



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Plan de Negocio ECOLODGE FULL JUNGLE,

Iquitos - 2019

Autores:

**Navarro Rosales, Sheila Jennifer
Zevallos Noronha, Pedro Fernando**

**Para optar el título profesional de
Licenciado en Turismo y Hotelería**

IQUITOS-PERÚ

2019

DEDICATORIA

A mi adorada madre Elita Noronha, mi dedicación por ser una excelente madre, amiga, compañera, en este camino académico que hoy culmino. También a mi papá Willian Zevallos por las buenas vibras desde la distancia.

Pedro Zevallos

A mis padres, Leonor y Jorge mi total dedicación, por ser la razón de mi vida, mis ejemplos, mi fortaleza para salir adelante. A mis hermanos dedico este trabajo, que siempre estuvieron apoyándome.

Sheila Navarro

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud infinita a Dios, por darme la vida, la sabiduría, la paciencia. A mí adorada madre por darme la vida, a la Universidad Científica del Perú, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos y a mis compañeros, a todas gracias.

Pedro Zevallos

Mi agradecimiento enorme, a nuestro Dios, por toda su bendición derramada en estos años de estudio, a mis queridos padres Leonor y Jorge, por sus esfuerzos y apoyo para convertirme en una profesional.

Sheila Navarro

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO: Turismo y Hotelería

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL**

Con Resolución Decanal N° 476-2018-UCP-FAC.NEGOCIOS del 28 de noviembre de 2018, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Trabajo de Investigación a los señores:

- Lic. Est. Julio Goicochea Espino Dr. **Presidente**
- Lic. Tur. Felix Castillo Ichuta Mgr. **Miembro**
- Lic. NIT. Lourdes Sánchez García **Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las ^{09:00}..... horas del día ⁰¹ de ^{Febrero} del 20.19... en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Investigación: "PLAN DE NEGOCIO ECOLOGE FULL JUNGLE, IQUITOS, 2018".

Presentado por:

**PEDRO FERNANDO ZEVALLOS NORONHA
SHEILA JENNIFER NAVARRO ROSALES**

Como requisito para optar el título profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería.

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntadas las que fueron absueltas.

El jurado después de la deliberación en privado llevo a la siguiente conclusión:

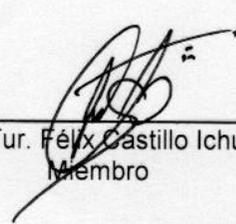
La sustentación es:

..... *Aprobado por Unanimidad*

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el ACTA.



Lic. Est. Julio Goicochea Espino Dr.
Presidente



Lic. Tur. Félix Castillo Ichuta Mgr.
Miembro



Lic. NIT. Lourdes Sánchez García Mgr.
Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio.....	3
1.2. Actividad empresarial.....	4
1.3. Idea del negocio.....	4
2. PLAN DE MARKETING	
2.1 Necesidades de los clientes.....	5
2.2 Demanda actual y tendencias.....	7
2.3 Oferta actual y tendencias.....	11
2.4 Programa de marketing.....	14
2.4.1. El producto.....	14
2.4.2. El precio.....	21
2.4.3. La promoción.....	22
2.4.4. La cadena de distribución.....	24
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	25
3.2 El proceso del servicio al cliente.....	26
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1 La organización.....	27
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	28
4.3 Condiciones laborales.....	30
4.4 Régimen tributario.....	30

5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1	Estudio económico.....	31
5.2	Estudio financiero.....	33
	CONCLUSIONES.....	36
	BIBLIOGRAFÍA.....	37

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU, 2018....	04
Cuadro N° 02 Demanda proyectada Iquitos, 2018.....	07
Cuadro N° 03 Precio de la competencia, 2018.....	11
Cuadro N° 04 Precio de los productos, 2018.....	20
Cuadro N° 05 Comportamiento del mercado tendencias y participación.....	31
Cuadro N° 06 Ingresos por ventas.....	31
Cuadro N° 07 Costo de ventas.....	31
Cuadro N° 08 Gastos administrativos.....	32
Cuadro N° 09 Gastos comerciales.....	32
Cuadro N° 10 Gastos pre operativos.....	32
Cuadro N° 11 Inversión en activos.....	33
Cuadro N° 12 Programa de endeudamiento.....	33
Cuadro N° 13 Estado de resultados integrales.....	34
Cuadro N° 14 Flujo de caja.....	35
Cuadro N° 15 Van y Tir.....	35

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de la empresa.....	03
Figura N° 02 Ubicación del ecolodge.....	03
Figura N° 03 Logo de la empresa, 2018.....	04
Figura N° 04 Visita de turistas a nuestros país.....	07
Figura N° 05 Recepción de turistas en el aeropuerto.....	16
Figura N° 06 Traslado al ecolodge	16
Figura N° 07 Camas en el árbol.....	16
Figura N° 08 Puente colgante.....	17
Figura N° 09 Canopy.....	17
Figura N° 10 Paseo en bote.....	18
Figura N° 11 Recibimiento con danza típica.....	18
Figura N° 12 Observación de aves.....	18
Figura N° 13 Avistamiento de flora.....	19
Figura N° 14 Avistamiento de insectos.....	19
Figura N° 15 Caminata en la selva.....	19
Figura N° 16 Pesca en pisciana.....	20
Figura N° 17 Avistamiento de bufeo colorado.....	21
Figura N° 18 Fan page de la empresa, 2018.....	23
Figura N° 19 Gorros con el logo.....	23
Figura N° 20 Taza con el logo.....	23

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico N° 01 Principales motivos de visita a Iquitos, 2017.....	06
Gráfico N° 02 Evolución de las llegadas de turistas internacionales.....	07
Gráfico N° 03 Arribo de turistas a establecimientos de hospedaje- región Loreto.....	09
Gráfico N° 04 País de residencia de turistas a Loreto, 2017.....	09
Gráfico N° 05 Principales lugares visitados en Loreto, 2017.....	10
Gráfico N° 06 Tipos de alojamiento utilizado en Loreto, 2017.....	11
Gráfico N° 07 Medio que más influye en la elección de un destino.....	21
Gráfico N° 08 Redes sociales a las que pertenece.....	22
Gráfico N° 09 Proceso de servicios de la empresa.....	24
Gráfico N° 10 Estructura organizacional de la empresa, 2018.....	26

PLAN DE NEGOCIOS ECOLOGDGE FULL JUNGLE, IQUITOS 2019

Zevallos Noronha, Pedro Fernando

Navarro Rosales, Sheila Jennifer

RESUMEN

El presente plan de negocios se realizó con la finalidad de crear una empresa dedicada a brindar servicios turísticos, netamente ecológicos y en contacto con la naturaleza, cuyo segmento objetivo serán los turistas nacionales y extranjeros que arriban a nuestra ciudad. El que estará ubicado en la comunidad de San José de Lupuna, a orillas del río Nanay y las oficinas administrativas se encontrarán en la Av. Grau 2021, distrito de Belén- Iquitos..

