



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIOS BACK PAKER FULL AMAZON SAC

IQUITOS - 2018

Autores:

**Arévalo Salas, Patricia Lucia
Mendieta Pérez, Jenny Amparo**

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

IQUITOS-PERÚ

2018

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho cariño a mi familia, por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de toda mi vida, en especial a mi querida hermana Jessica Elena, quien con sus consejos, ejemplo y palabras de aliento me ha motivado a lograr un objetivo más en mi vida.

Patricia Arévalo

Dedico este trabajo a toda mi familia, principalmente a mis padres, Jhonny y Amparo, por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas que me acompañaron en esta etapa aportando a mi formación tanto profesional y personal.

Jenny Mendieta

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría, para culminar con éxito mis metas propuestas. A mis padres Jorge Ricardo y Nara Elena por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado en todo momento, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron. A todos los docentes que con su sabiduría, conocimiento y apoyo me motivaron a desarrollarme como persona y profesional.

Patricia Arévalo

Agradezco a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo que es mi título profesional, a mis padres Jhonny y Amparo, quienes son mi motor y mi mayor inspiración que a través de su amor, paciencia y buenos valores ayudaron a trazar mi camino. A mi esposo James por el apoyo incondicional en mi vida, que con su amor y respaldo me ayudan a alcanzar mis objetivos. A mis hijos Zoe y James, que me motivan cada día a ser mejor profesional.

Jenny Mendieta



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
PROGRAMA ACADÉMICO: Turismo y Hotelería

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 119-2019-UCP-FAC.NEGOCIOS del 07 de marzo de 2019, 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. RR.II. Salvador Calderón Ferreira Mgr. **Presidente**
- Lic. T y H. Félix Castillo Ichuta Mgr **Miembro**
- Lic. Adm. Genaro Rivera Tomasto **Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 10:30 horas del día 26 de 03 del 2019 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 BACK PACKER FULL AMAZON SAC., IQUITOS 2018"

Presentado por:


JENNY AMPARO MENDIETA PÉREZ
PATRICIA LUCIA ARÉVALO SALAS


Como requisito para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El jurado después de la deliberación en privado llego a la siguiente conclusión:


La sustentación es:

APROBADO POR UNANIMIDAD

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


Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira Mgr.
Presidente


Lic. T y H. Félix Castillo Ichuta Mgr.
Miembro


Lic. Adm. Genaro Rivera Tomasto
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
I. INFORMACIÓN GENERAL	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING	05
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta actual y tendencias.....	09
2.4 Programa de Marketing.....	10
2.4.1 El producto.....	10
2.4.2 El precio.....	17
2.4.3 La promoción.....	18
2.4.4 La cadena de distribución.....	22
III. PLAN DE OPERACIONES	22
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	22
3.2 El proceso del abastecimiento.....	22
3.3 El proceso de servicio.....	23
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	25
4.1 La organización.....	25
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	25
4.3 Condiciones laborales.....	27
4.4 Régimen Tributario.....	28
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	29
5.1 Estudio económico.....	29
5.2 Estudio financiero.....	31
CONCLUSIONES	34
BIBLIOGRAFÍA	35

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme- alojamiento.....	03
Cuadro 02. Clasificación Industrial Internacional Uniforme- tours turístico.....	04
Cuadro 03. Demanda proyectada, 2018.....	07
Cuadro 04. Negocios con el mismo giro, ciudad de Iquitos – 2018.....	10
Cuadro 05. Productos de la empresa.....	18
Cuadro 06. Comportamiento del mercado: tendencias y participación, 2018.....	29
Cuadro 07. Ingreso por ventas.....	29
Cuadro 08. Costo de ventas.....	29
Cuadro 09. Gastos administrativos.....	30
Cuadro 10. Gastos comerciales.....	30
Cuadro 11. Gastos operativos.....	30
Cuadro 12. Inversión en activos.....	31
Cuadro 13. Programa de endeudamiento.....	31
Cuadro 14. Estado de resultado integrales.....	32
Cuadro 15. Flujo de caja.....	33

ÌNDICE DE GRÀFICOS

	Página
Gráfico 1. Arribo de turistas a e hospedaje-región Loreto, 2012-2017.....	08
Gráfico 2. Flujo del proceso de servicio.....	23
Gráfico 3. Estructura organizacional de la empresa, 2018.....	25

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 01. Ubicación de la empresa, 2018.....	03
Figura 02. Principales motivos de visita a nuestro país, 2016.....	06
Figura 03. Mochileros.....	09
Figura 04. Habitación para mochileros, 2018.....	11
Figura 05. Sala de hamacas, 2018.....	12
Figura 06. Zona de fumadores, 2018.....	12
Figura 07. Cocina comunitaria, 2018.....	13
Figura 08. Lavandería comunitaria, 2018.....	13
Figura 09. La casa de fierro.....	14
Figura 10. La catedral de Iquitos, 2018.....	14
Figura 11. Ex hotel Palace, 2018.....	15
Figura 12. Paseo por el río Nanay, 2018.....	15
Figura 13. Visita al museo de la ciudad de Iquitos, 2018.....	16
Figura 14. Logo de la empresa, 2018.....	17
Figura 15. Turistas de norte américa visitando la ciudad de Iquitos.....	19
Figura 16. Polos con logo de la empresa, 2018.....	20
Figura 17. Artesianas de palo de sangre, 2018.....	20
Figura 18. Gorro con logo de la empresa, 2018.....	21
Figura 19. Fan page de la empresa, 2018.....	21
Figura 20. La cadena de distribución, directa.....	22

PLAN DE NEGOCIOS BACK PACKER FULL AMAZON,

IQUITOS 2018

Patricia Lucia, Arévalo Salas

Jenny Amparo, Mendieta Pérez

RESUMEN

Se estudia la factibilidad de constituir un negocio dedicado a brindar servicios turísticos, a través de dos productos; el primero, el servicio de alojamiento para turistas mochileros; segundo el servicio de un tour turístico, con una propuesta diferente, con mercado para ese producto.

