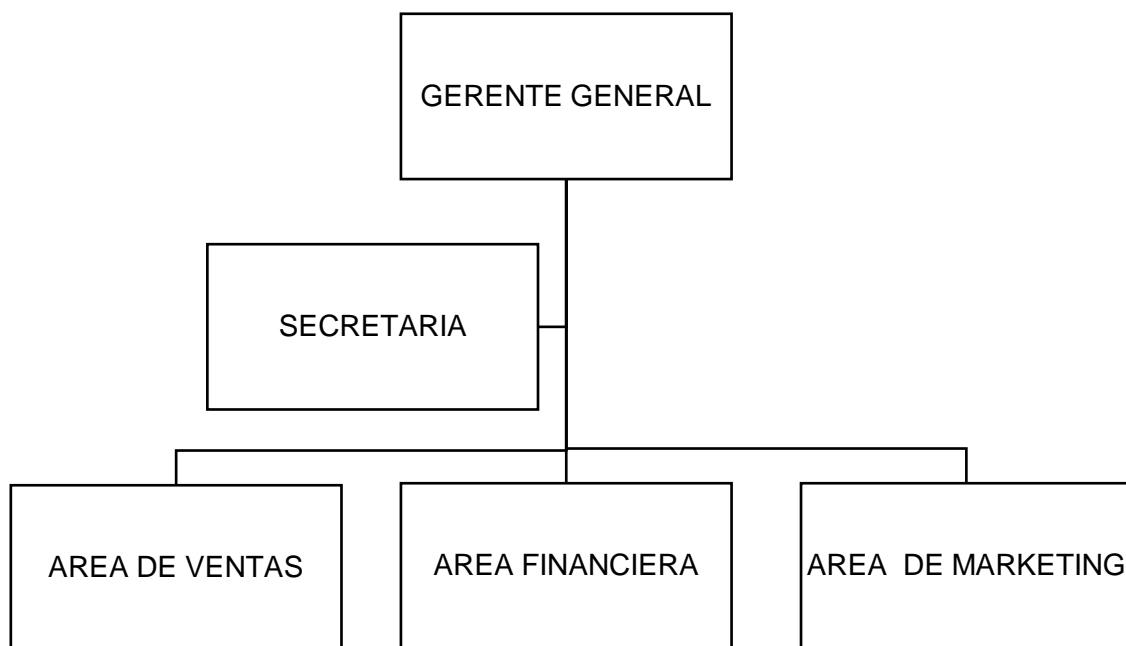
Operaciones de producción de la agencias de viaje:

Para desarrollar las anteriores funciones, las agencias de viajes, ejecutan una serie de operaciones asignadas a puestos de trabajo.

- 1- Gerencia:
- 2- Secretaria:
- 3- Área de ventas: informa, asesora y vende directamente al cliente está relacionada con el área comercial.
- 4- Área administrativa y financiera: organiza la agencia y realiza la gestión económico-financiera. También se puede ocupar de los RR.HH.
- 5- Área comercial: organiza y ejecuta las actividades para conocer la demanda y dar a conocer los productos de la agencia.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La organización



Fuente propia

4.2 Puestos, tareas y funciones

1. Gerente general
2. Secretaria
3. Área comercial
4. Área de ventas
5. Área financiera.

1.-Gerente general

Funciones:

- a) Controlar el adecuado manejo de los recursos físicos, económicos y humanos de la compañía.
- b) Dirigir la marcha de las operaciones del negocio siguiendo los lineamientos establecidos en la Junta Directiva.
- c) Definir la política de calidad y servicio de acuerdo con los objetivos de la organización y las expectativas de los clientes asegurando su adecuada participación.
- d) Fijar los parámetros generales para la elaboración de los presupuestos y planes de negocios para presentarlos en la Junta Directiva.
- e) Cumplir las normas legales, los estatutos y las resoluciones de la Junta General.
- f) Representar a la empresa ante las autoridades, proveedores, clientes y otros organismos internos y externos.
- g) Establecer las normas para la aplicación de políticas en las diferentes áreas de la empresa.
- h) Presentar a la Junta directiva los estados financieros de la compañía para su aprobación.
- i) Generar excelentes resultados financieros y comerciales.

2. Secretaria o recepcionista

Bajo la supervisión del responsable de Atención al Cliente, tiene por misión la recepción de clientes y realizar tareas administrativas y de gestión básicas, recibiendo, registrando y transmitiendo información y documentación, así como operaciones de tratamiento de datos, manteniendo la confidencialidad requerida y observando las normas de seguridad e higiene en el trabajo. Tareas que implican relación directa con los clientes y usuarios.