Los turistas que llegan a nuestro país en su mayoría lo hacen por vacaciones y en mayor participación a nuestra ciudad, prefieren llegar a un ecolodge por el contacto y actividades desarrolladas en la naturaleza. Necesidad que se pretende satisfacer con el presente proyecto.

En el plan de marketing se hace un análisis del producto, precio, promoción y la cadena de distribución del Ecolodge, así mismo en el Plan de Operaciones, se ha considerado los procesos de aprovisionamiento y el proceso de servicio al cliente. En el Plan de Recurso Humano, se ha considerado la estructura organizacional, puestos y funciones de cada uno, y de tal manera que el Plan Económico Financiero, que efectuará el estudio económico y financiero demostrando los resultados positivos para el negocio en los 3 próximos años.

Palabras claves: plan de negocios, ecolodge, turistas.

BUSINESS PLAN ECOLOGE FULL JUNGLE, IQUITOS 2018

Zevallos Noronha, Pedro Fernando

Navarro Rosales, Sheila Jennifer

ABSTRACT

This business plan was made with the purpose of creating a company dedicated to providing tourist services, purely ecological and in contact with nature, whose target segment will be domestic and foreign tourists who arrive in our city. The one that will be located in the community of San José de Lupuna, on the banks of the Nanay River and the administrative offices will be located at Av. Grau 2021, Belén-Iquitos district.

Tourists who come to our country mostly do so for vacations and in greater participation to our city, prefer to reach an ecolodge by contact and activities developed in nature. Need that is intended to satisfy with the present project.

In the marketing plan an analysis of the product, price, promotion and distribution chain of the Ecolodge is made, likewise in the Operations Plan, the supply processes and the customer service process have been considered. In the Human Resource Plan, the organizational structure, positions and functions of each one have been considered, and in such a way that the Economic Financial Plan, which will carry out the economic and financial study demonstrating the positive results for the business in the next 3 years. .

Keywords: business plan, ecolodge, tourists.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 NOMBRE DEL NEGOCIO

Nombre: Ecolodge FULL JUNGLE SAC

Sector de la actividad: Servicio de alojamiento.

Localización: Av. Grau Nro. 2021, distrito de Belén - Provincia de Maynas, región Loreto, Perú. (Oficina de coordinación).

Centro Poblado: San José de Lupuna/orillas del rio Nanay, a 20 minutos de la ciudad de Iquitos en Bote Motor.

Actividad: Servicio

Figura 01: Ubicación de la empresa, 2018



Fuente: [www.google maps](http://www.google.com/maps).

Figura 02: Ubicación del ecolodge, 2018



Fuente: [www.google maps](http://www.google.com/maps).

Figura 03: Logo de la empresa, 2018



Fuente: elaboración propia

1.2 ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme-CIIU, 2018

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

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 IDEA DEL NEGOCIO

Se busca satisfacer la necesidad de turismo de naturaleza, a aquellas personas que quieren sentir la naturaleza. Además para aquellas personas que desean conocer la riqueza natural de la flora y fauna. También para aquellas personas que quieren conservar el bosque.

Los clientes serán las parejas de enamorados que deseen celebrar momentos de recuerdo importante. También serán las familias, quienes deseen encontrar un momento de paz individual. Grupos de turistas de grupos amplios

como tercera edad, científicos que gustan conocer la selva desde el punto científico.

Les ofrecemos servicios de alojamiento alimentación de acorde a su nacionalidad, seguridad, contra picadura de sancudo. Al despertar se podrá ver el amanecer con caminata diurna, también servicio de bebidas exóticas, pesca en la canoa, tours, camping (secundario), etc.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

En el capítulo anterior se ha identificado tres tipos de necesidades de nuestros clientes:

- a) Necesidad de sentir la naturaleza
- b) Conocer la riqueza natural de flora y fauna
- c) Conservar el bosque

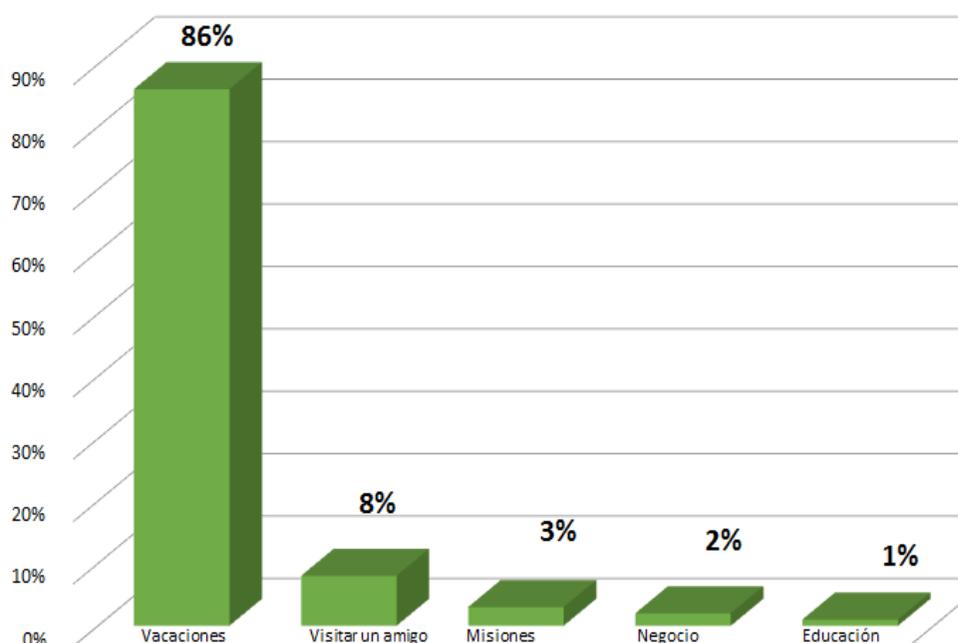
El turista es “la persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un periodo mínimo de una noche y no más de doce meses consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país o residir en el mismo”. Cuando esas actividades se desarrollan en un país (o países) distinto del país de residencia del visitante, estamos hablando de turismo receptor.(OMT, 1994)

Dentro las principales necesidades del cliente podemos señalar:

- Necesidad de viajar por vacaciones
- Necesidad de viajar por negocios
- Necesidad de viajar por motivos de salud
- Necesidad de viajar por visita a familiares
- Necesidad de viajar por seminarios y capacitaciones y otros.

Existen diversos motivos por los cuales nos visitan los turistas a nuestro país, desde por vacaciones, por negocios, visitas a familiares, asistencia a conferencias, etc. A continuación detallamos las principales necesidades de los turistas a nuestro país:

Grafico 01. Principales motivos de visita a Iquitos, 2017



Fuente: Mincetur.gob.pe

En la Gráfico 01 se puede apreciar que el principal motivo de viaje a nuestro país es por vacaciones en un 86%, seguido por visita a un amigo 8%, y por misiones en un 3%, por negocios 2%, por asistir a seminarios y conferencia 1%.