En cuanto al plan de operaciones, los procesos se han diseñado de manera sencilla, procesos cortos, cuya finalidad es la de elaborar un servicio de calidad para la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes. Con recursos humanos capacitados.

En cuanto a la organización se cuenta con una estructura simple. Los costos se han establecido según la competencia y la estructura de costos en la empresa.

En cuanto al plan económico y financiero, la proyección de los ingresos se ha desarrollado a 3 años. Los estados financieros proyectados y los ratios económicos y financieros arrojan ratios positivo. Además, se cuenta con aceptable rentabilidad.

Palabras claves: plan de negocios, turistas, tours, back packer, guías de turismo, alojamiento.

BUSINESS PLAN BACK PACKER FULL AMAZON, IQUITOS 2018

Patricia Lucia, Arévalo Salas

Jenny Amparo, Mendieta Pérez

SUMMARY

The feasibility of establishing a business dedicated to providing tourism services through two products is studied; the first, the accommodation service for backpacker tourists; second, the service of a touristic tour, with a different proposal, with a market for that product.

Regarding the operations plan, the processes have been designed in a simple way, short processes, whose purpose is to develop a quality service to meet the needs of our customers. With trained human resources.

As for the organization, it has a simple structure. The costs have been established according to the competence and cost structure in the company.

Regarding the economic and financial plan, the projection of income has been developed to 3 years. The projected financial statements and the economic and financial ratios show positive ratios. It also has acceptable profitability.

Keywords: business plan, tourists, tour, back packer, tourist guides, accommodation.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre: Back Packer Full Amazon SAC

Sector de la actividad: servicios turísticos

Localización: Calle Trujillo N° 956, distrito de Punchana - provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicio

Figura 01: ubicación de la empresa, 2018.



Fuente: googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Para el servicio de alojamiento:

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 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.

Para el servicio de tours turístico:

Cuadro 02. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2018

I		Actividades de Servicio Administrativo y de apoyo		
	79	Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos y servicios de reserva y actividades conexas.		
		791	Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos	
			7912	Actividades de operadores turísticos

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer la necesidad de alojamiento con habitaciones múltiples, y con servicios higiénicos propios. En algunos casos, con baños común, los precios cómodos. Así mismo se brinda la posibilidad de que el pasajero prepare su propio alimento.

Los clientes serán las personas, familias que visitan nuestra ciudad por diversos motivos, principalmente por que desean pasar momentos inolvidables; como también, para las familias que desean pasar momentos de tranquilidad familiar; estudiosos que desean investigar la Amazonia, para los grupos de turistas de la tercera edad. Otra necesidad que buscan satisfacer es el de conocer la ciudad a través de un city tours grupal. Finalmente, se le ofrece el servicio de guía tercerizado.

La empresa ofrece la posibilidad de que el cliente desde su lugar de origen pueda realizar la reserva a través de los medios electrónicos; así como presencial. Se ofrece a los pasajeros habitaciones múltiples con servicios higiénicos múltiples. También, se ofrece una cocina (equipada)- comedor disponible en cualquier momento para que lo utilice en la preparación de sus alimentos, sala de hamacas; así como, sala de fumadores, servicio de wiffi, se les ofrece seguridad para que el cliente pueda dejar en custodia objetos de valor.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

El turismo receptivo en nuestro país ha mantenido una tendencia creciente en los últimos 3 años (2014-2016), a ello se agregan los logros que ha conseguido nuestro país en tema gastronómico, como el mejor destino culinario de Latino América. El año (2017), ha sido designado como el **Mejor destino verde de Sudamérica**, así como albergar el Mejor hotel de aeropuerto y el Mejor resort, según el Word Travel Awards, de la región Sudamérica.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) 2014, 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, se está hablando de turismo receptor.

Dentro las principales necesidades del cliente podemos señalar:

- Necesidad de viajar por vacaciones:

Vacaciones es el plural de vacación, un término que procede del latín vacatio y que hace referencia al descanso de una actividad habitual. Se trata del período en el cual las personas que estudian o trabajan suspenden temporalmente sus obligaciones. Muchas fuera del lugar habitual de residencia.

- Necesidad de viajar por negocios:

Según la OMT, (2013) cuando el propósito es por negocios a la acción se la denomina turismo de negocios, cuya definición es: conjunto de corrientes turísticas en la cual el motivo del viaje se da en un marco laboral o profesional.

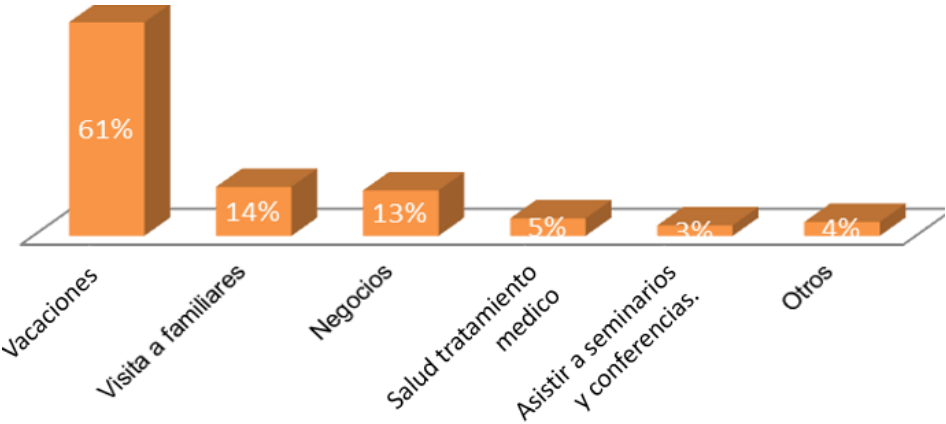
- Necesidad de viajar por motivos de salud:

La salud puede ser un motivo importante para realizar un desplazamiento de una ciudad a otra y pasar allí una estancia determinada. La salud es uno de los pilares más importantes en la vida de una persona y el cuidado de uno mismo; también, puede estar vinculado con la importancia de hacer un viaje como muestra

el turismo de salud. Por ejemplo visita a la ciudad de Iquitos para una sesión de chamanería (toma de ayahuasca).