3. Área comercial

La gerencia comercial, es una de las áreas fundamentales del organigrama, debido a las responsabilidades que tiene que asumir el gerente comercial para conectar la empresa con el exterior, contactando por un lado con los proveedores y por otro con los consumidores. Mejorar las condiciones de venta y compra de la empresa. El gerente comercial conduce al equipo de vendedores y lidera a los mismos, es el nexo entre el directorio o dueño.

4. Área de ventas

El área de ventas es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas o de intermediarios, aplicando las técnicas y políticas de ventas acordes con el producto o servicio que se desea vender.

5. Área financiera.

El área financiera se encarga de la administración de los recursos económicos de la agencia, para lograrlo es necesario, el conocimiento y análisis de la estructura económica-financiera de la empresa.

Algunas de las tareas que realiza son:

1. Registrar operaciones contables y datos financieros, con el fin de obtener ordenadamente la información actual e histórica del negocio para planificar y tomar las decisiones adecuadas. Planificar, analizar y evaluar la información registrada.

2. Buscar fuentes de financiamiento y seleccionar la más conveniente para el emprendimiento. Existen diferentes opciones de financiamiento y cada empresa deberá analizar cuál se adecua mejor a sus necesidades.
3. Buscar opciones de inversión con las que pueda contar el negocio, y seleccionar aquella cuya rentabilidad sea acorde a la capacidad financiera alcanzada.
4. Controlar las operaciones ejecutadas y registradas con el fin de, si es necesario, rectificar errores u omisiones para el posterior análisis de desvíos en relación al presupuesto inicialmente desarrollado, buscando la mayor eficiencia posible.

4.3 Condiciones laborales

En la empresa de servicio de tours turístico Amazonian Explore Corporation S.A.C, se tendrán trabajadores a tiempo completo, y en varios casos a tiempo temporal, cumpliendo con las horas de ingreso y horas de salida, en el caso de haber horas extras serán remuneradas.

5.4 Régimen tributario

La empresa, Amazonian Explore Corporation S.A.C estará en el régimen general del impuesto a la renta acogido a la ley de la amazonia, dentro de la micro y pequeña empresa.

V. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

Tabla 1. Comportamiento del mercado:

| | | |
|------------------------------|-----------|---------|
| PASAJEROS NACIONALES | 1,103,177 | |
| PASAJEROS INTERNACIONALES | 25,450 | AL 2016 |
| TOTAL PASAJEROS | 1,128,627 | |
| CRECIMIENTO DE LA ECONOMIA | 5% | ANUAL |
| PROYECTADO REGION SAN MARTIN | 1,244,311 | AL 2017 |
| CIUDAD DE TARAPOTO | 42% | |
| DAMANDA TARAPOTO | 522,611 | |

Tabla 02. Ingreso por ventas.

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|
| Demanda actual anual (Personas) | 522,611 | | |
| Tendencia del mercado | 0% | 4% | 2% |
| Demanda estimada anual (Personas) | 522,611 | 543,515 | 554,385 |
| Participación de mercado | 3.00% | 4.00% | 5.00% |
| Demanda del proyecto (Personas) | 15,678 | 21,741 | 27,719 |
| Demanda del proyecto (Personas) | 15,678 | 21,741 | 27,719 |

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
| Oferta: Capacidad de ventas Cajas) | - | - | - |
| Primera restricción: Demanda (Cajas) | 15,678 | 21,741 | 27,719 |
| Ventas anuales | 15,678 | 21,741 | 27,719 |
| Precio mercado local | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| Tendencia del precio | 0% | 0% | 0% |
| Precio de venta efectiva | S/.40.00 | S/.40.00 | S/.40.00 |
| | S/.627,132.88 | S/.869,624.26 | S/.1,108,770.93 |

Tabla 03. Gastos administrativos.

| GASTO ADMINISTRATIVO | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|-----------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Gerentes | 1 | 1 | 1 |
| Sueldo mensual | S/. 1,000 | S/. 1,000 | S/. 1,000 |
| Chofer | 1 | 2 | 3 |
| Sueldo mensual | 850 | 900 | 1,000 |
| Guía turístico | 1 | 2 | 3 |
| Sueldo mensual | 850 | 1,400 | 1,500 |
| Asistentes | 0 | 1 | 1 |
| Sueldo mensual | S/. 850 | S/. 850 | S/. 850 |
| Remuneraciones del personal | S/. 2,700 | S/. 6,450 | S/. 9,350 |
| Costo laboral | 25.67% | 25.67% | 25.67% |
| Remuneración total mensual | S/. 3,393 | S/. 8,106 | S/. 11,750 |
| Servicios públicos | S/. 150 | S/. 150 | S/. 150 |
| Útiles oficina | S/. 100 | S/. 100 | S/. 100 |
| Otros | S/. 100 | S/. 100 | S/. 100 |
| Total mensual | S/. 3,743 | S/. 8,456 | S/. 12,100 |
| TOTAL ANUAL | S/. 44,917 | S/. 101,469 | S/. 145,202 |
| TOTAL ANUAL | S/.44,917 | S/.101,469 | S/.145,202 |