En el caso del presenta proyecto nos enfocaremos en los turistas que visitan nuestro país por vacaciones y por visitar a un amigo que sumando ambos asciende a 94% de turistas que visitan nuestro país.

Figura 04. Visita de turistas a nuestro país.



Fuente: tnews.com.pe/promperu-publica-el-perfil-del-turista-extranjero

1

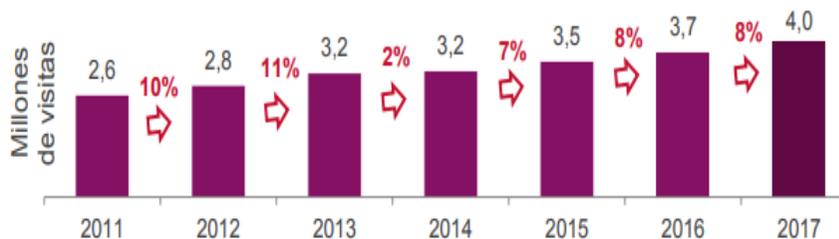
2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS.

Cuadro 02. Proyección de demanda, 2018 (en miles)

Promedio de turistas extranjeros que visitan el Perú en los últimos 5 años (en miles)	3,520.00
Promedio de turistas extranjeros que visitan el Iquitos en los últimos 5 años (en miles)	655.25
Turistas que visita Iquitos por vacaciones 86% (en miles)	563.52
Turistas que visita un ecolodge (en miles)	32%
Total demanda proyectada (en miles)	180.33

Fuente: elaboración propia

Gráfico 02. Evolución de las llegadas de turistas internacionales



Fuente: www.mtc.gob.pe En el cuadro anterior podemos apreciar la visitas de turistas a nuestro país en los últimos 7 años, el mismo que presenta un comportamiento ascendente, el año 2011 la visita de turistas a nuestro país fue de 2,6 millones,

para el 2012, llegó a 2.8 millones el 2013 y 2014 fue de 3.2 millones y el 2015, llegó a 3.5 millones; el 2016, ascendió a 3.7 millones y el 2017 fue de 4.0 millones de turistas.

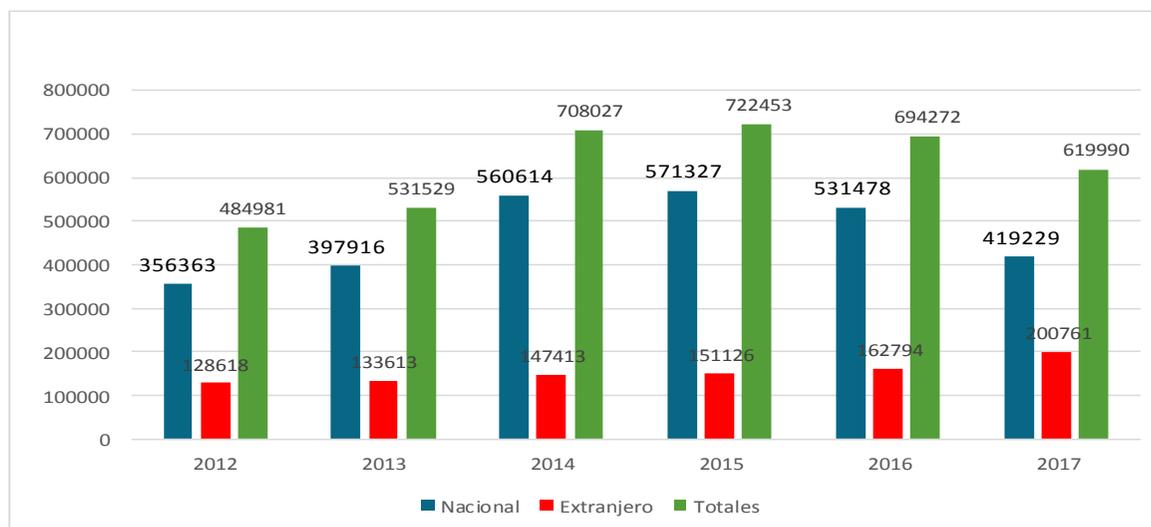
El turismo se ha convertido en un sector que contribuye al desarrollo de los países y es un factor preponderante en la lucha contra la pobreza porque es altamente generador de empleo. En el Perú venimos creciendo sostenidamente y se proyecta que al término del 2016, se habrá logrado un crecimiento acumulado de 43,3% respecto al 2011, lo que significa un crecimiento promedio anual de 7,5%, en los últimos cinco años. Nos encontramos con un panorama internacional muy promisorio para el Perú. Se ha venido desarrollando actividades de promoción a través de la marca Perú que comprenden diversas campañas publicitarias y estrategias de mercadeo que han contribuido al posicionamiento de la imagen del país en los 22 mercados priorizados con énfasis en Asia y Latinoamérica.

Los turistas extranjeros que visitaron el Perú durante el 2016, la cual fue de 3 744 461. Este resultado representa un crecimiento de 8,4%, respecto al total de turistas registrados el 2015 que alcanzó una cifra de 3 455 709. Diciembre fue uno de los meses de mayor crecimiento (12,2%) y el tercero del año en que se registró mayor número de arribos, después de julio (355 320) y agosto (339 081). Cabe resaltar que para alcanzar la meta de 7 millones de turistas el 2021, se debe crecer por encima del 15% anual en número de arribos, una muy lejana a la alcanzada en 2016.

Por el lado de los países sudamericanos Chile y Estados Unidos se mantuvieron como los principales mercados emisores de turistas al Perú durante el 2016, de acuerdo a estadísticas oficiales del Mincetur, analizadas por T News. Del vecino país del sur llegaron 1 055 880 visitantes, lo que representó un crecimiento de 7,2%, mientras que de Estados Unidos arribaron 586 479 turistas, con un crecimiento de 7,6%. El tercer principal mercado fue Ecuador, el cual presentó un importante crecimiento de 24,2%. Otro mercado de gran crecimiento fue Venezuela (+40,6%), pese a la crisis económica que vive dicho país. Es probable que un importante número de venezolanos llegue al Perú a trabajar con estatus migratorio de turista. China ocupó el puesto 20 de los

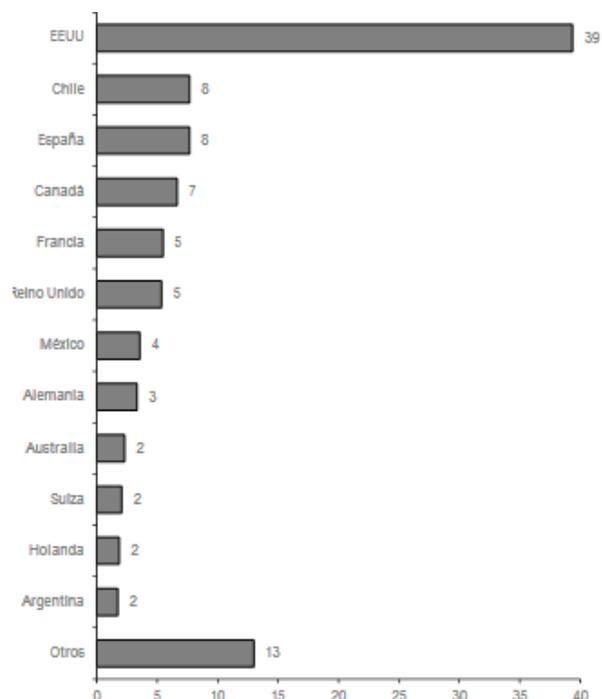
principales emisores de turistas a Perú con un total de 25 640 visitantes, lo que representa un crecimiento de 33,3%.