- Necesidad de viajar por visita a familiares:
Cuando se plantea dónde ir de vacaciones se busca entre estos destinos. Este hecho implica que, que el principal atractivo del destino son para muchos turistas sus seres queridos, la familia y los amigos que se encuentran lejos. Ellos son los que incitan a viajar allá donde estén y, de paso, visitar los sitios más emblemáticos de la ciudad dónde viven.
- Necesidad de viajar por capacitaciones y otros:
Organizar viajes grupales a lugares alejados de la oficina, con el marco de paisajes imponentes y ambientes distendidos, es una herramienta muy eficaz para fidelizar o capacitar. También para generar e integrar redes colaborativas entre empleados, profesionales y colegas incluso de la competencia, en un contexto que favorezca los resultados mediante una experiencia vivencial diferente.
- Necesidad de viajar por motivos científicos
A continuación se presenta la necesidad de investigación de las personas como científicos, sobre temas relacionados a la selva amazónica, motivo por el cual necesitan llegar a la ciudad, para realizar sus investigaciones.

Figura 02. Principales motivos de visita al Perú, 2016



Fuente: mincetur.gob.pe

Tal como se aprecia el principal motivo de viaje a nuestro país es por vacaciones en un 61%, seguido por visita a familiares un 14%, por negocios un 13%, por salud tratamiento médico 5%, por asistir a seminarios y conferencia 3% y por otros motivos 4%.

Para el presente proyecto se buscará satisfacer la necesidad de turismo por vacaciones principal motivo de visita a nuestro país. En segundo lugar, se aprovechará la necesidad de visita a nuestro país por motivos de visita a un familiar ya que ambos segmentos superan el 88% de motivos de visita de turistas.

El servicio está destinado a los turistas con un estilo de vida diferente que desean viajar en grupos (mochileros):

Una persona que viaja entre continentes, países o ciudades locales con un presupuesto como para comprarse un auto pero invertido en experiencias simples que puedan ayudar a conectarse mejor con las experiencias de una ciudad y alargar su estadía en la misma.

2.2 Demanda Actual y Tendencias.

Cuadro 03. Proyección de la demanda, 2018

Región Loreto: visitas de turistas en los 5 últimos años-promedio	655,254
Motivo de visita: Por vacaciones el 86%	563,518
Turistas que utilizan alojamiento para back packer	18%
Total demanda proyectada de turistas	101,433

Fuente: elaboración propia

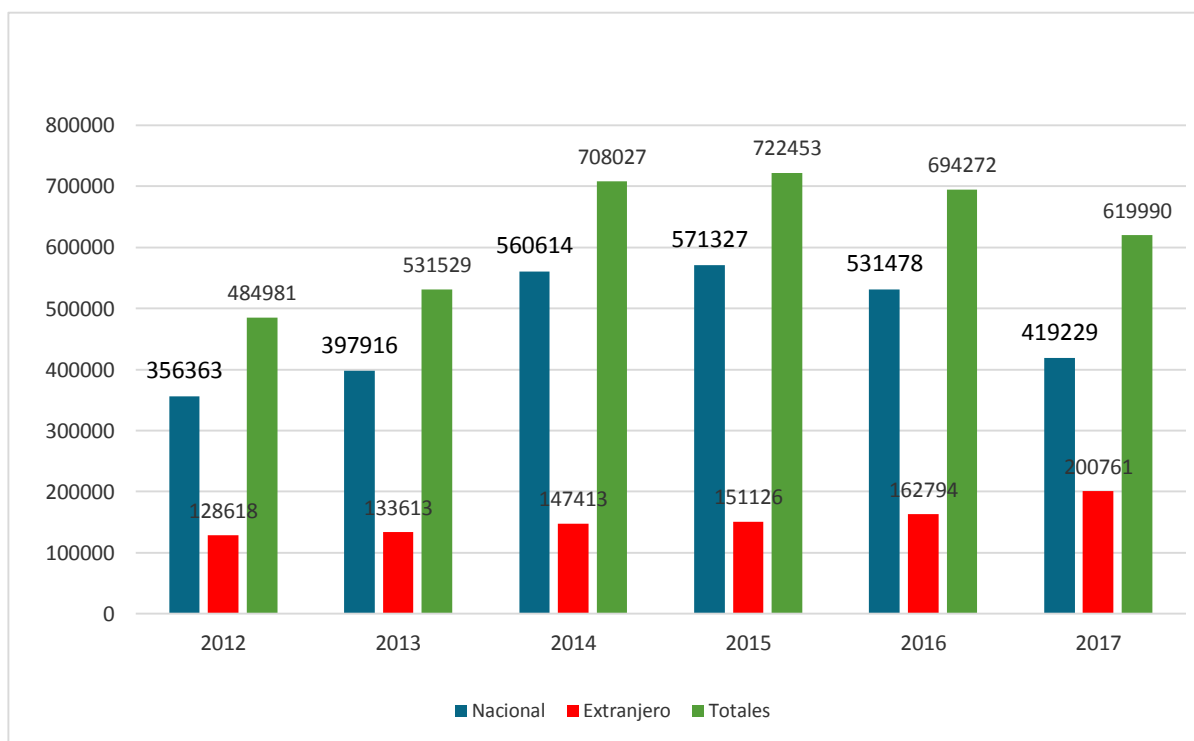
Según la Cámara Nacional de Turismo, la llegada de turistas al Perú se incrementará entre 7% y 8% en el presente año respecto al 2017, debido a sus atractivos arqueológicos, gastronómicos, naturales y culturales.

