



UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Plan de Negocio del AQUARIUM AMAZON - Año-2017

Autor:

Elaluf Ocaña, David Eduardo

Asesor:

Para optar el título profesional

de Contador Público

San Juan Bautista – Perú

2018

DEDICATORIA

A mi padre celestial, a mis padres, a los docentes a mi universidad y a todos aquellos que de una u otra manera contribuyeron en mi formación académica.

David Elaluf

AGRADECIMIENTO

Agradezco eternamente a la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERU y cada una de las personas que contribuyeron en mi formación académica, a mis padres a mis hermanos.

David Elaluf



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

Registrado en el Asiento N° A00010 de la Partida N° 11000318, personas Jurídicas de Iquitos, Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS ACTA DE SUSTENTACIÓN

En el Distrito de San Juan Bautista, siendo las 11 P.M. horas del día 13 del mes de JULIO del año 2018, se reunieron en la sala de audiencias de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

- **CPC. Edwin Delgado Hildebrandt** **Presidente**
- **CPC. Dalila Correa Álvarez** **Miembro**
- **CPC. Isaías Ruiz Reátegui** **Miembro**

Para evaluar la sustentación del Bachiller:

DAVID EDUARDO ELALUF OCAÑA

En la modalidad de **INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL** titulado **“PLAN DE NEGOCIO DEL AQUARIUM AMAZON, AÑO 2017”**

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

Indicador	Examinador 1 Presidente	Examinador 2 Miembro	Examinador 3 Miembro	Promedio
A) Dominio del Tema	3	3	3	
B) Calidad de redacción	3	3	3	
C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia	3	2	2	
D) Calidad de respuestas	3	3	2	
E) Uso de terminología especializada	3	3	3	
Calificación Final	15	14	13	14
Calificación final (en letras)	CATORCE			

Leyenda:

Indicador	Descripción	Puntaje
A	Deficiente	1
B	Regular	2
C	Satisfactoria	3
D	Optima	4

EVALUACION FINAL

- ✓ Aprobado por Unanimidad
- ✓ Aprobado por Mayoría
- ✓ Desaprobado

El Jurado considera aprobado la sustentación.

Presidente:

[Firma]
Firma

Miembro:

[Firma]
Firma

Miembro:

[Firma]
Firma

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio.....	10
1.2. Actividad empresarial.....	11
1.3. Idea del negocio.....	11
2. PLAN DE MARKETING	
2.1. Necesidades de los clientes.....	13
2.2. Demanda actual y tendencias.....	18
2.3. Oferta actual y tendencias.....	19
2.4. Programa de marketing.....	21
2.4.1. El producto.....	21
2.4.2. El precio.....	22
2.4.3. La promoción.....	22
2.4.4. La cadena de distribución.....	25
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	26
3.2 El proceso productivo.....	26
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1 La organización.....	28
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	29
4.3 Condiciones laborales.....	32
4.4 Régimen tributario.....	32
5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
5.1 Estudio económico.....	33
5.2 Estudio financiero.....	34
CONCLUSIONES.....	40
BIBLIOGRAFÍA.....	

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
1.- Cuadro 1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU.....	11
2.- Cuadro 2: Oferta del Itinerario de Viva Air Perú.....	15
3.- Cuadro 3: Cuadro comparativo de precios.....	22
4.- Cuadro 4: Comportamiento del mercado: tendencia y participación (Q)....	33
5.- Cuadro 5: Comportamiento del mercado: Ventas (S/.).....	33
6.- Cuadro 6: Costo del servicio.....	34
7.- Cuadro 7: Gastos administrativos.....	35
8.- Cuadro 8: Gastos comerciales.....	35
9.- Cuadro 9: Procedencia y destino de los recursos.....	35
10.- Cuadro 10: Inversión en activos.....	36
11.- Cuadro 11: Capital de trabajo.....	36
12.- Cuadro 12: Programa de endeudamiento.....	37
13.- Cuadro 13: Estado de resultado integral.....	38
14.- Cuadro 14: Flujo de caja.....	39
15.- Cuadro 15: Calculo del VAN y la TIR.....	39

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
1.- Figura 1 Logo de "Aquarium Amazon"	10
2.- Figura 2: Ubicación de "Aquarium Amazon" S.A.C. 2018	10
3.- Figura 3: Especies de peces	11
4.- Figura 4: Aquarium Amazon.....	17
5.- Figura 5: Aquarium Amazon.....	17
6.- Figura 7: Aquarium Amazon.....	21
7.- Figura 8: Aquarium Amazon.....	21
8.- Figura 9: Llaveros Aquarium Amazon.....	23
9.- Figura 10: Polos Aquarium Amazon.....	23
10.- Figura 11: Fan page Aquarium Amazon.....	24
11.- Figura 12: Flujo del proceso del servicio al cliente.....	26
12.- Figura 13: La estructura orgánica de Aquarium Amazon.....	28

RESUMEN

El Aquarium Amazon será un lugar atractivo y de diversión y sobre todo se explorara la magia que existe en la imaginación de cada visitante ya sean familiares o turistas en donde se mostrara a los peces y biodiversidad.

Cada especie estará clasificado en su estanque con sus nombre respectivo; en donde nuestro guía podrá enseñar a nuestros visitantes a conocer los diferentes tipos de peces que existe en nuestra amazonia, en donde tendremos una atención de primera para todos nuestros visitantes, después de visitar el Aquarium Amazon como empresa brindaremos un tour haciéndoles conocer los centros patrimoniales de la ciudad.

El costo de la entrada al Aquarium Amazon estará accesible y brindaremos a nuestros visitantes un llavero, polo y lapiceros, también se establecerá convenios con los colegios para visitas grupales de los alumnos, programando previamente los días y horas de visita.

Para que Aquarium Amazon capte más clientela y sea conocido tendremos páginas sociales donde daremos a conocer todo lo referente de la empresa.

Palabras claves: plan de negocios, acuario, peces

ABSTRACT

The Amazon Aquarium will be an attractive and fun place, and above all, the magic that exists in the imagination of each visitor, whether family or tourists, will be explored where fish and biodiversity will be shown.

Each species will be classified in its pond with its respective name; where our guide can teach our visitors to know the different types of fish that exist in our Amazon, where we will have a first-class care for all our visitors, after visiting the Amazon Aquarium as a company we will provide a tour making them know the heritage centers from the city.