Gráfico 03. Arribo de turistas a establecimientos de hospedaje- región Loreto



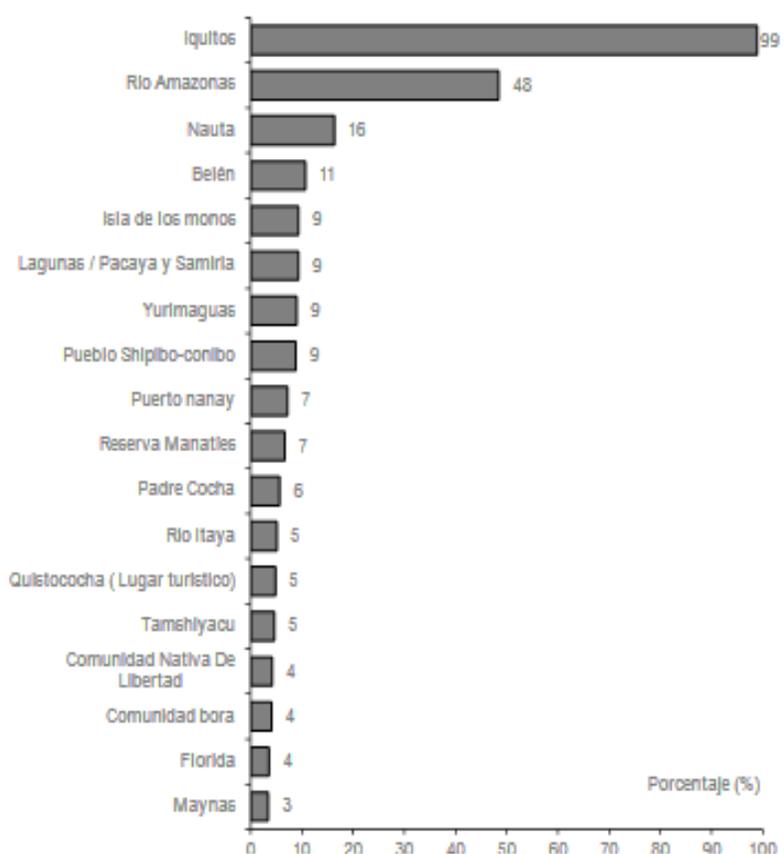
Fuente: Plan de Promoción Turística región Loreto -2018 / MINCETUR- PRO694MPERU

Gráfico 04: País de residencia de turistas a Loreto, 2017



Fuente: promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos

Gráfico 05. Principales lugares visitados en Loreto, 2017



Fuente: promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo

Gráficos 05. Actividades realizadas en Loreto, 2017

Actividades realizadas en Loreto	%
CULTURA	95
Pasear, caminar por la ciudad	76
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	59
Visitar parques, plazuela de la ciudad	48
City tour guiado	32
Visitar a chamanes/curanderos	21
Visitar iglesias/catedrales/conventos	10
Visitar museos	9
Participar en festividades locales (no religiosas)	7
Participar en festividades religiosas	3
Visitar inmuebles históricos	3
NATURALEZA	92
Visitar áreas y/o reservas naturales	81
Pasear por ríos, lagos, lagunas / cascadas / catar	70
Observación de aves / animales	63
Observación de flora	62
Observación de mamíferos	60
Observación de insectos	60
AVENTURA	78
Paseo en bote / lancha / kayak / crucero	70
Trekking / Senderismo / Hiking	31
Pesca	14
Camping	7
Canotaje / Rafting	3
Paseo en moto/cuattrimotor/moto acuática / motocross	2
Total múltiple	

Fuente: promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo

2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.

Cuadro 03. Precio de la competencia, 2018

Ec lodge	Muyuna Lodge	Pacaya Samiria Amazon Lodge	Sinchicuy Lodge
Servicio –Full Jungle 2 días	S/.200	S/.300	S/.250
Servicio – Full Jungle 1 día	S/160	S/.200	S/180

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro anterior podemos apreciar la oferta de servicios en nuestra ciudad, existe una oferta variada, ya sea de empresas jurídicas y de personas que brindan servicios.

Gráfico 06. Tipos de alojamiento utilizado en Loreto, 2017

Tipo de alojamiento utilizado en Loreto	%
Hotel 4 ó 5 estrellas	10
Hotel/ hostel 3 estrellas	20
Hotel/ hostel 1 ó 2 estrellas	18
Lodge	32
Albergue/hostel	22
Casa de chaman	12
Barco/bote / lancha / crucero	5
Camping	5
Casa de familiares / amigos	3
Cabañas de la comunidad nativa	3
Total múltiple	

Fuente: Fuente: promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo

En el gráfico 06, podemos apreciar que el tipo de alojamiento más usado por los turistas que visitan nuestra región es el Lodge con un 32%, seguido de los albergue/hotel con un 22%, en tercer lugar el hotel/hostal de 3 estrellas con un 20% y en cuarto lugar el hotel/hostal de 1 a 3 estrellas.

Dentro los principales atractivos turísticos de nuestra región Loreto tenemos:

1. A lo largo del río Amazonas:
 - a. El propio río Amazonas.
 - b. La reserva nacional Pacaya Samiria
 - c. La reserva nacional Alpahuayo Mishana

2. Dentro la ciudad de Iquitos:
 - a) Iglesia matriz o catedral de Iquitos
 - b) La casa del fierro
 - c) Ex hotel Palace
 - d) El museo municipal y la biblioteca Amazónica
 - e) El malecón Tarapacá
 - f) El distrito de Belén

3. Zonas aledañas a la ciudad de Iquitos:
 - a) Parque turístico Quistococha
 - b) Lago Zungarococha
 - c) Caserío Santo Tomas
 - d) Río Nanay
 - e) Lago de Moronacocha
 - f) Caserío Santa Clara
 - g) Mercado artesanal de San Juan

Con relación a la oferta de servicios turísticos, los empresarios del sector, deberán desarrollar capacidades de gestión que les permitan adaptarse fácilmente a las nuevas formas de producción y de consumo que se concretan a partir del uso de tecnologías innovadoras de la información y comunicación que tienen como protagonistas principales a los Millennials y a los nativos digitales.