Tabla 04. Costo laboral

| | Mediana empresa | Pequeña empresa | Micro empresa | Mediana empresa | Pequeña empresa | Micro empresa |
|---------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Gratificación | 30 | 15 | 0 | 8.33% | 4.17% | 0.00% |
| Aguinaldo | 30 | 15 | 0 | 8.33% | 4.17% | 0.00% |
| Vacaciones | 30 | 15 | 15 | 8.33% | 4.17% | 4.17% |
| Subtotal | | | | 25.00% | 12.50% | 4.17% |
| CTS | 30 | 15 | 0 | 8.33% | 4.17% | 0.00% |
| ESSALUD | | | | 9.00% | 9.00% | 4.50% |
| Total | | | | 42.33% | 25.67% | 8.67% |

Tabla 5. Gastos comerciales.

| GASTO COMERCIAL | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Publicidad | S/. 1,000.00 | S/. 2,000.00 | S/. 3,000.00 |
| Alquiler local | S/. 1,000.00 | S/. 1,000.00 | S/. 1,000.00 |
| Promociones | S/. 300.00 | S/. 300.00 | S/. 300.00 |
| Otros | S/. 100.00 | S/. 100.00 | S/. 100.00 |
| Total mensual | S/. 2,400.00 | S/. 3,400.00 | S/. 4,400.00 |
| TOTAL ANUAL | S/. 28,800.00 | S/. 40,800.00 | S/. 52,800.00 |
| TOTAL ANUAL | S/.28,800.00 | S/.40,800.00 | S/.52,800.00 |

Tabla 6. Gastos pre operativos.

| Gasto pre operativo | Año 0 | 2,018 | 2,019 | 2,020 |
|----------------------------|--------------|----------|----------|----------|
| Estudio de mercado | S/. 500.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 |
| Tramites diversos | S/. 3,000.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 |
| Total | S/. 3,500.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 |

Tabla 7. Inversión en activos fijos

| Activo fijo | Valor adquisición | Cantidad | Valor total | Tiempo vida | Depreciación anual |
|-------------|-------------------|----------|-------------|-------------|--------------------|
| Local | S/. 0 | 1 | S/. 0 | 20 | S/. 0 |
| Terreno | S/. 0 | 1 | S/. 0 | 0 | S/. 0 |
| Equipos | S/. 3,100 | 1 | S/. 3,100 | 5 | S/. 620 |
| Vehículos | S/. 130,000 | 1 | S/. 130,000 | 5 | S/. 26,000 |
| Muebles | S/. 1,580 | 4 | S/. 6,320 | 5 | S/. 1,264 |
| Total | | | S/. 139,420 | | S/. 27,884 |

Tabla 8. Depreciación y amortización en activos fijos

| | Valor inicial | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Residual |
|--------------------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Depreciación activo fijo | S/.139,420.00 | -S/.27,884.00 | S/.27,884.00 | S/.27,884.00 | S/.55,768.00 |
| Amortización activo intangible | S/.3,500.00 | -S/.700.00 | -S/.700.00 | -S/.700.00 | S/.1,400.00 |
| TOTAL | S/.142,920.00 | -S/.28,584.00 | S/.28,584.00 | S/.28,584.00 | S/.57,168.00 |

Tabla 9. Programa de edeudamiento

| Deuda a tomar | S/. 130,000 | | | |
|---------------|-----------------|---------|--------------|-------------|
| 18.00% | Anual | 1.5% | mensual | |
| | | 48 | meses | |
| n | Capital inicial | Interés | Amortización | Cuota total |
| 1 | 130,000 | 1,950 | 2,708 | 4,658 |
| 2 | 127,292 | 1,909 | 2,708 | 4,618 |
| 3 | 124,583 | 1,869 | 2,708 | 4,577 |
| 4 | 121,875 | 1,828 | 2,708 | 4,536 |
| 5 | 119,167 | 1,788 | 2,708 | 4,496 |
| 6 | 116,458 | 1,747 | 2,708 | 4,455 |
| 7 | 113,750 | 1,706 | 2,708 | 4,415 |
| 8 | 111,042 | 1,666 | 2,708 | 4,374 |
| 9 | 108,333 | 1,625 | 2,708 | 4,333 |
| 10 | 105,625 | 1,584 | 2,708 | 4,293 |
| 11 | 102,917 | 1,544 | 2,708 | 4,252 |
| 12 | 100,208 | 1,503 | 2,708 | 4,211 |
| | | 20,719 | 32,500 | |