The cost of the entrance to the Amazon Aquarium will be accessible and we will provide our visitors with a keychain, polo, pens, and agreements will also be established with the schools for group visits of the students, previously programming the days and hours of visit.

In order for Aquarium Amazon to attract more customers and be known, we will have social pages where we will publicize everything related to the company.

Keywords: business plan, aquarium, fish

I. INFORMACIÓN GENERAL.

1.1 NOMBRE DEL NEGOCIO.

Nombre: “*Aquarium Amazon*” S.A.C. (Acuario del amazonas)

Localización: ciudad de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Aquarium Amazon S.A.C., estará ubicado en la calle las Camelias N° 246, del distrito de San Juan Bautista, provincia de Maynas, región Loreto

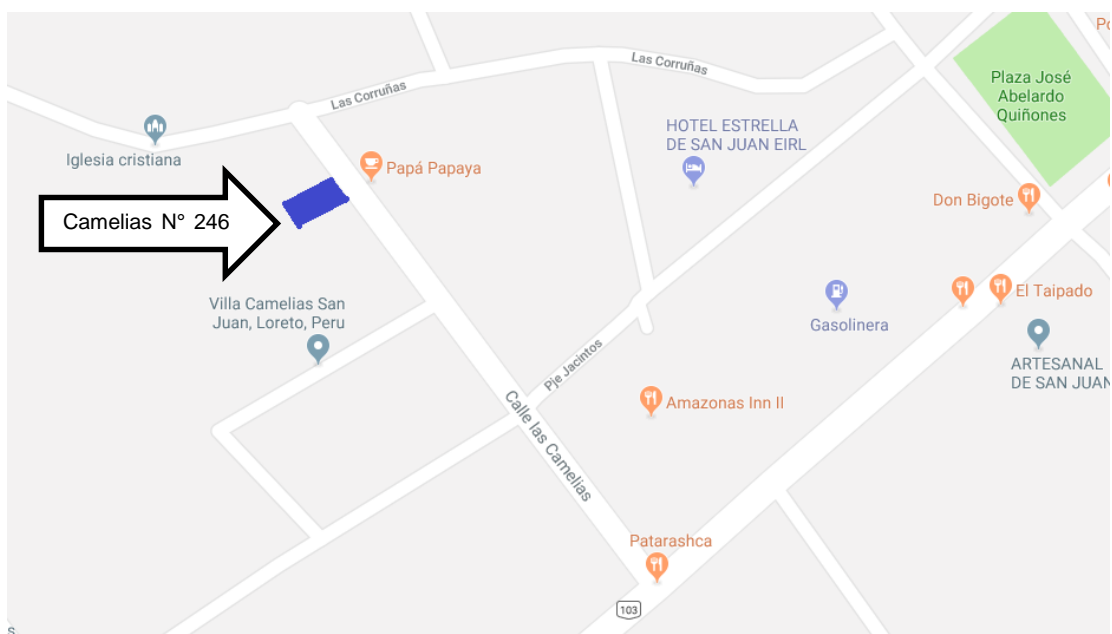
Sector de actividad: Servicio.

Figura 01: Logo de “Aquarium Amazon”



Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Ubicación de “Aquarium Amazon” S.A.C. 2018



Fuente: Elaboración propia

1.2 ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

Cuadro 01: Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU.

R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas		
	91	Actividades de biblioteca, archivo, museo y otras actividades culturales	
		910	Actividades de biblioteca, archivos y museos y otras actividades culturales
			9103 Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de reservas naturales

Fuente: www.inei.gob.pe

1.3 IDEA DEL NEGOCIO.

Aquarium Amazon es una empresa que atenderá a los clientes del mercado local, nacional e internacional, quienes buscan conocer, interactuar y contemplar peces vivos de la Amazonía, en un local cerrado, en estanques grandes y pequeños en los cuales están los peces vivos de diferentes tamaños con sus respectivos nombres científicos y comunes y con su data biológica.

Aquarium Amazon nace gracias a la admiración por los peces de acuario, lo cual se quiere ver plasmada en el manejo de peces ornamentales. Lo que se busca es unir esfuerzos que brinden todas las condiciones adecuadas para crear un lugar óptimo para la vida de dichos peces, óptimo en calidad del agua, alimentación, sanidad y calidad genética; y de esta manera poder ofrecer al público usuario un excelente servicio.

Figura 3: Especies de peces



Fuente: Elaboración propia

En Aquarium Amazon, podrá observar peces ornamentales de excelentes especies, bajo los parámetros necesarios, con el fin de abastecer con este servicio el mercado nacional. La tenencia de los peces se hará bajo parámetros estrictos, buscando siempre que estos estén lo mejor adaptados posibles a su nuevo entorno. Se iniciará con algunas especies principales que se mencionan a continuación:

- Pleco vitatta
- Panaque royal
- Lince cat
- Ashara corbata
- Tetra red pencil (*Nannostomus mortenthaleri*)
- Tetra neón (*Paracheirodon innesi*)
- Tetra emperador (*Nematobrycon palmeri*)
- Serpae velo (*Hyphessobrycon eques*)

Que son peces ornamentales de gran belleza y su exposición genera expectativas en el mundo de la acuarofilia nacional y del exterior.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

La pesquería de peces ornamentales, es uno de los bionegocios de mayor importancia en la región Loreto debido al importante movimiento económico que genera, a pesar de que la mayoría de limitaciones que han restringido su despegue total son prácticamente las mismas que hace medio siglo atrás. Esto nos indica que los esfuerzos por desarrollar de manera integral esta actividad no han estado bien dirigidos, o en su momento no existían los mecanismos legales, técnicos y productivos que actualmente si existen, por ello, iniciando el siglo XXI no hay justificación válida para no repotenciar una de las actividades que mayores ingresos económicos ha generado y genera en Amazonía peruana y que se ha constituido como una fuente de trabajo permanente para miles de personas en los diferentes eslabones de la cadena productiva.