Hoy existen nuevos factores y motivaciones que mueven al público en el sector turismo. Es indispensable tomar en cuenta las novedades en gustos y en la búsqueda de experiencias para garantizar el éxito en el sector. La búsqueda de una oferta turística personalizada, variada y diseñada especialmente para aprovechar al máximo su dinero y tiempo.

Surgen oportunidades para el sector, ya que permite descentralizar los destinos turísticos en el Perú de manera que la oferta no se centre solo en Machu Picchu. En este contexto, actividades complementarias como la gastronomía cobran importancia y pueden convertirse en factores decisivos para que el viajero tome una decisión del destino que visitará.

Los viajeros buscan destinos exclusivos y tener algo a los que muy pocos puedan acceder. Buscan explorar los lugares más exóticos y vírgenes del rincón del planeta, lejos de grandes propuestas de servicios turísticos con miles de turistas, viviendo experiencias únicas e irrepetibles.

Los viajeros están conectados con la tecnología. Ellos usan Smartphone, Tablet o cualquier herramienta para informarse, compartir experiencias y resolver problemas durante su viaje. Utilizan las aplicaciones que estos dispositivos ofrecen y que hacen su viaje más sencillo: el traductor de idiomas, el lector, la guía de calles, los audios guías, entre otras.

2.4 PROGRAMA DE MARKETING.

2.4.1 El Producto

La empresa, propone en este proyecto dos productos básicos:

- Paquete turístico full jungle – 01 día
- Paquete turístico full amazonas – 02 días

1.- Paquete turístico Full Jungle- 01 día

El primer servicio a ofertar, será realizado en nuestro propio ecolodge, el que se encuentra ubicado en el CCPP San José de Lupuna, este paquete turístico cuenta con varias actividades:

El servicio será específicamente ecológico y no se contará con energía eléctrica, tampoco se contará con señal de internet, los bungalows serán iluminados con paneles solares, el ecolodge contará con su propia planta de agua tratada, y abastecerá a la comunidad a un precio social. Las camas, se estructurarán encima de los árboles. El contacto será 100% con la naturaleza. Se contará con una quebrada artificial, un puente colgante como mirador entre los árboles y la decoraciones de las habitaciones con cuadros pintorescos.

- Recepción de los turistas en el aeropuerto.
- Traslado al Ecolodge Full Jungle
- Danza de bienvenidas a los turistas, a cargo del conjunto típico.
- Observación de aves
- Observación de flora
- Observación de insectos
- Paseo en bote, en el ecolodge
- Caminata en la selva
- Pesca (piscigranja)
- Retorno al hotel o al aeropuerto.

2.-Paquete turístico full amazonas – 02 días

El segundo servicio turístico, se desarrolla fuera de nuestras instalaciones, involucra la ciudad de Iquitos y el río Amazonas principalmente.

- Recibimiento de turistas en el aeropuerto
- Visita a la plaza
- Visita a la iglesia matriz
- Visita a la casa Pinasco
- Visita al ex hotel Palace de Iquitos
- Visita al boulevard de Iquitos
- Visita a la unión del río Nanay con el río Amazonas
- Recorrido del río Amazonas
- Avistamiento de delfines del Amazonas
- Retorno al hotel o al aeropuerto

El Ecolodge Full Jungle aplicará como política de sostenibilidad, la aplicación de políticas de responsabilidad social. Además de mantener una armonía con los trabajadores, estado, prioriza la relación con el medio ambiente y con la comunidad.

Figura 05. Recepción de turistas en el aeropuerto



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1242&bih=553](https://www.google.com.pe/search?biw=1242&bih=553)

Figura 06. Traslado al ecolodge



Fuente: [google.com.pe/search?q=ECOLOGGE&source](https://www.google.com.pe/search?q=ECOLOGGE&source)

Figura 07. Camas en el árbol



Fuente: [google.com.pe/search?q=camas en el aire&ec](https://www.google.com.pe/search?q=camas en el aire&ec)

Figura 08. Puente colgante



Fuente: [google.com.pe/search?q=puente+cogante+en+un+rio](https://www.google.com.pe/search?q=puente+cogante+en+un+rio)

Figura 09. Canopy



Fuente: [google.com.pe/search?q=canopy+en+selva+aventura](https://www.google.com.pe/search?q=canopy+en+selva+aventura)

Figura 10. Paseo en bote



Fuente: [google.com.pe/search?q=paseo+en+bote+rioamazonas](https://www.google.com.pe/search?q=paseo+en+bote+rioamazonas)

Figura 11. Recibimiento con danza típica



Fuente: [google.com.pe/search?q=danza+tipica+de+la+selva](https://www.google.com.pe/search?q=danza+tipica+de+la+selva)

Figura 12. Observación de aves



Fuente: [google.com.pe/search?q=observacion+de+aves](https://www.google.com.pe/search?q=observacion+de+aves)

Figura 13. Avistamiento de flora



Fuente: [google.com.pe/search?q=observacion+de+flora+en+iquitos](https://www.google.com.pe/search?q=observacion+de+flora+en+iquitos)

Figura 14. Avistamiento de insectos



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1242&bih=553&tbm=isch&sa](https://www.google.com.pe/search?biw=1242&bih=553&tbm=isch&sa)

Figura 15. Caminata en la selva



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1242&bih=553&tbm=isch](https://www.google.com.pe/search?biw=1242&bih=553&tbm=isch)

Cuadro 16. Pesca en piscigranja



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1242&bih=553&tbm=isch&sa=1&ei](https://www.google.com.pe/search?biw=1242&bih=553&tbm=isch&sa=1&ei)

2.4.2 El precio

La empresa ha estructurado los siguientes precios, el mismo que se ha tendido en cuenta el precio de la competencia.

Cuadro 04. Precio de los productos, 2018

Detalle de los Paquetes	Precio x persona
Paquete Turístico full jungle – 01 día	S/.180.00
Paquete Turístico full amazonas- 02 días	S/. 250.00

Fuente: elaboración propia

Figura 17. Avistamiento bufeo colorado



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1242&bih=553&tbm=isch&sa=1&ei=2OG](https://www.google.com.pe/search?biw=1242&bih=553&tbm=isch&sa=1&ei=2OG)

2.4.3 La promoción.

Para evaluar nuestra estrategia de promoción analizaremos el siguiente cuadro.

