



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO

VIABILIDAD DE AGENCIA DE VIAJES

**TURISMO AVENTOUR EN DISTRITO BELÉN, CIUDAD
IQUITOS, 2022**

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

AUTORA:

MARIA ISABEL DE FÁTIMA VARGAS PEREA

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

IQUITOS – PERÚ

2022

DEDICATORIA

Con eterno cariño a mi madre Gloria Perea, la persona que desde el cielo me brinda su protección y bendición. En vida me ha enseñado a defenderme con la mejor arma que es el estudio, firmeza y dedicación para lograr superarme cada día más. Dándome la motivación en los momentos más difíciles que me ha tocado vivir.

Por otro lado, mis tías Carmen y Elsa Perea que son muy importantes para mí. Ellas han logrado inculcarme la buena calidad de mujer que soy, tanto en el ámbito laboral y profesional.

AGRADECIMIENTO

Al Padre Celestial, por escuchar mis oraciones, brindarme de buena salud y vida a lo largo del camino. Mi fe siempre estará puesta en él. Todos mis docentes de la Universidad Científica del Perú que forjaron mi carrera profesional y en mi corazón en especial al Docente Genaro Rivera, una persona de la que aprendí mucho el ámbito del Turismo. Que Dios lo guarde en su gloria.

A mi familia, por brindarme su apoyo incondicional en mis buenas y malas etapas, mis amigos y todas las personas que colaboraron en la realización del presente Plan de Negocios, sin su ayuda no habría logrado desarrollar con éxito el trabajo.

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 273-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 09 de mayo de 2023, se autorizó la sustentación para el día jueves 11 de mayo de 2023.

Siendo las 12.00 horas del día 11 de mayo se constituyó de modo presencial Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO VIABILIDAD DE AGENCIA DE VIAJES TURISMO AVENTOUR EN DISTRITO BELEN, CIUDAD DE IQUITOS, 2022

Presentado por:

VARGAS PEREA MARIA ISABEL DE FÁTIMA

Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

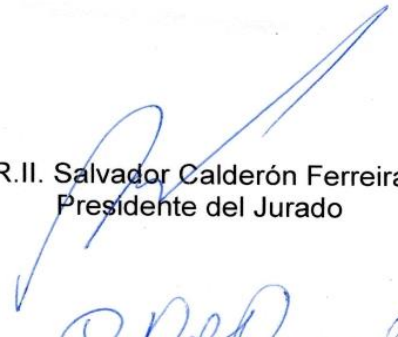
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es:

Aprobada por unanimidad

A las 13:30 horas culminó el acto público.

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


Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira, Mgr.
Presidente del Jurado


Lic. NIT. Claudia Patricia Lozano Rocha Mgr.
Miembro del Jurado


Econ. Juan Pablo Lazo Jiménez, Mgr.
Miembro del Jurado

Contáctanos:

Sede Iquitos – Perú
065 - 261088 / 065 - 262240
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Filial Tarapoto – Perú
042-564903
Av. Aviación N° 226-228

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

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

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

Hace constar que:

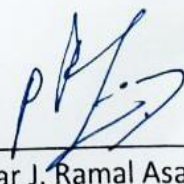
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PLAN DE NEGOCIO VIABILIDAD DE AGENCIA DE VIAJES TURISMO
AVENTOUR EN DISTRITO BELÉN, CIUDAD IQUITOS, 2022"**

De la alumna: **MARIA ISABEL DE FÁTIMA VARGAS PEREA**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **3% de similitud**.

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

San Juan, 11 de Abril del 2023.