Precisamente en los últimos años, uno de los esfuerzos dignos de resaltar en relación a la promoción de esta actividad a nivel regional, nacional y mundial ha sido la elaboración de una plataforma de servicios específica para el comercio de peces ornamentales, la misma que abarcó diferentes aspectos (el recurso, puntos críticos, tecnología, entre otros) y orientaciones específicas, desde la perspectiva del extractor, del comercializador y de los compradores. Toda esta información fue seleccionada, clasificada y finalmente expuesta en una página web orientada a la promoción de los bionegocios y del comercio de diversidad biológica en general, con una orientación que integra los aspectos económicos, sociales y medioambientales, esta página es PromAmazonia y nació como una urgente necesidad de contribuir con mejorar la dinámica de la actividad del comercio de productos de la biodiversidad en la región, incluido los peces ornamentales, objetivo que no tiene límites temporales y cuyo cumplimiento dependerá del esfuerzo conjunto de los diferentes actores que en ella intervengan.

Nuestro país sigue cosechando logros en el exterior. Perú fue galardonado como “El Mejor Destino Turístico de las Américas” durante la feria turística Shanghái World Travel Fair- SWTF 2017, una de las más importantes de China, informó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), a través de la Oficina Comercial del Perú en Shanghái (OCEX Shanghái).

La nota informativa da a conocer que: La selección fue hecha por los organizadores del evento y reconoce el trabajo que viene realizando nuestro país para atraer al visitante chino. Varios acuario del mundo apostaron por estar presentes en Shanghái para SWTF.

La delegación nacional estuvo conformada por el Consejero Económico Comercial de la OCEX Shanghái, Vladimir Kocerha, y representantes de las empresas nacionales tales como Calypso Reps SAC, Jaguar Aventura Tours, Mickey Tours SAC, Sunshine International SAC, Tianma Vacations y Viajes Pacífico SAC (VIPAC). Estos últimos ofrecieron paquetes turísticos y servicios a los tour operadores de China y de otros países asiáticos.

Para impulsar aún más la presencia de visitantes chinos en el Perú, las Oficinas Comerciales del Perú en China (Beijing y Shanghái) han gestionado la presencia de tour operadores peruanos a importantes eventos como la feria International Travel Expo (ITE) en Hong Kong, que se realizó en junio del 2017. En este evento participaron ocho empresas peruanas.

También la compañía Viva Perú acaba de lanzar al mercado peruano su estrategia low cost. Se estima que con el inicio de sus vuelos, la línea aérea podría duplicar el número de pasajeros que se transportan vía aérea a fin de año 2017.

Cuadro Nro. 02: Oferta del Itinerario de Viva Air Perú

Destino	Costo
Cusco	Desde us \$35
Trujillo	Desde us \$38
Piura	Desde us \$39
Chiclayo	Desde us \$67
Arequipa	Desde us \$36
Iquitos	Desde us \$42
Tarapoto	Desde us \$59

Fuente: www.vivaairperu.com

Se prevé que al iniciar sus vuelos por el territorio nacional con destino a la ciudad de Iquitos, la aerolínea low cost Viva Air Perú tendrá un impacto directo sobre el turismo interno: se estima que podría duplicar el número de pasajeros que se transportan vía aérea a fin de año, lo que conlleva a un mayor flujo turistas locales, proyectó el expresidente de Canatur, Carlos Canales.

Para el especialista, el inicio de operaciones de la low cost implicará también la transformación del mercado aerocomercial. “De alguna forma democratizará el acceso de los pasajeros hacia una forma distinta de viajar. Actualmente del 100% de viajeros peruanos con fines turísticos, solo 4% a 5% se movilizan vía aérea”, específico.

Así, la expectativa es que la primera aerolínea de bajo costo en Perú duplique este año el número de peruanos que se movilizan vía aérea, lo que tendrá un impacto directo sobre el turismo interno ya que conllevará a un mayor flujo de turistas locales al interior del país. “Estamos hablando, aproximadamente, de pasar de 4% a 7% u 8%. Lo que implica un crecimiento superior al 50% ó 70%”, específico.

Para el también presidente del Buró de Convenciones y Visitantes de Lima, Viva Air será un gatillador de suma importancia para promover los viajes con destinos más lejanos dentro del territorio nacional y a tarifas bajas. Si bien, la

presencia de la low cost ha generado expectativas en la población. ¿Qué tan dispuestos están los limeños en volar en una aerolínea de bajo costo?

De acuerdo, a la última encuesta de la consultora Opino realizada en febrero este año, en Lima Metropolitana y el Callao, el 27% están totalmente dispuestos a volar en una low cost; 53% está algo dispuesto y 19% nada dispuesto. Otro detalle que llama la atención es que el 50% de los encuestados les diría a los ejecutivos de las aerolíneas tradicionales que operan en el mercado local que bajen sus precios; 9% que no respetan a los usuarios y 7% mejoras en sus servicios.

Las necesidades de los clientes son:

- Visitar lugares de esparcimiento con la familia.
- Compartir gratos momentos, con familiares y otras personas
- Conocer nuevos lugares que conserven el medio ambiente en compañía de familiares

La definición de Medio ambiente alude a la interrelación de la sociedad humana con el entorno para conservar el capital natural e involucra toda la gama de actividades desarrolladas por el hombre así como la reacción de la naturaleza frente sus hechos. No se excluye la importancia del capital natural, como le llamó el Dr. Antonio Brack Egg, como soporte de la vida sobre el planeta y de las actividades productivas humanas, a fin de poder satisfacer las necesidades de las generaciones actuales y futuras. El medio ambiente incluye los recursos naturales como el suelo, el agua, los animales, el hombre y toda la diversidad biológica esparcida en los paisajes de la tierra.

Figuera 4: "Aquarium Amazon"



Fuente: www.google.com

Figura 5: "Aquarium Amazon"



Fuente: www.google.com

2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS.

Se estima que el número de turistas llegados al Perú en este año serán : 4 300 000 del cual 73% arriban a Lima y 81% vienen con propósito de recreación según información registrada en el acápite aspectos turísticos, en esta forma cuantificamos una demanda potencial del orden de 591 300 turistas.

Si mantenemos en forma conservadora los indicadores actuales de visitas al parque de las leyendas y Centro Huachipa del orden del 10%, determinamos una captación del turismo extranjero en términos conservadores de 59 000. Y en términos optimista asumimos un indicador del 30%, determinando de esta manera 172 000 turistas.

El Oceanário de Lisboa, situado en el Parque de las Naciones, ha sido reconocido como el mejor acuario del mundo en los premios Traveller's Choice 2015, de TripAdvisor.