| n | Capital inicial | Interés | Amortización | Cuota total |
|----|-----------------|---------|--------------|-------------|
| 13 | 97,500 | 1,463 | 2,708 | 4,171 |
| 14 | 94,792 | 1,422 | 2,708 | 4,130 |
| 15 | 92,083 | 1,381 | 2,708 | 4,090 |
| 16 | 89,375 | 1,341 | 2,708 | 4,049 |
| 17 | 86,667 | 1,300 | 2,708 | 4,008 |
| 18 | 83,958 | 1,259 | 2,708 | 3,968 |
| 19 | 81,250 | 1,219 | 2,708 | 3,927 |
| 20 | 78,542 | 1,178 | 2,708 | 3,886 |
| 21 | 75,833 | 1,138 | 2,708 | 3,846 |
| 22 | 73,125 | 1,097 | 2,708 | 3,805 |
| 23 | 70,417 | 1,056 | 2,708 | 3,765 |
| 24 | 67,708 | 1,016 | 2,708 | 3,724 |
| | | 14,869 | 32,500 | |

| n | Capital inicial | Interés | Amortización | Cuota total |
|----|-----------------|---------|--------------|-------------|
| 25 | 65,000 | 975 | 2,708 | 3,683 |
| 26 | 62,292 | 934 | 2,708 | 3,643 |
| 27 | 59,583 | 894 | 2,708 | 3,602 |
| 28 | 56,875 | 853 | 2,708 | 3,561 |
| 29 | 54,167 | 813 | 2,708 | 3,521 |
| 30 | 51,458 | 772 | 2,708 | 3,480 |
| 31 | 48,750 | 731 | 2,708 | 3,440 |
| 32 | 46,042 | 691 | 2,708 | 3,399 |
| 33 | 43,333 | 650 | 2,708 | 3,358 |
| 34 | 40,625 | 609 | 2,708 | 3,318 |
| 35 | 37,917 | 569 | 2,708 | 3,277 |
| 36 | 35,208 | 528 | 2,708 | 3,236 |
| | | 9,019 | 32,500 | |

Tabla 10. Estado de resultado económicos.

| Estado de Ganancias y Perdidas | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|--------------------------------|-------------|-------------|--------------|
| Ingresos por ventas | S/.627,133 | S/.869,624 | S/.1,108,771 |
| Costo ventas | S/.0 | S/.0 | S/.0 |
| Margen Bruto | S/.627,133 | S/.869,624 | S/.1,108,771 |
| Gastos administrativos | -S/.44,917 | -S/.101,469 | -S/.145,202 |
| Depreciación | -S/.28,584 | -S/.28,584 | -S/.28,584 |
| Gastos comerciales | -S/.28,800 | -S/.40,800 | -S/.52,800 |
| Margen operativo | S/.524,832 | S/.698,772 | S/.882,185 |
| Gastos financieros | -S/.20,719 | -S/.14,869 | -S/.9,019 |
| Margen antes de tributos | S/.504,113 | S/.683,903 | S/.873,166 |
| Tributos | -S/.184,253 | -S/.249,967 | -S/.319,142 |
| Margen neto | S/.319,860 | S/.433,936 | S/.554,024 |

Tabla 11. Tributación del proyecto.

| CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN | | | |
|---------------------------|--------|--------|--------|
| | 2017 | 2018 | 2019 |
| Participación utilidades | 10% | 10% | 10% |
| Impuesto a la renta | 29.50% | 29.50% | 29.50% |
| Tasa tributaria (TAX) | 36.55% | 36.55% | 36.55% |

Tabla 12. Cambios en el capital de trabajo.

| CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO | | 2,018 | 2,019 | 2,020 | Liquidación |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|--------------|
| Caja | 3.0% | 2.0% | 2.0% | 2.0% | |
| Monto | - S/.18,813.99 | -S/.7,274.74 | -S/.7,174.40 | S/.0.00 | |
| Cuentas x cobrar | | | | | |
| Número de días | | 15 | 15 | 15 | |
| Monto | | - S/.26,130.54 | - S/.10,103.81 | - S/.9,964.44 | |
| Inventario | | | | | |
| Número de días | | 30 | 30 | 30 | |
| Monto | | S/.0.00 | S/.0.00 | S/.0.00 | |
| Cuentas x pagar | | | | | |
| Número de días | | 30 | 30 | 30 | |
| Monto | | S/.0.00 | S/.0.00 | S/.0.00 | |
| TOTAL | - S/.18,813.99 | - S/.33,405.28 | - S/.17,278.21 | - S/.9,964.44 | S/.79,461.92 |