El crecimiento este año se va a mantener en una expansión tradicional entre 7% y 8% que el sector turismo ha presentado en los últimos años, no consideramos que haya una mayor variación, se van a recuperar algunos puntos que se habían perdido a inicios del año.

De acuerdo a cifras oficiales del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en 2015 arribaron al Perú 3,45 millones de turistas, en 2016 se incrementó a 3,74 millones y el 2017 cerró con 4,32 millones de extranjeros.

A través de la estabilidad política se genera una mayor confianza de la reactivación del turismo corporativo, de los hombres de negocio que vienen por temas de inversiones, eso motiva muchísimo el crecimiento del turismo, porque luego llegan los turistas por vacaciones.

Gráfico 01. Arribo a establecimientos de hospedaje- región Loreto, periodo 2012-2017



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

Figura 03. Mochileros en el rio Amazonas, 2017



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730](https://www.google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730)

2.3 Oferta Actual y Tendencias.

La comunidad mochilera evita destinos en los que el costo de vida es muy elevado, como por ejemplo Escandinavia. Polinesia es otro descartado por lo caro de su transporte. También huyen de aquellos países inestables (Somalia, Corea del Norte, Irak) o masificados por el turismo (no verás mucha gente mochilera en Benidorm). Europa en general es un destino muy habitual por su red de transporte público, por sus numerosos hostales y por todas sus comodidades. Praga, Budapest, y últimamente Croacia y los Balcanes están triunfando. Reino Unido, Alemania e Irlanda, también.

En cambio, en nuestra ciudad hay variedad den la oferta. Los negocios para brindar servicios de alojamiento a los mochileros han crecido significativamente, debido a la demanda, encontrándose servicios de alojamiento a precios económicos, en el servicio básico de alojamiento. Pero la propuesta nuestra nos solo incluye servicio de alojamiento, también brindar otros servicios, como la creación de una tours turístico básico, atractivo y económico.

Cuadro 04. Negocios con el mismo giro, ciudad de Iquitos, 2018

Servicio	Back Packer Inn	Back Packer House	Carrusel Back Packer
Alojamiento	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 33.00
Alojamiento + tours turístico	S/ 220.00	S/ 250.00	S/ 300.00

Fuente: elaboración propia

2.4 Programa de Marketing.

2.4.1 El producto

Para Philip Kotler y Kevin Lane Keller, un producto "es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad". El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio.

a) Categorías de productos.

La empresa ha elaborado dos tipos de servicio con los que empezará su funcionamiento, el primero es servicio de alojamiento para back packer y el segundo incluye un paquete turístico básico, ofrecidos a todos turistas nacionales y extranjeros que desean conocer nuestra región Loreto, pero a un precio económico, accesible.

La empresa, ofrecerá un modelo de negocio diferente brindando servicios turísticos especializados, distinto a los que ofrece el mercado local, con transporte seguro, confiable, guías de turismo profesionales, con los cuales el turista notará la diferencia.

- **Servicios de alojamiento que comprenden:**
 - a. Habitación con 3 camarotes (6 personas)
 - b. Baño comunitario
 - c. Dos ventiladores
 - d. Con derecho a sala de hamacas
 - e. Con derecho a cocina equipada y comedor comunitaria

- f. Con derecho a lavandería comunitaria
- g. Con zona de fumadores

- **Servicio de alojamiento + paquete turístico básico, que comprende:**
 - a. Servicio de alojamiento
 - b. Caminata por la ciudad de Iquitos, recorrido de los monumentos 1 históricos
 - c. Visita a la catedral
 - d. Visita al museo
 - e. Paseo por el río Nanay
 - f. Conocer la unión del río Nanay con el Río Amonas

Figura 04. Habitación para mochileros, 2018



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730](https://www.google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730)

Figura 05. Sala de hamacas, 2018



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730&tbm=isc](https://www.google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730&tbm=isc)

Figura 06. Zona de fumadores, 2018



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730&tbm](https://www.google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730&tbm)

Figura 07. Cocina comunitaria, 2018



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730&tbn](https://www.google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih=730&tbn)

Figura 08. Lavandería comunitaria, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?q=back+packer+lavanderia&source=lnms](https://www.google.com.pe/search?q=back+packer+lavanderia&source=lnms)

Figura 09. La casa de fierro



Fuente: [google.com.pe/search?tbm=isch&sa=1&ei=b4zUW-_mElvbzgLQipn](https://www.google.com.pe/search?tbm=isch&sa=1&ei=b4zUW-_mElvbzgLQipn)

Figura 10. La catedral de Iquitos



Fuente: [google.com/search?q=catedral+de+iquitos&client=firefox](https://www.google.com/search?q=catedral+de+iquitos&client=firefox)

Figura 11. Ex Hotel Palace



Fuente: [google.com/search?q=catedral+de+iqitos&client=firefox](https://www.google.com/search?q=catedral+de+iqitos&client=firefox)

Figura 12. Paseo por el rio Nanay



Fuente: [google.com.pe/search?q=paseo+por+le+rio+nanay&source](https://www.google.com.pe/search?q=paseo+por+le+rio+nanay&source)

Figura 13. Visita al museo de la ciudad de Iquitos



Fuente: [google.com/search?q=paseo+por+el+rio+nanay&client=firefox-b&](https://www.google.com/search?q=paseo+por+el+rio+nanay&client=firefox-b&)

El producto responde al beneficio que busca satisfacer la necesidad del consumidor. Lo que se busca es superar las expectativas del cliente y debe distinguirse la oferta de la empresa, para que el cliente comparta su experiencia o retorne en el futuro.

Línea del producto.

1. Dos líneas de servicios:
 - a. Alojamiento
 - b. Tours turístico

b) La marca

Marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio. La marca, en este caso, es aquello que identifica a lo que se ofrece en el mercado.