Gráfico 07. Medio que más influyen en la elección de un destino (para turistas que visitan Iquitos):

Medios que más influyen en la elección de un destino	%
Internet	75
Recomendación de amigos	26
Libros	13
Blogs de viajes	8
Documentales de TV	8
Agencia de Viajes	7
Lonely Planet	4
Revistas	4
Publicidad	3
Guías turísticas	3
Recomendación de familiares	3
Total múltiple	

Fuente: promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo

Gráfico 08. Redes sociales a las que pertenece (para turistas que visitan Iquitos):

Redes sociales a las que pertenece	%
Facebook	75
Instagram	35
Twitter	17
Linkedin	15
Snapchat	8
WeChat	2
Ninguna	17
Total múltiple	

Fuente: promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo

En el cuadro Nro. Podemos ver que el medio que más influye en la elección de un destino es el internet con un 75% y un 25% que decide entre internet y un libro. Por otro lado, la red social a la que pertenece los turistas que visita la ciudad de Iquitos, son: Facebook en un 75%, y a Facebook e Instagram un 35%, Twitter un 17% y LinkedIn un 15%

Considerando el análisis de los cuadros anteriores, la promoción se realizará a través de las redes sociales, Como Facebook, Instagram, twitter, correo electrónico, etc. Con el objetivo que el turista extranjero y nacional conozca la marca.

Figura 18. Fan page de la empresa, 2018



Fuente: elaboración propia

Figura 19. Gorros con el logo



Fuente: elaboración propia

Figura 20. Taza con el logo



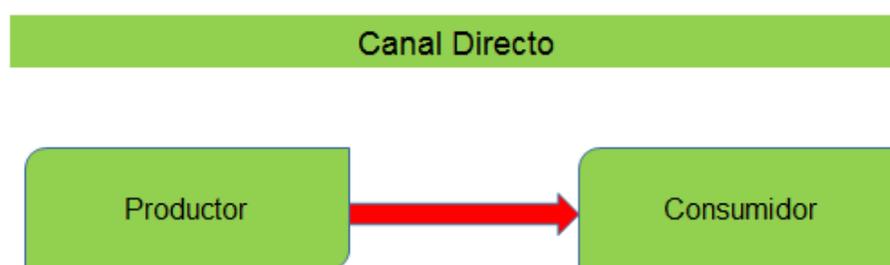
Fuente: elaboración propia

2.4.4 La Cadena de Distribución

a) **Objetivo de distribución**

La empresa contará una oficina de coordinación ubicada en Av. Grau Nro. 2021, al tratarse de un negocio dedicado a brindar servicios turísticos a través de la venta directa, se realizará la distribución directa.

Gráfico 09. Canal de distribución



Fuente: Elaboración propia

b) **Funciones que debe cumplir el canal**

La función principal del canal de distribución es la de presentar un producto de calidad, al costo y el tiempo oportuno, y lograr que el cliente lo considere como una experiencia inolvidable, estrategia para buscar la fidelización del cliente.

III. PLAN DE OPERACIONES

Para poder contar con un producto de calidad, que satisfaga la necesidad del cliente, es necesario contar con procesos adecuadamente diseñados, establecidos. Se necesita procesos eficientes, simples y técnicamente ordenados, los procesos diseñado en la empresa van a crear valor.

3.1 ESTUDIO DE LA FUENTE DE APROVISIONAMIENTO.

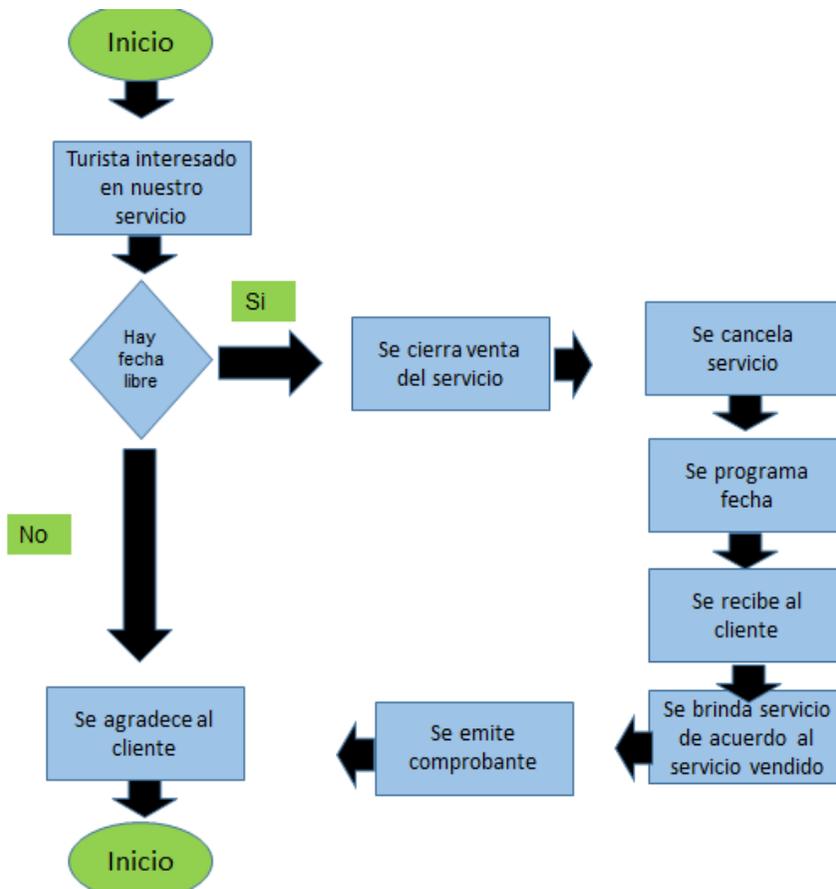
La empresa para llevar a cabo sus actividades turísticas necesita de bienes y servicios para llevar acabo su funcionamiento. Para el caso se la aprovisionamiento se contará con un registro de proveedores, como mínimo de tres proveedores de cada bien y de cada servicio.

Para la adquisición se deberá elaborar el cuadro comparativo de cada bien o servicio, el mismo que debe detallar las condiciones técnica, como calidad, volumen, periodo de expiración, garantía, entrega, fecha de entrega, tipo de pago.

El área de logística será el encargado de hacer los contratos con proveedores, los mismos que deben cobrar las facturas por sus bienes o servicios todos los viernes, por ser política de la empresa. Se busca negociar que los proveedores cuenten con servicio delivery para cada bien adquirido.

3.2 EL PROCESO DEL SERVICIO AL CLIENTE

Gráfico 09. Proceso de servicio de la empresa



Fuente: elaboración propia

Proceso del servicio:

1. Cliente –turista interesado en nuestro servicio :

Cliente solicita información de nuestros servicios

2. ¿Hay fecha libre?