5.2 Estado financiero.

Tabla 13. Estado de situación financiera

| Balance | Año 0 | 2,018 |
|-------------------------|---------------------|---------------------|
| Caja Bancos | S/18,813.99 | S/308,627.18 |
| Cuentas por cobrar | | S/26,130.54 |
| Inventarios | | S/0.00 |
| Activo no corriente | S/142,920.00 | S/114,336.00 |
| TOTAL | S/161,733.99 | S/449,093.72 |
| Pasivo corriente | | S/0.00 |
| Pasivo No Corriente | S/0.00 | -S/32,500.00 |
| TOTAL PASIVO | S/0.00 | -S/32,500.00 |
| Patrimonio | | |
| Capital | S/161,733.99 | S/161,733.99 |
| Utilidades retenidas | | |
| Resultado del ejercicio | | S/319,859.73 |
| TOTAL PATRIMONIO | S/161,733.99 | S/481,593.72 |
| TOTAL | S/161,733.99 | S/449,093.72 |

VI. CONCLUSIONES

- a) La idea del negocio, nace de la necesidad que tienen los clientes o turistas para conocer el mundo y explorar de ello, teniendo como principal actividad en la región San Martín - provincia de Tarapoto. Este proyecto, contribuirá a impulsar la activación económica en el sector turístico.

- b) El turismo mundial es una actividad que ha ido evolucionando día a día y a través de los años, lo cual el turismo permite más incrementos del P.B.I. Del país, para un mejor contexto económico y social, en la cual se ha podido observar constante crecimiento durante estos últimos años. Entonces podemos decir que el turismo en general es uno de los sectores más importantes del mundo con potencialidad en la economía de un país.

- c) La actividad turística peruana ha tenido constantes crecimientos como hemos podido observar durante estos últimos años, habiendo la necesidad de estar preparados para afrontar la demanda cada vez más exigente y cambiante. La región de San Martín, no ha sido ajena a la tendencia del crecimiento turístico del Perú, lo cual hemos podido observar la preferencia de los turistas por la región San Martín. El sector turismo en la región San Martín presenta una alta competitividad sustentada en factores básicos: cuenta con variedades atractivos turísticos y una cultura ancestral muy importante.

VII. BIBLIOGRAFIA

Organización Mundial de Turismo, Panorama internacional. 2011 -2016

Ministerio de comercio exterior y turismo periodo. 2011 – 2016

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín.2016

Panosso Netto, A 2012. Master en Historia y Doctor en Ciencias de la Comunicación.

kraft y walter huzinker,A 2014 .El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanta dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa.

VIII. ANEXOS

(Clasificación Industrial Internacional Uniforme)

| | | | |
|------|---|--|--|
| R | Actividades Artísticas de Entretenimiento Recreativas | | |
| 93 | Actividades Deportivas de Esparcimiento Recreativas | | |
| 932 | Otras Actividades de Esparcimiento Recreativas | | |
| 9321 | Actividades de Parques de Atracciones y Parques Temáticos | | |

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme



Figura 1: diferentes medios de transporte que utiliza el turista, aéreo, terrestre, fluviales y marítimos.

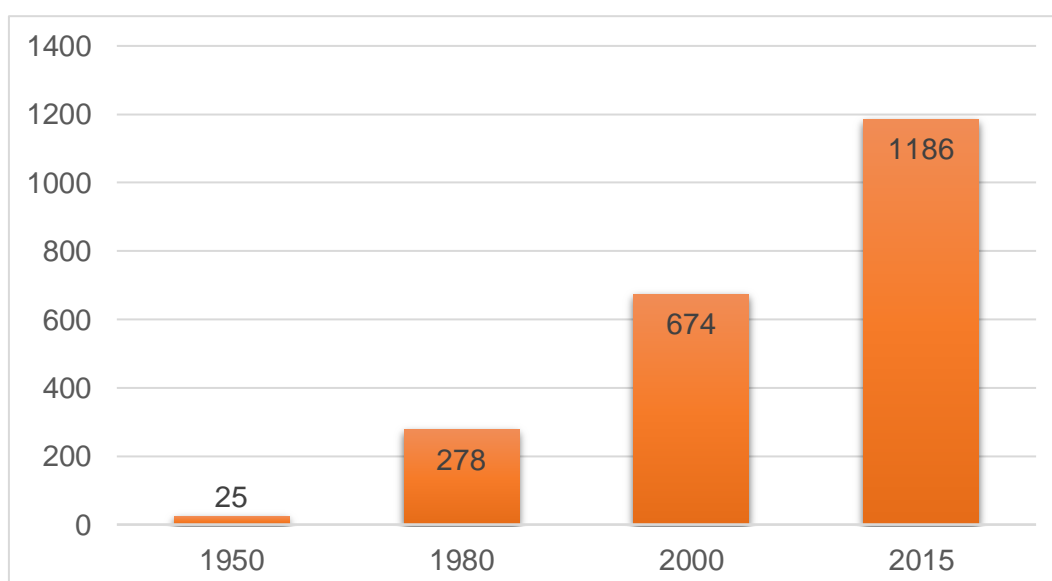


Grafico 1: Comportamiento del arribo de turistas en el mundo, años 1950, 1980, 2000, 2015.