En el último año, el Oceanário ha recibido turistas de más de 180 nacionalidades que compartieron su experiencia en la web. De las 10.835 calificaciones publicadas en el portal, 7.153 consideran a esta atracción lisboeta como «excelente» y la sitúan en el primer lugar del ranking de las 444 experiencias que hay que vivir obligatoriamente en la capital lusa.

Según João Falcato, administrador del Oceanário de Lisboa, «para nosotros es un gran orgullo recibir este reconocimiento a nivel mundial, atribuido por nuestros visitantes, nacionales y extranjeros. Nuestra misión es promover la alfabetización del mundo azul y sensibilizar para la conservación de los ecosistemas marinos».

. Uno de los motivos del éxito del Oceanário es la presentación de nuevas e innovadoras experiencias de visita, como la reciente exposición temporal «Florestas Submersas by Takashi Amano», visitada ya por 200.000 personas y reconocida por los usuarios de TripAdvisor como una experiencia

Se determina una proyección para los primeros cinco años bajo una óptica media es decir entre una posición conservadora y optimista. En esta forma según lo estimado anteriormente, se procede a las proyecciones considerando que en el

ámbito de Lima Metropolitana la posición media es la estimada para la media del Universo en la encuesta y cuyas fluctuaciones se asumen como demandas que pueden darse al inicio y final de estas proyecciones.

En cuanto al Turismo extranjero se tiene dos escenarios uno conservador, tomando en cuenta la tasa de crecimiento obtenida entre los últimos años 1996-1999 esto es 12,5% y otro optimista aceptando las proyecciones del turismo receptivo al año 2005, de un flujo de turistas de 2 500 000 que significa un crecimiento promedio anual de 20%, con estas tasas se proyectan en sus dos posiciones, para cinco años la captación del turismo extranjero determinado anteriormente y los promedios de cada año se asumen como la demandas medias para el proyecto.

En cuanto al Turismo Nacional en similar forma se proyectan con la tasa indicada y manteniendo constante su participación determinada en el año 1997. La proyección conservadora asume una participación del 88% para un crecimiento del turismo del orden del 7,5% y en un escenario optimista mantiene la tasa de crecimiento promedio anual del 20%.

Al tener un mercado potencial susceptible de captarlo por el carácter del proyecto en su condición única en su género en nuestro medio, el trabajo del Marketing debe concentrarse en sus aspectos de promoción, publicidad y precios.

2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.

Lima ahora tiene dos grandes acuarios llenos aventura submarina, los cuales podrán visitar con los niños de casa en este feriado largo.

Con una colección de miles de ejemplares de fauna y flora marinos, este 26 de julio, el acuario "Aventura bajo el mar" abrió sus puertas en el zoológico de Huachipa. En este se podrá interactuar con especies nunca antes vistas tan de cerca como rayas, erizos, estrellas de mar, pulpos enormes y los más atractivos, peces payasos y cirujanos azules.

Por otro lado, en el distrito de Comas, encontramos de forma permanente otro acuario “Nautilus”, el cual también posee una gran variedad de peces, crustáceos y otras especies más. Su mayor atracción son los tiburones, anguilas, mantarayas y la gran variedad que posee.

En ambos acuarios podremos observar gran diversidad de animales marinos. Muchos de estos serán recreados como personajes de las películas de Disney (“Buscando a Nemo” y “Buscando a Dory”) y de la serie “Bob Esponja”.

Estos recintos tienen la finalidad de conservar, estudiar y dar a conocer las variedades de peces que existen en el mundo. Esta es una gran oportunidad que no debemos dejar pasar para ir con los más pequeños de casa. Así, podrán conocer y aprender más sobre las especies marinas que existen en nuestro país y el mundo.

El **zoológico de Huachipa** inaugurará el martes 26 de julio el **acuario** más grande del Perú, informó Andina. Los visitantes podrán apreciar más de un millar de ejemplares de fauna y flora, nativos y foráneos, como rayas, erizos, estrellas y pulpos, así como los famosos peces payaso y cirujano. El recinto se extiende a lo largo de casi 1.000 metros y cuenta con 30 enormes estanques circulares y rectangulares, que permitirán contemplar, conocer e incluso interactuar con las especies, según revelaron voceros del zoológico.

El director del recinto, Mauro Timbella, refirió que este acuario no tiene nada que envidiarles a otros de similar naturaleza pues acoge en un solo lugar a la mayor diversidad de peces que muestran los distintos ecosistemas del litoral peruano. Ingenieros, arquitectos, diseñadores, biólogos, oceanógrafos y técnicos, trabajaron durante casi ocho meses para cristalizar el proyecto, comentó Timbella. También manifestó que fue necesario el uso de tecnología de punta para el filtrado y tratamiento del agua. Finalmente, dijo que el recinto ha sido concebido con fines de conservación, educación, investigación y recreación, y que dispone de un ambiente interactivo “Touch Pop”, que se encuentra al final del recorrido y donde los visitantes podrán observar, sentir y oler a ejemplares de peces, estrellas de mar, erizos y caracoles.

2.4 PROGRAMA DE MARKETING.

2.4.1 El Producto

Un acuario es un museo que alberga una colección de animales acuáticos donde se brinda condiciones similares a las de su habitat natural, permitiendo su estudio y exhibición, ayudando con ello a la preservación de dichas especies.

Aquarium Amazon es un acuario que tiene como principal característica que el cliente pasará un momento inolvidable, convirtiendo a su visita en una experiencia agradable.

Figura 7: Aquarium Amazon



Fuente: www.gogle.com

Figura 8: Aquarium Amazon



Fuente: www.gogle.com

2.4.2 El Precio

Se determinará los precios principalmente considerando aspectos importantes como la demanda, analizaremos la competencia y el posicionamiento sin dejar de considerar la rentabilidad del negocio.