- No, se le agradece al cliente
- Si, se cierra la venta del servicio

3. Se cancela el servicio

Paso siguiente se procede a solicitar la cancelación del servicio por parte de cliente

4. Se reserva fecha de llegada:

Posteriormente se procede a reservar la fecha de llegada del cliente

5. Se brinda el servicio:

Se procede a brindar el servicio de acuerdo al servicio contratado por el cliente

6. Se emite comprobante

Se procede a emitir el comprobante, dada las indicaciones del cliente

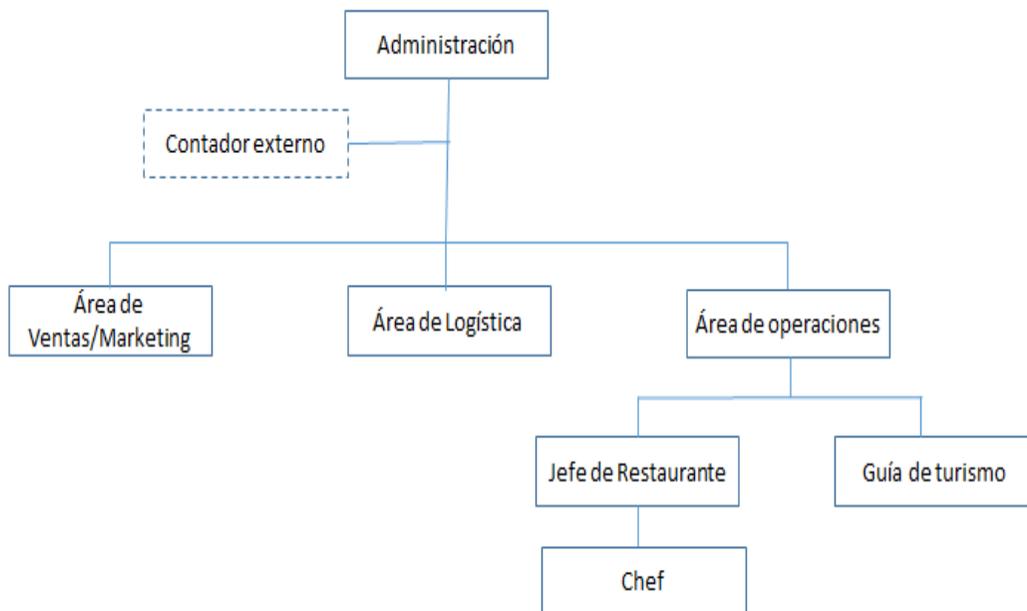
7. Se agradece al cliente:

Se procede a agradecer al cliente, esperando su pronto retorno o su recomendación.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 LA ORGANIZACIÓN.

Gráfico10. Estructura organizacional de la empresa, 2018



Fuente: elaboración propia

4.2 PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES

1) Puesto: Administrador

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 establecido.
- 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.
- e) Cumplir las normas legales, los estatutos y las resoluciones.
- 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) Generar excelentes resultados financieros y comerciales.

2) Puesto: Jefe de Ventas y Marketing

Funciones:

- a) Definir los objetivos de ventas
- b) Coordinar el trabajo dentro del establecimiento
- c) Realizar las actividades necesarias para lograr los objetivos.
- d) Tiene a su cargo las meseras del negocio.
- e) Atiende las quejas reclamos de los clientes.
- f) Definir las estrategias de marketing para la oferta de los servicios.
- g) Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.
- h) Dirigir y liderar el equipo de trabajo.
- i) Publicidad y promoción, trabajar con un equipo de publicidad interna con una agencia de publicidad externa.
- j) Diseñar e implementar el Plan de Marketing de la organización

3) Puesto : Jefe de Logística

Funciones:

- a) Definir los objetivos de ventas
- b) Coordinar el trabajo dentro del establecimiento
- c) Realiza0 las actividades necesarias para lograr los objetivos.
- d) Definir las estrategias de marketing para la oferta de productos o servicios.
- e) Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.
- f) Dirigir y liderar el equipo de trabajo.
- g) Publicidad y promoción, trabajar con un equipo de publicidad interna con una agencia de publicidad externa.
- h) Responsable de diseñar e implementar el plan de marketing de la organización

4) Puesto: Jefe de Operaciones

Funciones:

- a) Dirigir el correcto desarrollo de las actividades operativas de la empresa
- b) Garantizar que los procesos de lleven a cabo en el tiempo y la forma estipulados
- c) Lograr los niveles de eficiencia productiva que permitan, entregar los productos en la oportunidad y calidad acordados con los clientes
- d) Mantener los costos establecidos.
- e) Controlar que se cumplan los ciclos tanto de sus procesos productivos como administrativos.

5) Puesto: Chef

Funciones:

- a) Encargado de la supervisión de los insumos
- b) Responsable de la preparación de los platos según las comandas
- c) Responsable de la presentación de los platos.
- d) Debe planificar, controlar y solicitar los insumos.
- e) Debe preparar la variedad de comidas a ofertar.

6) Puesto: Guía de Turismo

Funciones:

- a) Es responsable de la atención a los clientes desde la recepción en el aeropuerto hasta el final del servicio.
- b) Recepciona e indicar el recorrido del servicio según el paquete comprado, Full Day o Half Day.
- c) Absuelve cualquier consulta de los clientes
- d) Atiende las dudas quejas de los clientes
- e) Acompaña en todo el recorrido para la traducción del caso.
- f) Explica el desarrollo de cada una de las actividades
- g) Guía en el recorrido a cada uno de los turistas

4.3 CONDICIONES LABORALES

La empresa contará con colaboradores a tiempo completo, los mismos que no excederán de las 8 horas diarias, sólo el área de operaciones se adecuará a la hora del evento contratado. Los servicios se atenderán de lunes a domingo en el horario establecido en el contrato. La empresa se acogerá a la Ley de la Micro y Pequeña empresa por los beneficios que le brinda. Posteriormente evaluará su paso al régimen general laboral. Es decir pagará todos sus beneficios sociales normados en la ley. Solo para el caso del contador será con contrato por servicios profesionales.

4.4.-RÉGIMEN TRIBUTARIO.

Para formalizar o para emprender un negocio se puede acoger a 5 regímenes tributarios, detallados a continuación.

- Nuevo régimen simplificado - NRUS
- Régimen especial de renta –RER
- Régimen general
- Régimen de la amazonia
- Régimen Mype tributario - RMT

La empresa se acogerá al ***régimen de la amazonia***, porque reduce el pago del impuesto a la renta del 29.5% anual al con pagos del 5%.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 ESTUDIO ECONÓMICO.