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama internacional

| | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Demanda actual anual (Personas) | 3,456,000 | | |
| Tendencia del mercado | 0% | 4% | 2% |
| Demanda estimada anual (Personas) | 3,456,000 | 3,594,240 | 3,666,125 |
| Participación de mercado | 2.50% | 3.40% | 4.00% |
| Demanda del proyecto (Personas) | 86,400.00 | 122,204 | 146,645 |

Cuadro 02: demanda actual y tendencias proyectadas (2018 - 2019)

Fuente: propia

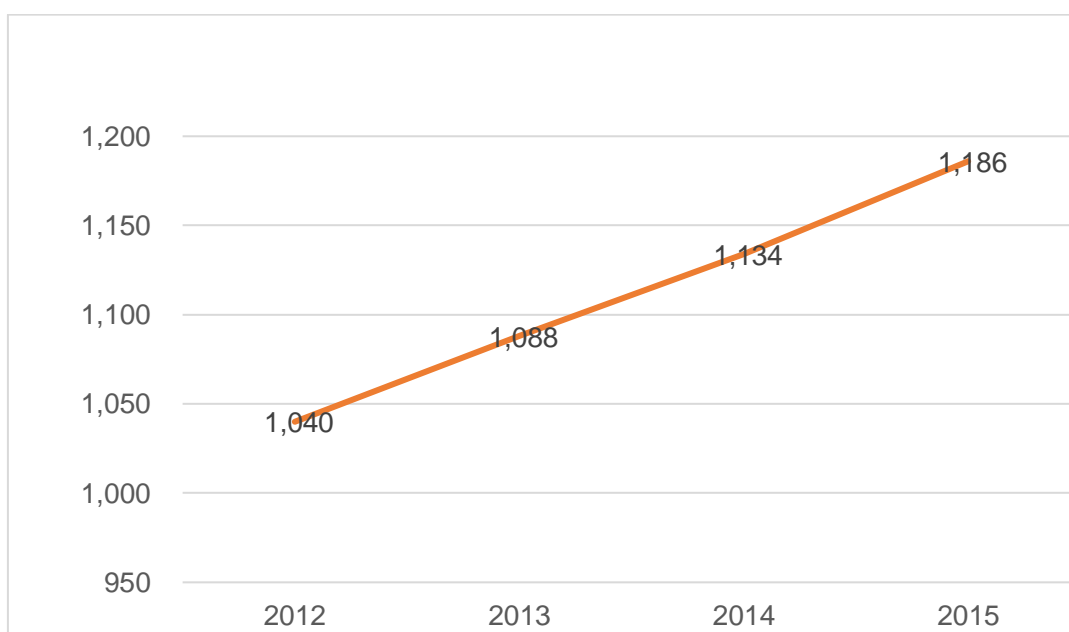


Gráfico 02: Comportamiento del flujo de turistas internacionales, a nivel mundo, periodo 2012 - 2015.

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Mundo (en millones de personas) | 994 | 1,040 | 1,088 | 1,134 | 1,186 |
| Índice Año 2010 = 100 | 104.85 | 109.06 | 114.54 | 119.39 | 124.40 |
| Variación anual | 4.85 | 4.02% | 5.02% | 4.85% | 5.01% |

Cuadro 03: Índices de cambios y variaciones anuales del flujo de turistas internacionales, a nivel mundo, periodo 2011 - 2015.

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama internacional.

| | 2010 | Participación | 2014 | Participación | Crecimiento en el periodo | Variación promedio anual |
|-----------------------|-------|---------------|--------|---------------|---------------------------------|--------------------------------|
| Europa | 488.9 | 51.54% | 581.8 | 51.36% | 19.00% | 4.45% |
| Asia y el Pacífico | 205.4 | 21.65% | 263.3 | 23.24% | 28.19% | 6.41% |
| Américas | 150.1 | 15.82% | 181.0 | 15.98% | 20.59% | 4.79% |
| África | 49.5 | 5.22% | 55.7 | 4.92% | 12.53% | 2.99% |
| Oriente Medio | 54.7 | 5.77% | 51.0 | 4.50% | -6.76% | -1.74% |
| Total | 948.6 | 100.00% | 1132.8 | 100.00% | 19.42% | 4.54% |

Cuadro 04: Llegada de turistas internacionales, por regiones del mundo, comparativo año 2010 y 2014. (En millones de personas)

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama internacional.