Cuadro 3: Cuadro comparativo de precios

Servicio	Zoologico de Huachipa	Acuario Nautilus
Niños mayores a 5 años	S/. 11.00	S/. 20.00
Adultos	S/. 18.00	S/. 20.00

Fuente: Elaboración propia

2.4.3 La Promoción.

La promoción a realizar será aquella que permita que el cliente conozca de la existencia del AQUARIUM AMAZON, de tal modo que se logre captar al cliente, para posterior fidelización del mismo, se buscará el reconocimiento del cliente y que este nos considere dentro de la preferencia dentro las alternativas de esparcimiento, se tomará en cuenta lo siguiente:

Se utilizará las redes sociales para promocionar los servicios del AQUARIUM AMAZON, principalmente el uso del FAN PAGE, donde se sortearan vales, descuentos, merchaidising. (Polos, llaveros, lapiceros, etc.).

Se establecerá convenios con los colegios para visitas grupales de los alumnos, programando previamente los días y horas de visita. Dentro de ellos se priorizará los aniversarios de los colegios.

Se establecerá una alianza estratégica con varias asociaciones de motocarristas para la promoción directa.

Figura 9: Llaveros Aquarium Amazon



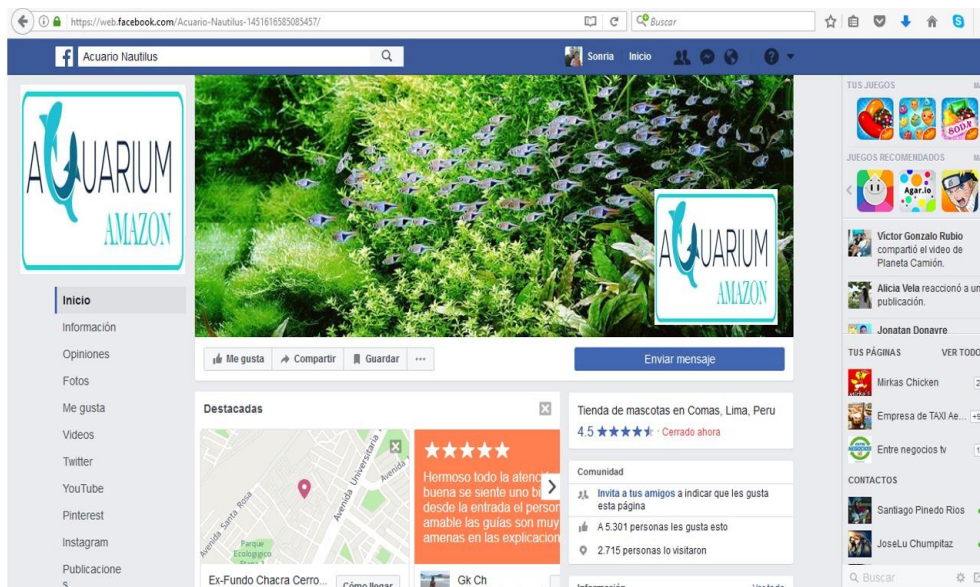
Figura 10: Polos Aquarium Amazon



a) Publicidad

Se ha considerado como publicidad el hacer contrato con el programa de televisión más visto en la zona y lo mismo para el programa radial informativo más escuchado en la zona y por último en el diario, en los tres casos se contratará como publicidad exclusiva, no pudiendo emitir spot de negocios similares o iguales.

Figura 11: Fan page Aquarium Amazon



b) Promoción de ventas:

En un principio se establecerían mecanismos directos vía promoción de diversos programas elaborados sobre la base de segmentos identificados del mercado que pertenecen a los diversos estratos estudiados.

c) Estrategias de Fidelización

Como estrategia de fidelización por la visita de 4 personas adultas el 5 no paga entrada y por la visita de 5 niños el 6 no paga.

d) Merchaidising

Aquarium Amazon premiará a sus clientes recurrentes por 3 visitas consecutivas se harán acreedor a un polo, o llavero. Las personas que compartan las publicaciones en el fan page o den un me gusta, participaran en un sorteo de los mismos mercaindising.

2.4.4 La Cadena de Distribución

a) Objetivo de distribución

Al tratarse de un negocio del rubro servicio, este se realizará única y exclusivamente en el mismo punto de venta, es decir sin intermediarios.

b) Funciones que debe cumplir el canal

Al tratarse de unos negocios dedicado al rubro servicio el AQUARIUM AMAZON:

- a. Se contará con un promotor de ventas quien será el encargado de buscar los clientes potenciales, como convenios.

III. PLAN DE OPERACIONES

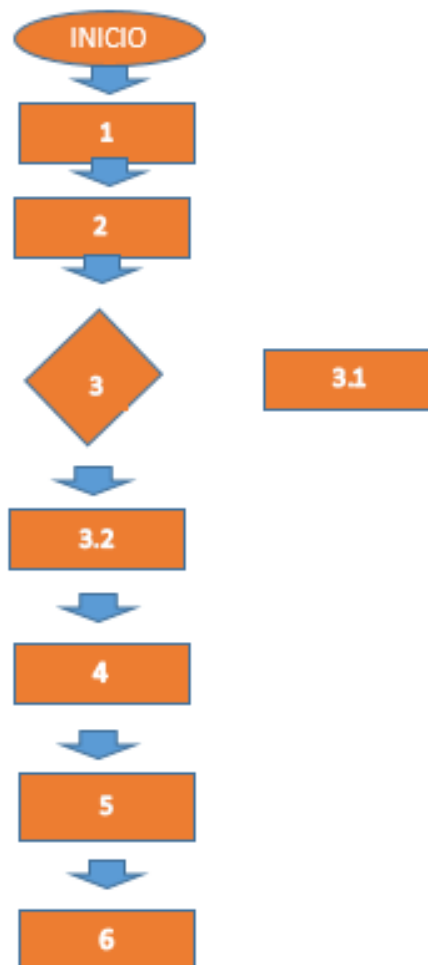
3.1 ESTUDIO DE LA FUENTE DE APROVISIONAMIENTO.

El abastecimiento de los peces se realizara en convenio con los pescadores artesanales de la región y en convenio con el Instituto Peruano de Investigaciones de la Amazonia Peruana (IAAP). En cuanto al abastecimiento de agua será agua extraída del rio nanay para ser tratada en nuestros reservorios.

Se trata de mantener las condiciones óptimas para recrear el verdadero habitat de los peces de agua dulce. Se deberá crear y mantener standares adecuados para el óptimo uso del agua.