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

CJRA/ri-a
132-2023

Document Information

Analyzed document	UCP_TurismoYHoteleria_2022_TSP_MariaVargas_V1.pdf (D163657781)
Submitted	2023-04-11 18:12:00
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	3%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

Sources included in the report

W	URL: https://elcomercio.pe/economia/peru/loreto-gremio-turistico-solicita-que-regresen-los-vuelos-i... Fetched: 2023-04-11 18:13:00	 3
SA	Universidad Científica del Perú / UCP_TURISMO Y HOTELERIA 2021_TRABAJO DE INSUFICIENCIA_MARCIA ROLDAN_V1.pdf Document UCP_TURISMO Y HOTELERIA 2021_TRABAJO DE INSUFICIENCIA_MARCIA ROLDAN_V1.pdf (D122275366) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com	 5
SA	1565767249_421__AGENCIAS_DE_VIAJES.pptx Document 1565767249_421__AGENCIAS_DE_VIAJES.pptx (D54824521)	 1

Entire Document

FACULTAD DE NEGOCIOS TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PLAN DE NEGOCIO VIABILIDAD DE AGENCIA DE VIAJES TURISMO AVENTOUR EN DISTRITO BELÉN, CIUDAD IQUITOS, 2022 PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA AUTORA: MARIA ISABEL DE FÁTIMA VARGAS PEREA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS IQUITOS – PERÚ 2022

II DEDICATORIA

Con eterno cariño a mi madre Gloria Perea, la persona que desde el cielo me brinda su protección y bendición. En vida me ha enseñado a defenderme con la mejor arma que es el estudio, firmeza y dedicación para lograr superarme cada día más. Dándome la motivación en los momentos más difíciles que me ha tocado vivir. Por otro lado, mis tías Carmen y Elsa Perea que son muy importantes para mí. Ellas han logrado inculcarme la buena calidad de mujer que soy, tanto en el ámbito laboral y profesional.

III AGRADECIMIENTO Al Padre Celestial, por escuchar mis oraciones, brindarme de buena salud y vida a lo largo del camino. Mi fe siempre estará puesta en él. Todos mis docentes de la Universidad Científica del Perú que forjaron mi carrera profesional y en mi corazón en especial al Docente Genaro Rivera, una persona de la que aprendí mucho el ámbito del Turismo. Que Dios lo guarde en su gloria. A mi familia, por brindarme su apoyo incondicional en mis buenas y malas etapas, mis amigos y todas las personas que colaboraron en la realización del presente Plan de Negocios, sin su ayuda no habría logrado desarrollar con éxito el trabajo.

IV ACTA DE SUSTENTACIÓN

V HOJA ANTIPLAGIO

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Acta de sustentación	iv
Hoja de antiplagio	v
Índice de contenido.....	vii
Índice de cuadros	ix
Índice de figuras.....	x
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL	03
1.1 Nombre del negocio	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
II. CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING	06
2.1 Necesidades de los clientes.....	06
2.1.1 Motivo de compra	06
2.1.2 Frecuencia.....	06
2.1.3 Por la ubicación	07
2.2 Demanda actual y tendencias.....	08
2.3 Oferta competitiva	12
2.4 Programa de marketing.....	13
2.4.1 El producto.....	13
2.4.2 El precio	16
2.4.3 La promoción	18
2.4.4 La cadena de distribución	25
III. CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES	27
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	27
3.2 El proceso de aprovisionamiento	28
3.3 El proceso de producción	29
IV. CAPÍTULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS	31
4.1 Estructura organizacional.....	31
4.2 Puestos y funciones.....	31

4.3 Condiciones laborales...	34
4.4 Régimen tributario	35
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO...	36
5.1 Estudio económico	36
5.1.1 Mercado y ventas...	36
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos...	36
5.2 Estudio financiero	38
5.2.1 Inversiones	38
5.2.2 Financiamiento	38
5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad	41
CONCLUSIONES	43
BIBLIOGRAFÍA	44