Las marcas más reconocidas en nuestra ciudad, en relación a empresas del mismo giro, tenemos:

- Back Packer House Iquitos
- Back Packer Inn
- Back Packer Carrusel
- Back Packer Flying dog
- Back Packer Friends of the Amazon jungle
- Weill`s Amazon Back Packer

La marca establecida para el presente proyecto es BACK PACKER FULL AMAZON, con un servicio diferente para mochileros.

Para el presente proyecto el logo es:

Figura 14. Logo empresa, 2018



Fuente: Elaboración propia

2.4.2 El precio

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio".

a.- **Objetivos del precio**

Kotler (2000, pag.520) señala cinco objetivos que se busca alcanzar través de precio y esto son:

- Supervivencia
- Maximización de los beneficios
- Maximización de la cuota de mercado
- Maximización desnatada del mercado
- Liderazgo en la calidad del producto

Como se trata de una empresa nueva, en el presente plan de negocios se busca la maximización de la cuota de mercado.

Cuadro 05. Productos de la empresa, 2018

Servicios	Unidad	Precio
Servicio de alojamiento	Unidad	S/ 20.00
Alojamiento + tours básico= 1 día	Unidad	S/ 250.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3 **La promoción.**

a.- **Objetivos de la promoción.**

En la empresa, realizará sus actividades de promoción, el mismo que ha considerado en el presupuesto para desarrollar sus actividades propuestas.

El objetivo de la promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas.

La estrategias y mecanismo a utilizar para la promoción son las siguientes:

- Nuestra estrategia de promoción estará direccionado específicamente a los turistas de los EEUU, por que en ellos descanza un 39% de turistas que visita nuestra region Loreto.

- Priorizaremos nuestra promoción en la ciudad de Lima ya que el 85% que viene a nuestra ciudad pasa por Lima.
- La promoción estará enfocada a personas de manera individual y a parejas y grupos de amigos sin niños, todos suman un 96% que visitan nuestra ciudad.
- Las páginas donde realizaremos nuestra publicidad serán en TripAdvisor y Airbnb.
- Utilizaremos el internet, dentro de ellas las redes sociales, principalmente el Facebook y el Instagram.

Cuadro 15. Turistas de norte América visitando la ciudad de Iquitos.



Fuente: [google.com/search?q=turistas+americanos+en+iqitos&](https://www.google.com/search?q=turistas+americanos+en+iqitos&)

Figura 16. Polos con logo de la empresa, 2018



Fuente: [google.com/search?q=polos+con+cuello+color+blanco](https://www.google.com/search?q=polos+con+cuello+color+blanco)

Figura 17. Artesanía de palo de sangre, 2018



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b-ab&biw=1525&bih=726&tbn](https://www.google.com/search?client=firefox-b-ab&biw=1525&bih=726&tbn)

Figura 18. Gorro con logo de la empresa, 2018



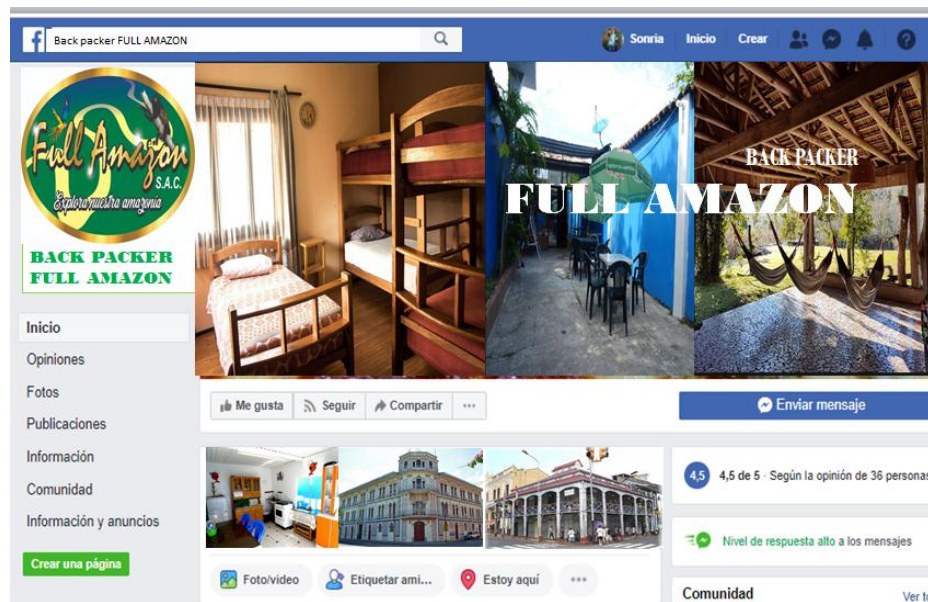
Fuente: google.com/search?client=firefox-b-ab&biw

b.- Acciones de publicidad

Se realizarán en las páginas web más frecuentadas por nuestros clientes:

- Página web: paginas como:
- AirBnB
- TripAdvisor
- Booking

Figura N° 19. Fan page de la empresa, 2018



Fuente: Facebook.com

2.4.4 La Cadena de Distribución

a) **Objetivo de distribución**

La cadena de distribución es el conjunto de actividades que se llevan a cabo dentro de la empresa hasta para hacer llegar al cliente.

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

Una de las funciones es de colocar el producto en los puntos donde se ubica el cliente. La distribución será directa.

Figura 20. La cadena de distribución, directa.



Fuente: Elaboracion propia

III.- **PLAN DE OPERACIONES**

El contenido del plan de operaciones es de suma importancia para la empresa, debido a que presenta la forma y los recursos que se utilizan para la producción de los servicios que se proveen, además las herramientas que se utilizan para obtener datos que alimentan el plan financiero.

3.1 **Estudio de la fuente de aprovisionamiento**

El aprovisionamiento es la función logística mediante la cual se provee a una empresa de todo el material necesario para su funcionamiento.