3.2 EL PROCESO PRODUCTIVO.

Figura 12: Flujo del proceso del servicio al cliente



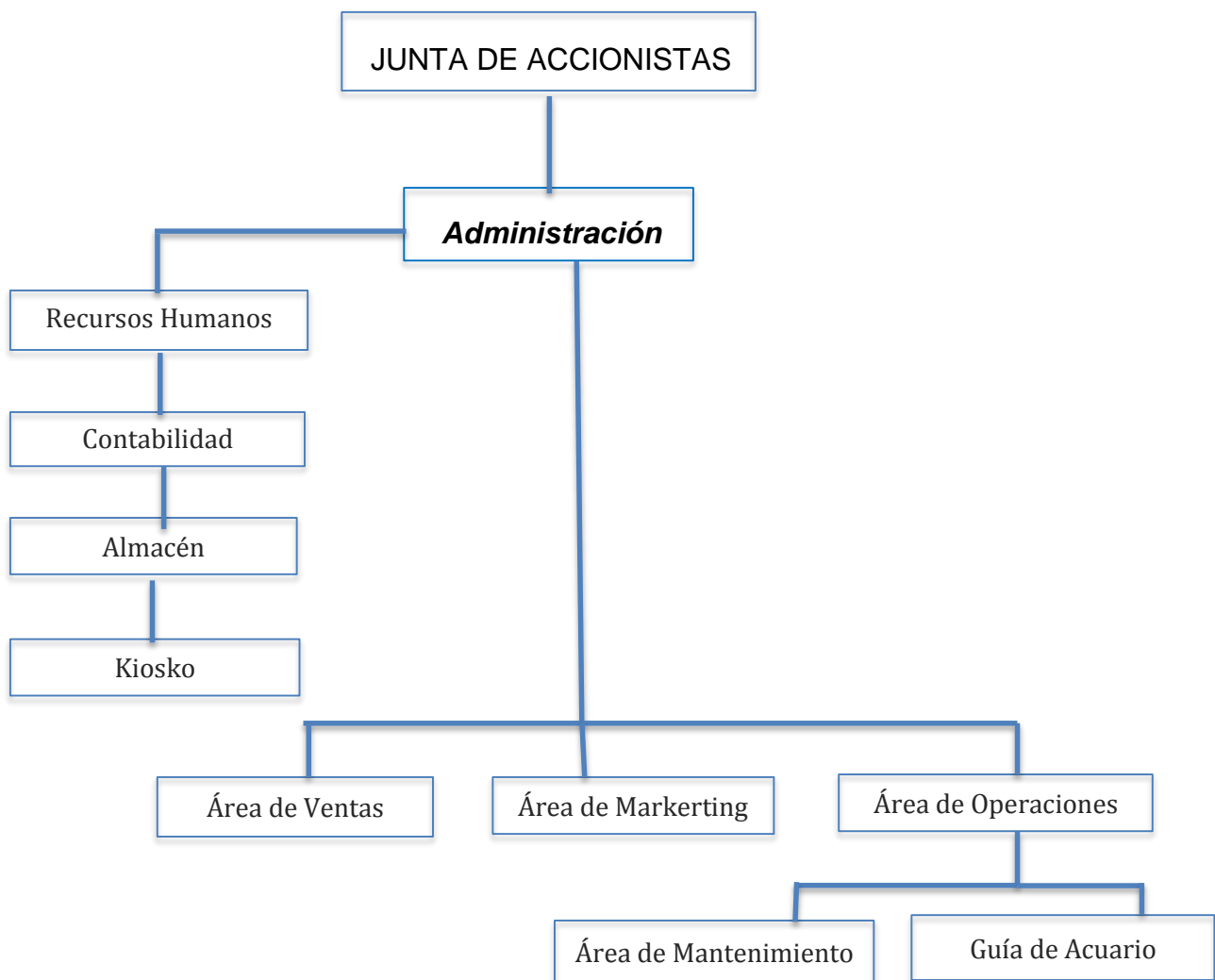
Fuente: elaboración propia

1. El cliente ingresa al acuario
2. Recepción, recibe con una sonrisa las pertenencia de los visitantes y entrega control
3. El cliente y anfitriona perciben si hay espacio para la visita
 - 3.1 Si: El cliente se dirige a caja a cancelar su ingreso
 - 3.2 No: El cliente se dirige a sala de espera
4. Cajera procede con el cobro de las personas a ingresar y entrega comprobante
5. Guía recibe a los visitante y procede con el tours por cada pecera hasta terminar con la última pecera absuelve las preguntas y regresa a los visitante a la puerta de salida
6. Dependiente – controlador entrega las pertenencia y despide con una sonrisa

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 LA ORGANIZACIÓN.

Figura 13: La estructura orgánica de Aquarium Amazon será la siguiente:



Fuente: Elaboración propia

4.2 PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES

a) Puesto: Junta de Acciones

Tareas: Fiscalizar los resultados de la empresas.

Funciones:

1. Leyes que se respeten en todos los ámbitos de la empresa.
2. Brinda servicio oportuno para obtener mejores resultados.
3. Conocer y aprobar el balance general, que irá acompañado del estado de pérdidas y ganancias.
4. Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales, tomando en cuenta la propuesta realizada por la administración.

b) Puesto: Administrador

Tareas: Mantener la dirección de la empresa en todas las áreas, manteniendo el flujo de información a las jefaturas y a subalternos.

Funciones:

1. Control de personal; Controlar los costos y egresos de la empresa.
2. Pago de remuneraciones; Realizar reuniones informativos y motivacionales con el personal.
3. Gestión de la seguridad de trabajadores y edificaciones; Crear los reportes de resultados para la junta de accionistas.
4. Cobranza a clientes; Elaborar los reportes de cierre mensuales de cada operación.

c) Puesto: Jefe de Recurso Humanos

Tareas: Crear políticas para mejorar los aspecto del personal enfocando la eficacia, satisfacción del personal y rentabilidad de la empresa

Funciones:

1. Liderar las decisiones del departamento de recursos humanos.
2. Crear políticas que mejoren el clima laboral.
3. Realizar capacitaciones, para tomar mejores decisiones ante cualquier situación.

4. Supervisar evaluaciones de desempeño de cada área de la empresa

d) Puesto: Contabilidad

Tarea: Ejecutan los planes y programas previstos de acuerdo a las normas generales

Funciones:

1. Dirige las reuniones con la finalidad de fomentar el trabajo en equipo.
2. Supervisa el trabajo con responsabilidad.
3. Controla y evalúa al personal a su cargo.
4. Realiza informes periódicos de las actividades realizadas.

e) Puesto: Almacén

Tareas: Es responsable por el recibimiento de los productos y materiales que se adquiere en la instalación.