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Clasificación industrial internacional uniforme.....	4
Cuadro 2. Consumidores por edades, distrito Belén 2022.....	7
Cuadro 3. Mercado por total poblacional, ciudad Iquitos al año 2022	9
Cuadro 4. Mercado por zona de residencia, al año 2022.....	9
Cuadro 5. Mercado por grupo de edades, ciudad Iquitos al año 2022	10
Cuadro 6. Cálculo del tamaño de la demanda.....	10
Cuadro 7. Agencias de viajes competitivas en distrito Belén,2022.....	12
Cuadro 8. Precios de boletos aéreos nacionales, round trip.....	16
Cuadro 9. Precios de boletos aéreos internacionales, round trip.....	16
Cuadro 10. Precios de boletos aéreos nacionales, one way.....	17
Cuadro 11. Precios de paquetes de viajes nacional e internacional... ..	17
Cuadro 12. Precios de tours	17
Cuadro 13. Demanda del negocio a desarrollar (servicios)... ..	36
Cuadro 14. Ventas de servicios de agencia de viajes Aventour, 2022	36
Cuadro 15. Costo de ventas de agencia de viajes Aventour, 2022.....	36
Cuadro 16. Gastos administrativos de agencia de viajes Aventour... ..	37
Cuadro 17. Gastos comerciales de agencia de viajes Aventour... ..	37
Cuadro 18. Gastos pre operativos de agencia de viajes Aventour.....	37
Cuadro 29. Inversión en activos de agencia de viajes Aventour.....	38
Cuadro 20. Depreciación de los activos de agencia de viajes Aventour.	38
Cuadro 21. Costo laboral %.	38
Cuadro 22. Programa de endeudamiento de agencia Aventour... ..	39
Cuadro 23. Capital de trabajo de agencia de viajes Aventour.....	40
Cuadro 24. Cálculo de la tributación de agencia de viajes Aventour	40
Cuadro 25. Estado de resultados integrales de agencia Aventour.....	41
Cuadro 26. Flujo de caja de agencia de viajes turismo Aventour... ..	41
Cuadro 27. VAN, TIR y B/C de agencia de viajes turismo Aventour.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Ubicación de agencia de viajes y turismo Aventour.....	3
Figura 2. Fachada de agencia de viajes y turismo Aventour,2022.....	13
Figura 3. Atención telefónica en agencia de viajes y turismo Aventour	14
Figura 4. Ventas e información en agencia turismo Aventour 2022.....	14
Figura 5. Counter en agencia de viaje turismo Aventour, 2022.....	15
Figura 6. Logo de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022.....	15
Figura 7. Sitio web en FB, agencia de viajes y turismo Aventour,2022...	18
Figura 8. Tarjeta de presentación agencia turismo Aventour, 2022.....	19
Figura 9. Banner de precios agencia turismo Aventour, 2022.....	20
Figura 10. Flyer virtual agencia de viajes turismo Aventour, 2022.....	21
Figura 11. Flyer físico agencia de viajes turismo Aventour, 2022.....	21
Figura 12. Flyer itinerario de tours agencia turismo Aventour, 2022.....	22
Figura 13. Bolsos reciclables, agencia de viajes y turismo Aventour	23
Figura 14. Lapiceros de regalo, agencia de viajes y turismo Aventour...	23
Figura 15. Calendarios de regalo, agencia de viajes y turismo Aventour.	24
Figura 16. Canales de distribución turística.....	25
Figura 17. Atención personalizada vía whatsapp en agencia	26
Figura 18. Proceso de servicio agencia turismo Aventour, 2022	28
Figura 19. Proceso de producción agencia turismo Aventour, 2022	29
Figura 20. Organigrama de agencia turismo Aventour, 2022	31

RESUMEN

Plan de negocio viabilidad de agencia de viajes turismo aventour en
distrito Belén, ciudad Iquitos, 2022

Maria Isabel de Fátima, Vargas Perea

El presente plan de negocios, es la propuesta de una agencia de viajes competitivo ubicado en Belén, con fácil acceso al público, en el que se puede encontrar los servicios en venta de boletos aéreos nacional e internacional, diferentes tours en la ciudad, paquetes de viajes y todo tipo de servicios comprendido al turismo.

En primer lugar, está el enfoque del desarrollo del trabajo y principales datos; posteriormente, se hará el estudio de mercado del distrito Belén y la población que comprende, la competencia y todo lo que concierne a la identidad de la empresa.