Para brindar el servicio de alojamiento como el tour básico, la empresa se abastecerá de bienes y servicios de proveedores del mercado local.

3.2 **El proceso de abastecimiento**

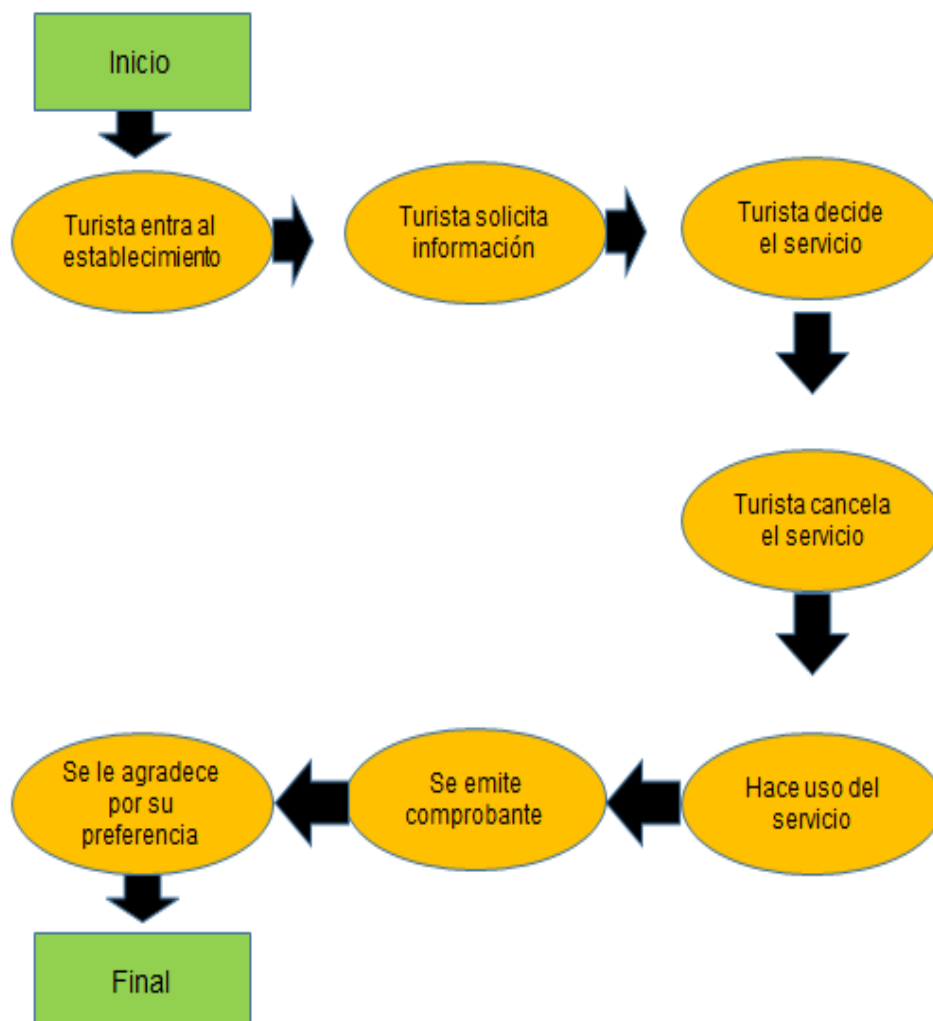
La empresa cuenta con un local propio, en donde se desarrolla las operaciones del negocio. La atención de nuestros colaboradores, el cual absolverá

toda duda del cliente respecto a los servicios prestados. El abastecimiento de los servicios para el desarrollo del tour turístico, son proveedores de la misma ciudad, como el traslado en bote principalmente.

3.3 El proceso de servicio

A continuación, se detalla el proceso de servicio al cliente:

Gráfico 02. Proceso de atención al cliente, 2018



Fuente: elaboración propia.

Proceso del servicio de la empresa:

A continuación, detallaremos el proceso de servicio de la empresa:

1. Turista ingresa al establecimiento:

El turista ingresa a nuestro establecimiento

2. El turista solicita información:

El turista solicita información del alojamiento y del tour turístico básico. La reserva lo podrán realizar desde la ciudad de origen, como también de pueden realizarlo en tercera persona, es decir, personalmente.

3. El turista hace uso del servicio:

Turista hace uso del servicio, de un día a más por el servicio de alojamiento o por el tour turístico

4. Se entrega el comprobante:

Dependiendo el servicio elegido, se elaborará el comprobante, previa indicaciones del turista, por los días hospedados o por el tour turístico.

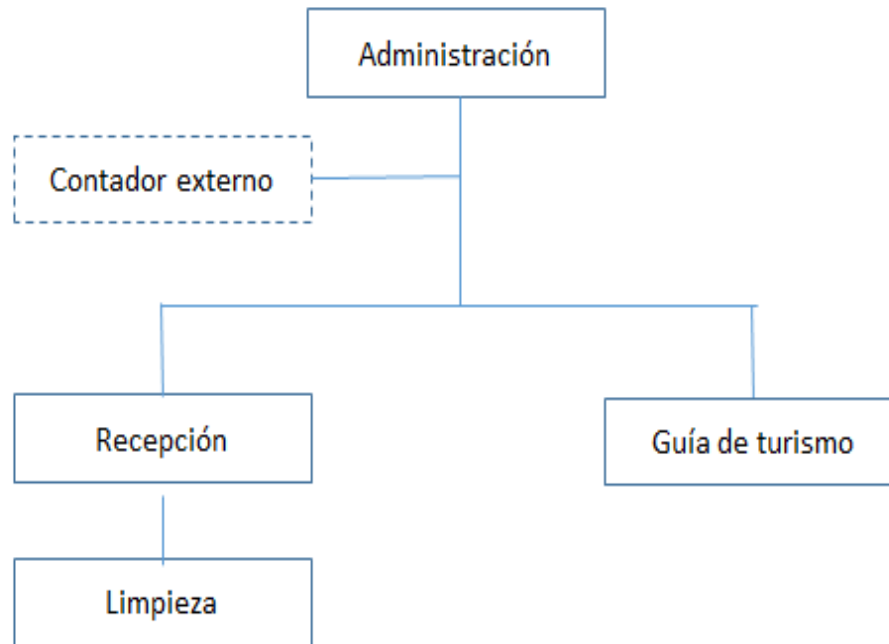
5. Se agradece al turista :

Se agradece al turista por su visita, con una sonrisa y se le desea pronto retorno.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La Organización.