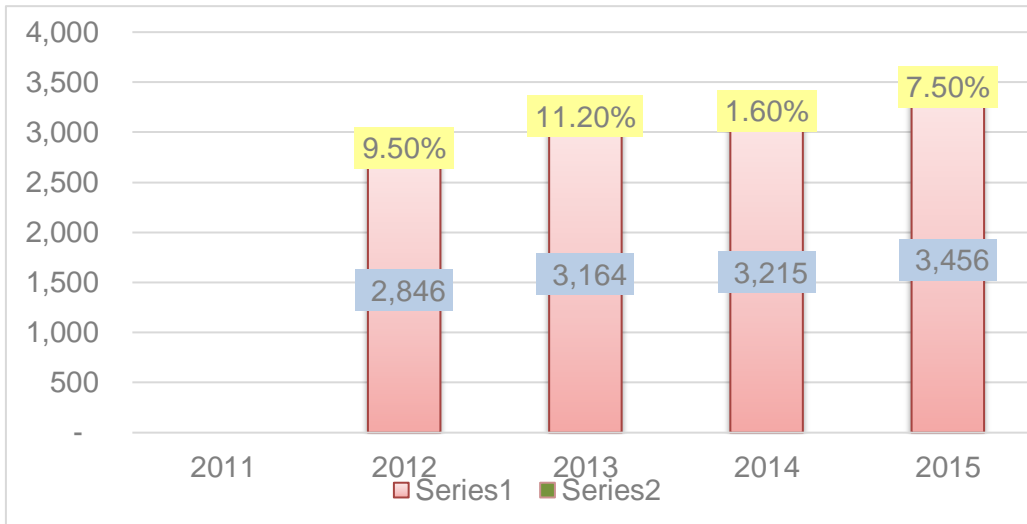


Grafico 03. Llegada de turistas internacionales, a nivel Perú, periodo 2011 - 2015.

Fuente: ministerio de comercio exterior y turismo periodo 2011 – 2016

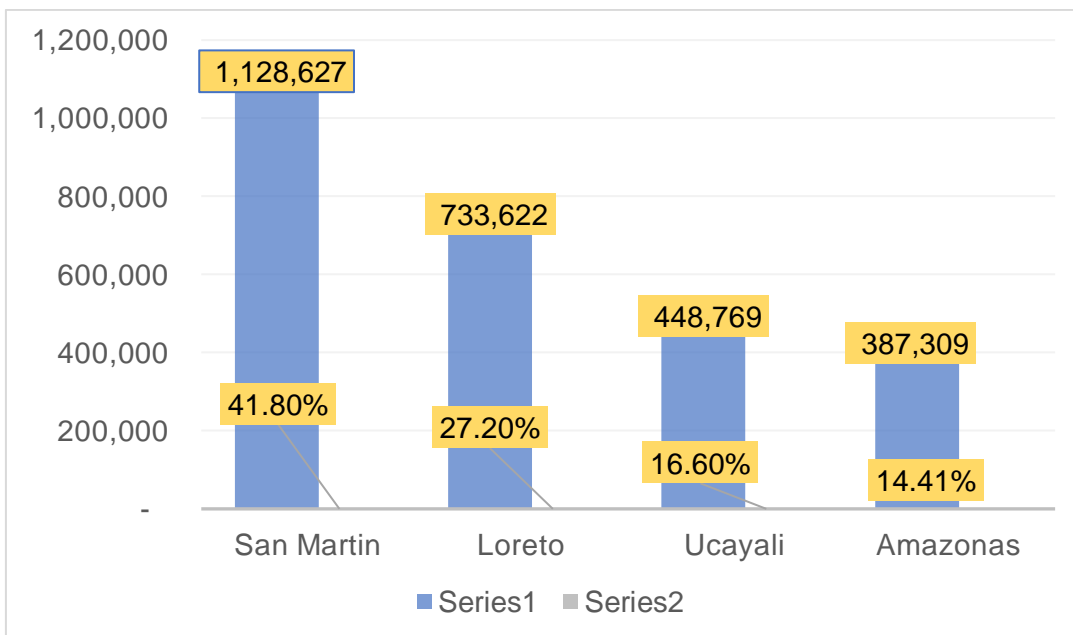


Grafico 04. Nos indica que región de San Martín tuvo más ingresos de turistas que las regiones antes mencionadas. (2016)

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín.