En los posteriores capítulos, el procedimiento de operaciones paso a paso y la organización que conformará la agencia turismo Aventour. Por último, presentaré la evaluación de los cuadros financieros para la realización del proyecto y sus conclusiones.

Palabras claves: agencia de viajes, tours, paquetes de viajes.

SUMMARY

Business plan feasibility of aventour tourism travel agency in Belén district,
Iquitos city, 2022

María Isabel de Fátima, Vargas Perea

This business plan is the proposal of a competitive travel agency located in Belén, with easy access to the public, where you can find services for the sale of national and international air tickets, different tours in the city, travel packages and all kinds of services including tourism.

In the first place, there is the focus of the development of the work and main data; Later, the market study of the Belén district and the population that it includes, the competition and everything that concerns the identity of the company will be carried out.

In subsequent chapters, the step-by-step operations procedure and the organization that will make up the aventour tourism agency. Finally, I will present the evaluation of the financial tables for the realization of the project and its conclusions.

Key word: travel agency, tourist packages, aventour.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Agencia de viajes y turismo Aventour

Razón social: Turismo Aventour S.R.L

Sector de la actividad: sector turismo - venta de pasajes aéreos, tours y paquetes turísticos nacional e internacional

Ubicación: calle Aguirre cuadra 12° - distrito de Belén - Iquitos

Actividad: servicios

Figura 1

Ubicación de agencia de viajes y turismo Aventour



Fuente: <https://www.google.com/maps/@-3.7587481,-73.2508445,18z>

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1

Clasificación industrial internacional uniforme, turismo Aventour 2022

N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo			
	79	Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos y servicios de reservas y actividades conexas		
		791	Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos	
			7911	Actividades de agencias de viajes
			7912	Actividades de operadores turísticos

Fuente: Instituto nacional de estadística e informática – INEI

1.3 Idea de negocio

Se busca satisfacer la necesidad de ofrecer información relacionados a vuelos (rutas, horarios, precios, líneas aéreas, etc.), a nivel nacional como internacional, paquetes turísticos y city tours, garantizando la seguridad de compra, concretando un viaje efectivo tal lo planeado por el cliente. Se otorga financiamiento y facilidades de pago a las entidades públicas o privadas como también a clientes fidelizados.

El segmento del mercado está identificado de la siguiente manera: primero, las personas que tienen diferentes motivos de compras, el cual pueden ser por negocios, por ocio y los viajes familiares. Segundo, es la frecuencia de los compradores ya que son de manera temporal o permanente. Tercero, clientes por la ubicación, ya que está situado en una zona comercial.

Para la oferta en atención a los diferentes servicios de viajes, se contará con un local físico de fácil acceso, donde pueden acudir presencialmente a recibir información y realizar compras. Asimismo, un medio virtual con comunicación personalizada a través de whatsapp. Se permite pagos en efectivo, transferencias interbancarias y pagos link

(tarjetas de crédito y débito). Se le emite al cliente toda la documentación en físico o virtual. Ofrece un teléfono de contacto para atender cualquier eventualidad suscitada en el viaje y finalizamos con la entrega de boletas o facturas electrónicas, según lo requiera.

CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

La empresa se va a desarrollar en distrito Belén. Es de gran importancia realizar un estudio del entorno, el cual se pueda reconocer las necesidades de clientes potenciales, tales como:

Motivo de compra:

- a. **Por negocios:** existe una presencia preponderante de muchas empresas comerciales y constantemente necesitan viajar a la capital a efectuar sus compras de abastecimiento. Requieren de una agencia que les facilite la tarea de obtener un boleto aéreo. El trabajo de la misma debe ser rápido y sencillo.
- b. **Por ocio:** comprendido para habitantes de la zona que requieran en épocas festivas, vacacionales, feriados largos, etc. Realizar viajes, adquirir un paquete o tours ya que las características principales son el relajo, descanso y conocer nuevos destinos turísticos.
- c. **Familiares:** clientes que buscan los mejores programas de viajes para visitar a los amigos y familiares (vacaciones familiares).