Funciones:

1. Realiza registro de control de salida y entrada de materiales, productos, equipos, herramientas y otros bienes de la empresa.
2. Verificar los productos que hagan falta en la empresa.
3. Que los productos de alimentos estén debidamente almacenados para una mejor distribución adecuada.

f) Puesto: kiosco

Tareas: Brindar una atención agradable al visitante ofreciéndoles comida deliciosa.

Funciones:

1. Atender educadamente y con empatía al cliente.
2. Mantener la limpieza en su área de trabajo.

g) Puesto: Área de ventas

Tareas: Persona encargada de dirigir, organizar, rediseñar y clasificar el departamento de venta.

Funciones:

1. Calcula la demanda de venta.
2. Rendimiento de desempeño de la fuerza de venta.
3. Determinar el tamaño de la fuerza de venta

h) Puesto: Área de Marketing

Tarea: Es el máximo responsable de esta área dentro de cualquier organización.

Funciones:

1. Definir las estrategias de marketing para la oferta del servicio.
2. Dirigir y liderar el equipo de trabajo.
3. Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento.

i) Puesto: Área de Operaciones

Tareas: Verifica la gestión del control de calidad de los estanques y los alimentos de los peces

Funciones:

1. Se dedica al mantenimiento del sistema de seguimiento.
2. Planifica las órdenes de mantenimiento y reparación de los estanques.

j) Puesto: Área de Mantenimiento

Tarea: Realiza y reportan actividades de mantenimiento ante cualquier falla que presenta, verificando al equipo de trabajo que este en buenas condiciones.

1. Verificar las tareas de mantenimiento de forma constante.

2. Coordinar, orientar y apoyar las actividades del personal.

4.3 CONDICIONES LABORALES

El AQUARIUM AMAZON, contará con contratos laborales a tiempo parcial, en algunos se contará con contratos a part time, como es el caso de estudiantes y/o practicantes. En ambos casos gozaran de todos los beneficios sociales que exigen al incluirse en el régimen de la micro y pequeña empresa (mypes)

4.4 RÉGIMEN TRIBUTARIO.

El AQUARIUM AMAZON, se va acoger al REGIMEN ESPECIAL DE RENTA, el mismo que tiene un pago del 1.5%, llevando solo libros contables principales.

V. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

Cuadro 4: Comportamiento del mercado: tendencia y participación (Q)

	PERSONAS AL MES	PRECIO DE ENTRADA	INGRESOS MENSUAL
DEMANDA AÑO 1	3,120.00	10	31,200.00
DEMANDA AÑO 2 (15%)	3,744.00	10	37,440.00
DEMANDA AÑO 3 (25%)	4,056.00	10	40,560.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 5: Comportamiento del mercado: Ventas (S/.)

	INGRESOS ANUAL	INGRESOS MENSUAL	TENDENCIA
DEMANDA AÑO 1	374,400.00	31,200.00	
DEMANDA AÑO 2 (15%)	449,280.00	37,440.00	20%
DEMANDA AÑO 3 (25%)	486,720.00	40,560.00	30%

Fuente: elaboración propia

5.2. Estudio financiero

Cuadro 6: Costo del servicio

COSTOS DEL SERVICIO			
	Año 1	Año 2	Año 3
MATERIALES DIRECTOS			
Alimento para peces	1,260.00	1,260.00	1,260.00
Vitamina para peces	288.00	288.00	288.00
Kit de acuario.	880.00	880.00	880.00
TOTAL MATERIALES DIRECTO	2,428.00	2,428.00	2,428.00
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA			
MOD	9,511.35	9,511.35	9,511.35
TOTAL, MOD	9,511.35	9,511.35	9,511.35
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.			
Transporte de materiales e insumos	400.00	400.00	400.00
Azul de metileno (para lavar los acuario)	800.00	800.00	800.00
Materiales para mantenimiento	67.00	67.00	67.00
Anti hongos para el acuario	180.00	180.00	180.00
TOTAL CIF	1,447.00	1,447.00	1,447.00
COSTO DEL SERVICIO	13,386.35	13,386.35	13,386.35
TENDENCIA DEL COSTO	0.00%	20.00%	30.00%
COSTO DEL SERVICIO MENSUAL	13,386.35	16,063.62	17,402.26
COSTO DEL SERVICIO ANUAL	160,636.20	192,763.44	208,827.06

Fuente: elaboración propia

Cuadro 7: Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3
Remuneraciones personal adm.	7,151.39	7,151.39	7,151.39
Servicios públicos	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Útiles de oficina	200.00	200.00	200.00
Otros	250.00	250.00	250.00
TOTAL COSTO MENSUAL	8,601.39	8,601.39	8,601.39
TOTAL COSTO ANUAL	103,216.67	103,216.68	103,216.68

Fuente: elaboración propia

Cuadro 8: Gastos comerciales

GASTOS DE COMERCIALES	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	300.00	300.00	300.00
Promociones	100.00	100.00	100.00
Otros	100.00	100.00	100.00
TOTAL COSTO MENSUAL	500.00	500.00	500.00
TOTAL COSTO ANUAL	6,000.00	6,000.00	6,000.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 9: Procedencia y destino de los recursos

INVERSION Y FINANCIAMIENTO	RECURSOS PROPIOS Y DE SOCIEDAD		CREDITO		INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA	
Activos fijos	8,550.00	17.10%	21,450.00	42.90%	30,000.00	60.00%
Inversión Fija	11,450.00	22.90%	8,550.00	17.10%	20,000.00	40.00%
TOTAL	20,000.00	40.00%	30,000.00	60.00%	50,000.00	100.00%

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10: Inversión en activos

ACTIVOS FIJOS		
	VALOR	CANT.
VEHICULOS	7,050.00	1
MUEBLES Y ENSERES	3,750.00	5
HERRAMIENTA	1,200.00	
COMPUTADOR	4,800.00	4
HERRAMIENTAS	1,200.00	
EQUIPOS VARIOS	12,000.00	
INVERSION FIJA	20,000.00	
TOTAL	50,000.00	10