Cuadro 05. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Demanda actual anual por unidades	180,330		
Tendencia del mercado	0%	2%	3%
Demanda estimada anual por unidades	180,330	183,937	189,455
Participación de mercado	1.00%	1.50%	2.00%
Demanda del proyecto (unidades)	1803	2759	3789

Fuente: elaboración propia

Cuadro 06. Ingresos por ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	1,803	2,759	3,789
Precio mercado soles x unidades	180.00	180.00	185.40
Tendencia del precio	0%	3%	4%
Precio de venta efectiva(unidades)	S/.180.00	S/.185.40	S/.192.82
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.324,594	S/.511,528	S/.730,598

Fuente: elaboración propia

Cuadro 07. Costo de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	1,803	2,759	3,789
Costo compra	S/1	S/1	S/1
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/1,803	S/2,787	S/3,942

Fuente: elaboración propia

Cuadro 08. Gastos Administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 2,000	S/. 2,200	S/. 2,500
Jefaturas	3	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
jefe de restaurante/guia/chef	3.00	3.00	3.00
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	S/. 10,100	S/. 6,700	S/. 7,000
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 10,975	S/. 7,281	S/. 7,607
Servicios públicos	S/. 200	S/. 400	S/. 300
Contador	200	250	300
Utiles oficina	S/. 100	S/. 210	S/. 250
Otros	S/. 300	S/. 150	S/. 200
Total mensual	S/. 11,775	S/. 8,291	S/. 8,657
TOTAL ANUAL	S/.141,304	S/.99,488	S/.103,880

Fuente: elaboración propia

Cuadro 09. Gastos Comerciales

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 200.00	S/. 220.00	S/. 250.00
Alquiler local	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Promociones	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Otros	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Total mensual	S/. 600.00	S/. 620.00	S/. 650.00
TOTAL ANUAL	S/.7,200.00	S/.7,440.00	S/.7,800.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Gastos pre operativos

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 900.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Inversión en Activos

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación an
Local	S/. 60,000	1	S/. 60,000	20	S/. 3,000
Terreno	S/. 10,000	1	S/. 10,000	0	S/. 0
Equipos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Vehiculos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Muebles	S/. 30,000	1	S/. 30,000	5	S/. 6,000
Total			S/. 110,000		S/. 11,000

Fuente: elaboración propia

5.2 ESTUDIO FINANCIERO

Cuadro 12. Programa de endeudamiento

Deuda a tomar				
S/. 150,000				
35.00% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	150,000	3,000	4,167	7,167
2	145,833	2,917	4,167	7,083
3	141,667	2,833	4,167	7,000
4	137,500	2,750	4,167	6,917
5	133,333	2,667	4,167	6,833
6	129,167	2,583	4,167	6,750
7	125,000	2,500	4,167	6,667
8	120,833	2,417	4,167	6,583
9	116,667	2,333	4,167	6,500
10	112,500	2,250	4,167	6,417
11	108,333	2,167	4,167	6,333
12	104,167	2,083	4,167	6,250
		30,500	50,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	100,000	2,000	4,167	6,167
14	95,833	1,917	4,167	6,083
15	91,667	1,833	4,167	6,000
16	87,500	1,750	4,167	5,917
17	83,333	1,667	4,167	5,833
18	79,167	1,583	4,167	5,750
19	75,000	1,500	4,167	5,667
20	70,833	1,417	4,167	5,583
21	66,667	1,333	4,167	5,500
22	62,500	1,250	4,167	5,417
23	58,333	1,167	4,167	5,333
24	54,167	1,083	4,167	5,250
		18,500	50,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	50,000	1,000	4,167	5,167
26	45,833	917	4,167	5,083
27	41,667	833	4,167	5,000
28	37,500	750	4,167	4,917
29	33,333	667	4,167	4,833
30	29,167	583	4,167	4,750
31	25,000	500	4,167	4,667
32	20,833	417	4,167	4,583
33	16,667	333	4,167	4,500
34	12,500	250	4,167	4,417
35	8,333	167	4,167	4,333
36	4,167	83	4,167	4,250
		6,500	50,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. Estado de resultados integrales

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas (Cuadro 3)	S/.324,594	S/.511,528	S/.730,598
Costo ventas (Cuadro 5)	-S/.1,803	-S/.2,787	-S/.3,942
Margen Bruto	S/.322,791	S/.508,741	S/.726,656
Gastos administrativos (Cuadro 6)	-S/.141,304	-S/.99,488	-S/.103,880
Depreciación (Cuadro 11)	-S/.11,300	-S/.11,300	-S/.11,300
Gastos comerciales (Cuadro 8)	-S/.7,200	-S/.7,440	-S/.7,800
Margen operativo	S/.162,987	S/.390,513	S/.603,676
Gastos financieros	-S/.30,500	-S/.18,500	-S/.6,500
Margen antes de tributos	S/.132,487	S/.372,013	S/.597,176
Tributos	-S/.6,624	-S/.18,601	-S/.29,859
Margen neto	S/.125,862	S/.353,412	S/.567,317

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.324,594	S/.511,528	S/.730,598	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.111,500				S/.77,600
Capital de trabajo	-S/.48,689	-S/.41,565	-S/.40,649	-S/.9,128	S/.140,031
Compras		-S/.1,803	-S/.2,787	-S/.3,942	
Gastos administrativos (Cuadro 6)		-S/.141,304	-S/.99,488	-S/.103,880	
Gastos comerciales (Cuadro 8)		-S/.7,200	-S/.7,440	-S/.7,800	
Pago impuestos		-S/.8,149	-S/.19,526	-S/.30,184	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.160,189	S/.124,573	S/.341,638	S/.575,664	S/.217,631
Préstamo recibido	S/.150,000				S/.0
Amortización		-S/.50,000	-S/.50,000	-S/.50,000	
Gastos financieros		-S/.30,500	-S/.18,500	-S/.6,500	
Escudo fiscal		S/.1,525	S/.925	S/.325	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.10,189	S/.45,598	S/.274,063	S/.519,489	S/.217,631
FCE	-S/.160,189	S/.124,573	S/.341,638	S/.793,296	
FCF	-S/.10,189	S/.45,598	S/.274,063	S/.737,121	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Van y Tir

VAN Económico	S/.278,900
Tasa de descuento (CAPM)	54.46%
TIR Económica	146%
Indice B/C	2.74

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

a.- El presente plan de negocios expone una idea innovadora pues se pretende constituir la empresa Ecolodge Full Jungle SAC, para brindar servicios turísticos a turistas nacionales y extranjeros, pero con actividades netamente ecológicas. Se pretende que el turista viva la naturaleza desde el principio hasta el final de su visita a la ciudad de Iquitos.

b.- Se ha logrado determinar la necesidad del turista nacional y extranjero, las que se han tomado en cuenta como punto de referencia para la identificación de nuestro segmento objetivo. Los procesos se han elaborado con la finalidad de superar las expectativas del cliente.

c.- El plan operativo comprende de un procedimiento estructurado, tomando en cuenta los aspectos de aprovisionamiento, que dan inicio al servicio. Todos los procesos son de suma importancia y esto se verá reflejado en la satisfacción de cliente.

d.- En cuanto al plan de recurso humano, se ha elaborado un organigrama funcional, se ha tenido en cuenta los puestos, las tareas y las funciones de cada uno de los colaboradores. Se implementará ambientes adecuados para la comodidad de los trabajadores y de los clientes.

e.- En cuanto al plan económico y financiero se ha logrado determinar que para la marcha de negocios es necesario contar con un capital de trabajo de s/.160,189, como inversiones inicial, tanto en capital de trabajo y en activos. El mismo que arroja beneficios los tres años de la inversión. Los ratios económicos son alentadores.

BIBLIOGRAFÍA:

Fernández, Julio (2018), Gerente General del Telepizza Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - INEI, Censos Nacionales 1993 y 2007, Disponible: www.inei.gob.pe