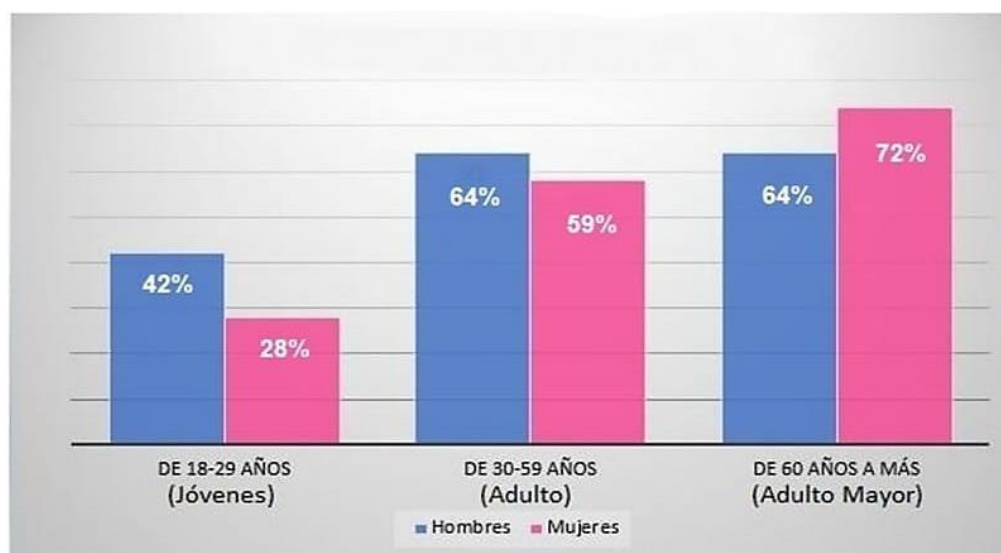
Frecuencia:

- a. **Permanente:** compradores de forma habitual, en otros casos ya fidelizados, lo que hace que, en el tiempo actual, genere mayor ingreso a la empresa.
- b. **Temporal:** realizan compras por primera vez, esporádicamente o de manera ocasional, sin una frecuencia establecida. Se debe identificar y trabajar mucho más para captarlos a corto plazo.

Por la ubicación:

- a. **Nivel de actividad:** existen diferentes establecimientos comerciales en el lugar, el cual predominan muchos clientes negociantes.
- b. **De paso:** esta de camino hacia el mercado Belén.
- c. **Informativo:** buscan todo tipo de información con respecto a precios, diferentes rutas y fechas, sin embargo, en este punto no es seguro que se concrete la venta.

Cuadro 2
Consumidores por edades, distrito Belén 2022



Fuente: observación propia.

Como ya se tiene identificado a los clientes potenciales. Con su personal debidamente capacitado influirá en realizar tus compras en precios de promoción, semanas de cyber y/o descuentos por temporada. Facilitando todo el trabajo que conlleva el adquirir este servicio. La empresa se caracteriza por ser una agencia minorista.

2.2 Demanda actual y tendencias

Se remarca al inicio del emprendimiento en captación de clientes en distrito Belén, pues hay que estudiar el comportamiento de compra en el sector, el turismo que se pueda ejercer y sobre todo la conectividad aérea en la ciudad.

El perfil de inversión, elaborado por el Ministerio de la Producción (2016) explica, *“que es el espacio de la comercialización y de abastos más importante de la ciudad Iquitos, y sirve a la población de los distritos del área metropolitana conformada por Iquitos, Punchana, Belén y San Juan Bautista. Se calcula que hay un total de 5,369 puestos, de las cuales el 5% se encuentra dentro de la casona (mercado Belén) y el 95% de negocios están en los alrededores.”*

Se divide en alto y bajo Belén, este barrio de gran interés turístico, situado a orillas del río Itaya, punto ideal para hacer compras de productos típicos y comidas de la región, visitar el pasaje Paquito, el cual alberga puestos de ventas de plantas medicinales, tónicos herbales y brebajes afrodisíacos. Explorar la Venecia loreto en época de creciente, ya que es posible recorrer el barrio en canoa o bote. Siempre con un guía o un lugareño de confianza.