Grafico 03. Estructura organizacional de la empresa, 2018



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos, Tareas y Funciones

a) Puesto: administrador

Tareas:

- Planifica, organiza, dirige y controla la empresa,
- Dirige las actividades internas, es decir con el cliente interno,
- Realiza actividades externas, con proveedores, entidades financieras.
- Supervisa el trabajo del recepcionista y del guía de turismo.
- También tiene bajo su control la supervisión al trabajo del contador, con quien coordina el pago de los impuestos, declaraciones.
- Atiende quejas de los clientes

b) Puesto: recepcionista

Tareas:

- Realizan el *check-in* y el *check-out* de los clientes.
- Piden la documentación necesaria para registrarlo en una base de datos de registro de visitantes.
- Asigna y entrega las llaves de las habitaciones.
- Proporcionan todo tipo de información acerca de la empresa. También, tramitan todos los servicios que contrate el cliente, en persona o por otros medios como teléfono o email.
- Mantienen un control de las personas que entran y salen del establecimiento, usando la cortesía.
- Suelen estar en posesión del libro de incidencias, donde anotan los incidentes que ocurren en la empresa para arreglarlas en orden de importancia o cronológico. Esto, también, sirve para corroborar y resolver posibles quejas de clientes.
- Los recepcionistas se encargan de tareas administrativas e informáticas. Deben saber qué habitaciones están libres, reservas, previsiones de llegada.
- Resuelven los posibles conflictos con los clientes como el uso de camas adicionales.
- Se encargan de facturar todo los consumos y servicios.
- Tramitan las quejas y reclamaciones de los clientes.
- Realizan labores de información turística y de información de servicios, cambio de moneda extranjera.

c) Puesto: guía de turismo

Tareas:

- Acompañamiento de turistas.
- Manejo de presupuesto de gastos de tour.
- Elaboración de informes o reportes de tour.
- Información veraz, objetiva y clara al público receptor.

- Coordinación de los servicios y productos dentro del itinerario del tour.
- Asistencia al turista, primeros auxilios y, en caso necesario, coordinación de ingreso del turista a servicios hospitalarios.
- Ejecución puntual del programa de actividades establecido por la agencia de viajes o tour operador.
- Control del grupo de visitantes en cuanto a regulaciones, restricciones o precauciones necesarias en el desarrollo de las actividades dentro del recorrido.
- Entretenimiento del grupo durante la demostración o explicación de la zona.
- Gestión de la logística del recorrido entre el tour operador y los turistas considerando el tiempo destinado a cada atractivo y/o actividad.

d) Puesto: limpieza

Tareas:

- Encargada llevar el control de los insumos de limpieza
- Encargada de limpiar las habitaciones todos los días
- Encargada de mantener las camas completamente tendidas
- Responsable de mantener las habitaciones limpias

4.3 Condiciones Laborales

La jornada laboral es de 8 horas, es decir la jornada será de tiempo completo. Para el caso del contador será por servicios por honorarios, es decir no formará parte de la planilla de trabajadores.

La empresa se acogerá a la Ley de la Micro y Pequeña empresa por los beneficios laborales que le brinda. Posteriormente evaluará su paso al régimen general laboral. Es decir pagará todos sus beneficios sociales normados en la ley. Para gozar de este beneficio deberá estar inscrito en la REMYPE.

4.4 Régimen Tributario.

En nuestro país se cuenta con 5 regímenes tributarios, como son:

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

La empresa será una sociedad anónima cerrada y se acogerá al régimen de la amazonia ya que reduce el pago del impuesto a la renta del 29.5% al 5% anual.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

Cuadro 06. Comportamiento del mercado: tendencias y participación, 2018

Comportamiento del mercado	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Demanda actual anual por unidades	101,433		
Tendencia del mercado	0%	4%	6%
Demanda estimada anual por unidades	101,433	105,490	111,820
Participación de mercado	5.00%	6.00%	7.00%
Demanda del proyecto unidades	5072	6329	7827

Fuente: elaboración propia

Cuadro 07. Ingresos por ventas

Ingresos por ventas	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	5,072	6,329	7,827
Precio mercado soles	20.00	20.00	20.60
Tendencia del precio	0%	3%	4%
Precio de venta efectiva unidades	S/.20.00	S/.20.60	S/.21.42
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.101,433	S/.130,386	S/.167,694

Fuente: elaboración propia

Cuadro 08. Costo de ventas

Costo de ventas	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	5,072	6,329	7,827
Costo compra	S/0	S/0	S/0
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/0	S/0	S/0

Fuente: elaboración propia

Cuadro 09. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador/recepcionista	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 2,000
Guia	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200
Limpieza	1	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,000
Remuneraciones del personal	S/. 3,630	S/. 4,700	S/. 5,200
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 3,945	S/. 5,107	S/. 5,651
Servicios públicos	S/. 300	S/. 300	S/. 350
Utiles oficina/limpieza	S/. 250	S/. 250	S/. 250
Otros	S/. 300	S/. 400	S/. 300
Total mensual	S/. 4,795	S/. 6,057	S/. 6,551
TOTAL ANUAL	S/.57,535	S/.72,688	S/.78,608

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Gastos comerciales

GASTOS COMERCIALES	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Alquiler local	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Promociones	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00
Otros	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Total mensual	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00
TOTAL ANUAL	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Gastos pre operativos