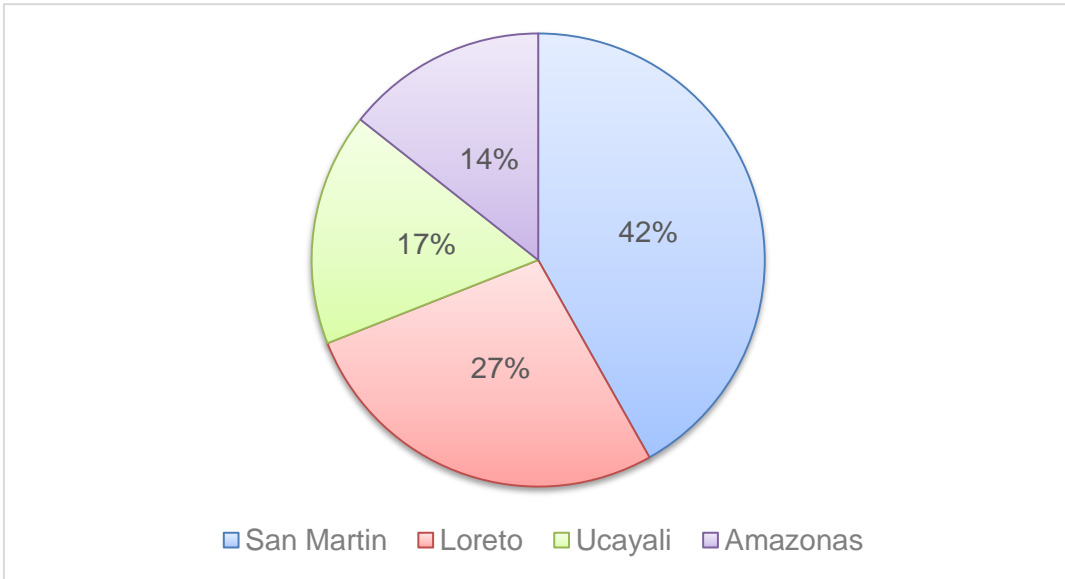


Grafico 05. Nos indica la diferencia del porcentaje de turistas entre las regiones mencionadas. (2016).

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín



Figura 01: Cataratas de ahuashiyacu

Fuente. www.Cataratas de ahuashiyacu.com



Figura 02: La laguna del sauce.

Fuente: <https://www.laguna de sauce.com>



Figura 03: Baños Termales de Pishurayacu

Fuente: [www. baños termales](http://www.baños-termales.com)



Figura 04: Cordillera Alto Shilcayo.

Fuente: <https://www.amazonianexplorer.com/package/alto-shilcayo>



Figura 05: Cordillera Alto Shilcayo.

Fuente: www.amazonian.com



Figura 06: Cordillera Alto Shilcayo.

Fuente: <https://www.amazonianexplorer>



Figura 07: Quebrada churo parte baja.

Fuente: <http://turismoi.pe/tours>

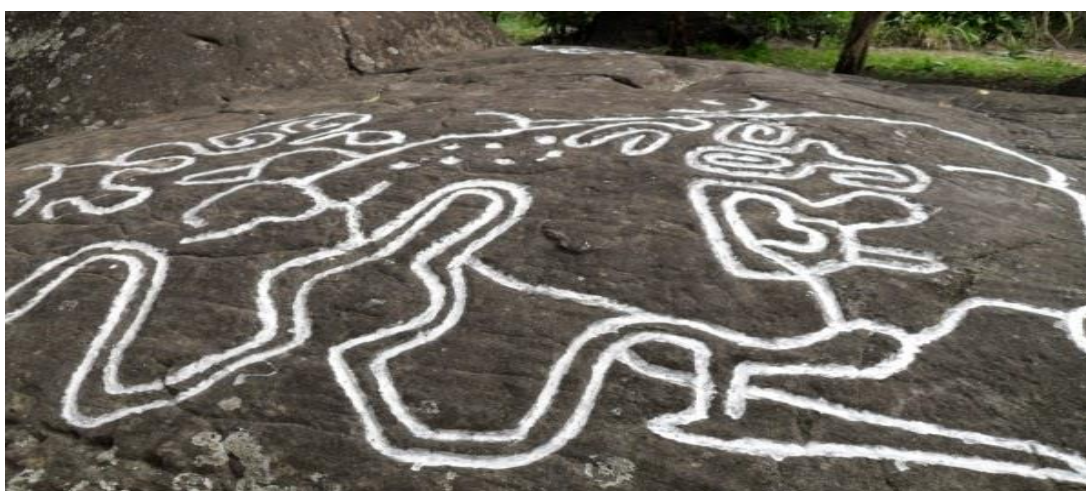


Figura 08: Petroglifos de Polish.

Fuente: <https://www.Petroglifos>



Figura 09: Las Cataratas del Jera.

Fuente: <https://www.cataratasdeljera>



Figura 10: El morro calzada.

Fuente: <https://www.morrodecalzada>



Figura 11: Cataratas de huacamaíllo.

Fuente: <https://www.cataratasdhuacamaillo>



Figura 12: El pueblo de lamas.



Figura 13: El pueblo de lamas



Figura 14: El pueblo de lamas



Figura 15: El pueblo de lamas

Fuente: <https://www.castillolama.com>

<https://www.plaza de lamas.com.pe>



Figura 16: Río mayo

Fuente: www.riomayo.com.pe



Figura 17: La Laguna Venecia

Fuente: www.lagunavenecia.com



Figura 18: Los Baños Termales:

Fuente: [https://www.bañostermales san mateo.com](https://www.bañostermales-san-mateo.com)



Figura 19: Baños Sulfurosos:

Fuente: <https://www.bañosulfurosos.com>