Por otro lado, Tedy Vásquez, presidente de la Cámara Regional de Turismo – CARETUR Loreto expresó, *“venimos ofreciendo ofertas especiales en diferentes aerolíneas a los ciudadanos y ha resultado de manera positiva, la gente ha empezado a viajar mucho más después de la pandemia, sin embargo, para que el crecimiento continúe, necesitamos una conectividad interregional frecuente con ciudades como Trujillo, Piura y Cusco. También que se puedan recibir vuelos internacionales, ya que el aeropuerto Francisco Secada Vignetta cuenta con toda la infraestructura para recibir tales vuelos ya que antes llegaban desde Panamá, Miami y Europa”.*

A continuación, según datos confiables del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) se realiza el cálculo del tamaño de la población, donde se ejecutará el presente plan. Se inicia con información tomada del último censo nacional publicado, correspondiente al 2017. Se obtiene la información y se proyecta al año 2022, en que debe iniciar el negocio. En base a estos datos, se construye el trabajo:

Mercado por total poblacional.

Mercado por zona de residencia.

Mercado por grupo de edades.

Cálculo del tamaño de la demanda.

Cuadro 3

Mercado por total poblacional, ciudad Iquitos al año 2022

Distritos que conforman el mercado atender	Personas al 2007	Personas al 2017	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2022 (Proyección baja)	Personas al 2022 (Proyección alta)
Iquitos	159,023	146,853	-0.009	140,499	183,363
Punchana	76,435	75,210	-0.002	74,538	78,885
Belén	68,806	64,488	-0.007	62,207	77,442
San Juan Bautista	102,076	127,005	0.025	143,397	102,076
Población mercado ciudad Iquitos	406,340	413,556	0.0068	420,642	441,766

Fuente: INEI - Censos nacionales 2007 Y 2017: de población, de vivienda y de comunidades indígenas.

Cuadro 4

Mercado por zona de residencia, ciudad Iquitos al año 2022

Distritos que conforman el mercado atender	% Poblacional (Proyección baja)	Personas al 2022 (Proyección baja)	% Poblacional (Proyección alta)	Personas al 2022 (Proyección alta)
Iquitos (AI 2022)	33.40	140,499	41.51	183,363
Punchana (AI 2022)	17.72	74,538	17.86	78,885
Belén (AI 2022)	14.79	62,207	17.53	77,442
San Juan Bautista (AI 2022)	34.09	143,397	23.11	102,076
Población por residencia, ciudad Iquitos (AI 2022)	100	420,642	100	441,766

Fuente: INEI - Censos nacionales 2007 Y 2017: de población, de vivienda y de comunidades indígenas.

Cuadro 5

Mercado por grupo de edades, ciudad Iquitos al año 2022

PERSONAS AL 2022 (PROYECCION BAJA)						
EDADES	DISTRITOS				TOTAL	%
	IQUITOS	BELÉN	PUNCHANA	SAN JUAN		
HASTA 14	29763	19939	24725	48732	123159	29.28
15 - 24	18536	8419	10114	20310	57378	13.64
25 - 39	34413	13042	15632	30179	93266	22.17
40 - 64	41892	15344	17935	34877	110049	26.16
De 65 y más años	17846	4323	5256	9365	36790	8.75
TOTAL	142450	61067	73663	143462	420642	100

Fuente: INEI - Censos nacionales 2007 Y 2017: de población, de vivienda y de comunidades indígenas.

PERSONAS AL 2022 (PROYECCION ALTA)						
EDADES	DISTRITOS				TOTAL	%
	IQUITOS	BELÉN	PUNCHANA	SAN JUAN		
HASTA 14	65641	28204	26336	35314	155496	35.20
15 - 24	56401	21151	24182	22527	124262	28.13
25 - 39	33317	14018	15004	19277	81617	18.48
40 - 64	32032	10239	11823	16095	70190	15.89
De 65 y más años	7048	870	802	1479	10200	2.31
TOTAL	194441	74484	78149	94694	441766	100

Fuente: INEI - Censos nacionales 2007 Y 2017: de población, de vivienda y de comunidades indígenas.