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 2,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Inversión en activos

Activo fijo	Valor adquisici	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/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
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/. 41,000		S/. 8,200

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

Cuadro 13. Programa de endeudamiento

Deuda a tomar				
S/. 59,000				
35.00% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	59,000	1,180	1,639	2,819
2	57,361	1,147	1,639	2,786
3	55,722	1,114	1,639	2,753
4	54,083	1,082	1,639	2,721
5	52,444	1,049	1,639	2,688
6	50,806	1,016	1,639	2,655
7	49,167	983	1,639	2,622
8	47,528	951	1,639	2,589
9	45,889	918	1,639	2,557
10	44,250	885	1,639	2,524
11	42,611	852	1,639	2,491
12	40,972	819	1,639	2,458
		11,997	19,667	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	39,333	787	1,639	2,426
14	37,694	754	1,639	2,393
15	36,056	721	1,639	2,360
16	34,417	688	1,639	2,327
17	32,778	656	1,639	2,294
18	31,139	623	1,639	2,262
19	29,500	590	1,639	2,229
20	27,861	557	1,639	2,196
21	26,222	524	1,639	2,163
22	24,583	492	1,639	2,131
23	22,944	459	1,639	2,098
24	21,306	426	1,639	2,065
		7,277	19,667	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	19,667	393	1,639	2,032
26	18,028	361	1,639	1,999
27	16,389	328	1,639	1,967
28	14,750	295	1,639	1,934
29	13,111	262	1,639	1,901
30	11,472	229	1,639	1,868
31	9,833	197	1,639	1,836
32	8,194	164	1,639	1,803
33	6,556	131	1,639	1,770
34	4,917	98	1,639	1,737
35	3,278	66	1,639	1,704
36	1,639	33	1,639	1,672
		2,557	19,667	22,223
	TOTAL	21,830	59,000	80,830

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Estado de resultados integrales

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas (Cuadro 3)	S/.101,433	S/.130,386	S/.167,694
Costo ventas (Cuadro 5)	S/.0	S/.0	S/.0
Margen Bruto	S/.101,433	S/.130,386	S/.167,694
Gastos administrativos (Cuadro 6)	-S/.57,535	-S/.72,688	-S/.78,608
Depreciación (Cuadro 11)	-S/.8,700	-S/.8,700	-S/.8,700
Gastos comerciales (Cuadro 8)	-S/.6,000	-S/.6,000	-S/.6,000
Margen operativo	S/.29,198	S/.42,998	S/.74,386
Gastos financieros	-S/.11,997	-S/.7,277	-S/.2,557
Margen antes de tributos	S/.17,201	S/.35,721	S/.71,829
Tributos	-S/.860	-S/.1,786	-S/.3,591
Margen neto	S/.16,341	S/.33,935	S/.68,238

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.101,433	S/.130,386	S/.167,694	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.43,500				S/.17,400
Capital de trabajo	-S/.15,215	-S/.8,569	-S/.6,803	-S/.1,554	S/.32,141
Compras		S/.0	S/.0	S/.0	
Gastos administrativos (Cuadro 6)		-S/.57,535	-S/.72,688	-S/.78,608	
Gastos comerciales (Cuadro 8)		-S/.6,000	-S/.6,000	-S/.6,000	
Pago impuestos		-S/.1,460	-S/.2,150	-S/.3,719	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.58,715	S/.27,869	S/.42,746	S/.77,812	S/.49,541
Préstamo recibido	S/.59,000				S/.0
Amortización		-S/.19,667	-S/.19,667	-S/.19,667	
Gastos financieros		-S/.11,997	-S/.7,277	-S/.2,557	
Escudo fiscal		S/.600	S/.364	S/.128	
Flujo Caja Financiero (FCF)	S/.285	-S/.3,195	S/.16,166	S/.55,717	S/.49,541
FCE	-S/.58,715	S/.27,869	S/.42,746	S/.127,353	
FCF	S/.285	-S/.3,195	S/.16,166	S/.105,258	

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

- a.- La investigación realizada en el presente plan de negocios, se concluye que el mercado de los back packer (mochileros) tanto a nivel nacional como a nivel local, presenta una demanda potencial creciente para los siguientes años, con aceptable nivel económico que le permite una rentabilidad.

- b.- En cuanto al plan de operaciones, dada la importancia de estos, nos ha permitido construir procesos simples y eficientes. Todo esto con el único propósito de poner en funcionamiento la empresa. El proceso de atención al cliente fueron elaborado con el fin de que se cuente con un producto de calidad para que sea valorado por nuestros clientes, para ser referentes o vuelvan a nuestra empresa.

- c.- El plan de recurso humano ha considerado políticas claras, sencillas, que incluyen la elaboración del manual de organización y funciones de todos los puestos considerados en la estructura orgánica, se ha cuidado la duplicidad de funciones. Los trabajadores gozaran de todos los beneficios de ley y contarán con una jornada laboral de 8 horas.

- d.- En cuanto al plan económico y financiero de la empresa, nos muestra aceptables ratios financieros. Los ingresos proyectados son para 3 años, los que arrojan resultado positivo desde el primer año de funcionamiento, como también el segundo y tercer año.

BIBLIOGRAFÍA:

- ✓ Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - INEI, Censos Nacionales 1993 y 2007, Disponible: www.inei.gob.pe
- ✓ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017). Perfil del Turista Extranjero que visita Loreto.
- ✓ Organización Mundial del Turismo –OMT (2014). El turista.
- ✓ Philip, Kotler y Gary, Armstrong (2000). Fundamentos de Marketing.
- ✓ <https://www.google.com/search?client=firefox-ab&lei=3N7NWvPGcLx5gLskZaoAg&q=necesidad%20de%20alimentacion%20wikipedia&ved0ahUKEwilrle0oZreAhWR1FkKHSQvAtwQsKwBCBAoAA&biw=1025&bih=491>