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11: Capital de trabajo

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO	MENSUAL	ANUAL	
Costo del servicio	13,386.35	160,636.20	300.00
Gastos administrativos	8,601.39	103,216.67	100.00
Gastos comerciales	500.00	6,000.00	100.00
TOTAL COSTO MENSUAL	22,487.74	269,852.87	500.00
TOTAL COSTO ANUAL	269,852.87	809,558.60	6,000.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12: Programa de endeudamiento

Tipo de periodo	Meses	Periodos al año	12
Tasa base	Efectiva Anual	Tasa mensual	2.53T
Tasa de interés efectiva	35.00%	Tasa efectiva anual	35.00%
Capital	30,000	Cuota fija	1,683.40
Numero de periodos	24	Factor	(0.35026084)

TABLA DE AMORTIZACION					
MES	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES	ABONO A CAPITAL	SALDO FINAL
1	30,000	1,683	760	924	29,076
2	29,076	1,683	736	947	28,129
3	28,129	1,683	712	971	27,158
4	27,158	1,683	688	996	26,163
5	26,163	1,683	663	1,021	25,142
6	25,142	1,683	637	1,047	24,095
7	24,095	1,683	610	1,073	23,022
8	23,022	1,683	583	1,100	21,921
9	21,921	1,683	555	1,128	20,793
10	20,793	1,683	527	1,157	19,636
11	19,636	1,683	497	1,186	18,450
12	18,450	1,683	467	1,216	17,234
13	17,234	1,683	436	1,247	15,987
14	15,987	1,683	405	1,279	14,709
15	14,709	1,683	372	1,311	13,398
16	13,398	1,683	339	1,344	12,054
17	12,054	1,683	305	1,378	10,675
18	10,675	1,683	270	1,413	9,262
19	9,262	1,683	235	1,449	7,813
20	7,813	1,683	198	1,486	6,328
21	6,328	1,683	160	1,523	4,805
22	4,805	1,683	122	1,562	3,243
23	3,243	1,683	82	1,601	1,642
24	1,642	1,683	42	1,642	0

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13: Estado de resultado integral

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	374,400.00	449,280.00	486,720.00
(-) Costo de Ventas	160,636.20	192,763.44	208,827.06
Utilidad Bruta	213,763.80	256,516.56	277,892.94
Gastos operativos			
(-) Gastos administrativos	103,216.67	103,216.68	103,216.68
(-) Gastos ventas	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Utilidad operativa	104,547.13	147,299.88	168,676.26
(-) Gastos Financieros	7,435.00	2,967.00	0
Utilidad antes de I. renta	97,112.13	144,332.88	168,676.26
(-) Impuesto a la renta	5,616.00	6,739.20	7,300.80
Utilidad neta	91,496.13	137,593.68	161,375.46

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Saldo inicial		0.00	77,453.53	196,526.81
Ingresos por ventas		374,400.00	449,280.00	486,720.00
Inversión inicial	20,000.00	0.00	0.00	0.00
Total ingresos	20,000.00	374,400.00	526,733.53	683,246.81
Costo del servicio		160,636.20	192,763.44	208,827.06
Gastos administrativos		103,216.67	103,216.68	103,216.68
Gastos ventas		6,000.00	6,000.00	6,000.00
Pago de impuestos		5,616.00	6,739.20	7,300.80
Inversiones	50,000.00	0.00	0.00	0.00
Total egresos	50,000.00	275,468.87	308,719.32	325,344.54
Flujo de caja económico (FCE)	-30,000.00	98,931.13	218,014.21	357,902.27
Prestamos	30,000.00			
Amortización		(12,766.00)	(17,234.00)	0.00
Gastos financieros		(7,435.00)	(2,530.00)	0.00
Escudo fiscal		(1,276.60)	(1,723.40)	0.00
Flujo de caja Financiero (FCF)	0.00	77,453.53	196,526.81	357,902.27

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15: Calculo del VAN y la TIR

CÁLCULO DEL V.A.N. Y LA T.I.R.		
	%	
Tasa de descuento	35.00%	
V.A.N a tres años	138,297.90	Valor positivo, inversión factible
T.I.R a tres años	180.71%	Valor superior a la tasa, inversión factible

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

- a. Durante la elaboración del presente plan de negocios, se dedujo que en el mercado regional, especialmente en la provincia de Maynas, existe un gran interés por parte de la gente hacia los peces ornamentales y acuarios, debido a que actualmente existe una tendencia muy importante de cuidado y aprecio por la naturaleza, por lo tanto se puede implementar un acuario como concepto y modelo de negocio.
- b. Existe una demanda insatisfecha de la población debido a la falta de empresas que inviertan en este tipo de negocios, ya sea por la falta de visión o por el poco interés a este rubro, porque la implementación de un proyecto de mantener peces ornamentales de las diferentes especies en cautiverio no genera mucho interés entre los empresarios.
- c. Se ha considerado diferentes actividades de promoción, como publicidad para el negocio, buscando siempre que mayor número de familiar conozcan este tipo de recreación.
- d. Aquarium Amazon S.A.C., ha sido diseñada con una estructura orgánica sencilla, muy simple, habiéndose determinado las funciones principales de cada área para evitar la duplicidad en cada una de ellas.
- e. El estado de resultado integral y el flujo de caja arrojan resultados resultado positivos, esto sumado al VAN y La TIR, nos hace predecir que el negocio es viable.

BIBLIOGRAFIA

SANDFORD, Gina. Acuario Manual práctico, primera edición, Buenos aires – Argentina, Editorial Albatros – DorlingKindersley, 2000.

LIMON PEÑA, Moisés. Imagen Corporativa estrategia organizacional de comunicación global, primera edición, México, Editorial Trillas, 2008. RIES, TROUT, Al, Jack. La guerra del marketing, segunda edición, México, McGraw-Hill, 2007.

ZAPATA SANCHEZ, Pedro, Contabilidad General, quinta edición, Bogotá – Colombia, editorial McGraw-Hill, 2005.

<http://www.mincetur.gob.pe/peru-es-galardonado-como-el-mejor-destino-turistico-de-las-americas-en-feria-shanghai-world-travel-fair-2017>

<http://elcomercio.pe/lima/huachipa-martes-26-inauguran-acuario-grande-peru-239841>