Cuadro 6

Cálculo del tamaño de la demanda

Condición socioeconómica distrito de Belén	Ingreso per capita por hogares (Soles)	Personas	Hogares
Alto	1,298.74 a más	10,504	2498
Medio alto	938.91 - 1,298.73	21,121	8156
Medio	663.74 - 938.90	13,798	4362
Medio bajo	473.24 - 663.73	33,813	11008
Bajo	473.23 a menos	24,297	5615
Total		103,533	31,639

Fuente: INEI - Censos nacionales 2007 Y 2017: de población, de vivienda y de comunidades indígenas.

Condición socioeconómica distrito de Belén	Ingreso per capita por hogares (Soles)	Personas %	Hogares %
Alto	1,298.74 a más	10.1	7.9
Medio alto	938.91 - 1,298.73	20.4	25.8
Medio	663.74 - 938.90	13.3	13.8
Medio bajo	473.24 - 663.73	32.7	34.8
Bajo	473.23 a menos	23.5	17.7
Total		100	100

Fuente: INEI - Censos nacionales 2007 Y 2017: de población, de vivienda y de comunidades indígenas.

2.3 Oferta competitiva

Aeropuertos del Perú (ADP) y la nueva aerolínea Jetsmart, abrieron la ruta Lima – Iquitos con frecuencias que buscan mejorar la conectividad en el Perú. El gerente de desarrollo de negocios de ADP, Ernesto Di Laudo, *“ofrecer nuevas y más alternativas de vuelo hacia la selva permite que más personas puedan visibilizar el atractivo turístico de la región”*, agregó.

Con relación a la oferta de servicios turísticos, los empresarios del sector son muy fáciles de identificar, ya que la zona no es de preferencia para este tipo de negocios, sin embargo, 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 como uso constante de GDS y las relaciones comerciales. Aquí nos muestra la potencialidad en la industria, tener de conocimiento con quienes vamos a competir para ofrecer servicios diferenciados.

Cuadro 7

Agencias de viajes competitivas en distrito Belén, 2022

	Multiservicios Serfia tour EIRL	Mi mundo travel EIRL	Lucero tours EIRL
Venta de boletos aéreos	si	si	si
Venta paquetes de viajes	no	no	si
Venta de tours	no	no	no
Venta de equipajes extra	no	no	si
Fácil accesibilidad	no	si	no
Pago con tarjetas	no	no	no
Manejo redes sociales	si	no	no
Rápida atención	no	si	no
Atención vía whatsapp	si	si	si
Emisión boletas y facturas	si	si	no

Fuente: observación propia.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

Los diferentes servicios que brinda agencia de viajes y turismo Aventour, damos a conocer en el siguiente listado:

Venta de boletos aéreos, nacionales e internacionales.

Venta de paquetes turísticos (vuelos, traslado, seguro, hotel, etc).

Venta de tours, locales, nacionales e internacionales.

Venta de seguros de viajes.

Otros.

Figura 2

Fachada de agencia de viajes y turismo aventour, 2022



Fuente: elaboración propia.

Figura 3
Atención telefónica en agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: <https://www.google.com/search?q=Atencion+telefonica&tbm=isch&ved>

Figura 4
Ventas e información en agencia turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

Figura 5

Counter en agencia de viaje turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

- a. **La marca:** se ha diseñado un logo, el cual nos permite diferenciarnos de los negocios similares, el mismo que familiarice con los clientes y sea de fácil reconocimiento comercial.

Figura 6

Logo de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

Nuestra política de precios nos ayudará a cubrir los costos generados y lograr el rendimiento esperado para el progreso de la empresa, ya que estará establecido de la siguiente manera.

Cuadro 8

Precios de boletos aéreos nacionales, round trip

Destinos	Precio del proveedor	Margen de ganancia	Precio final
Iqt/lim/iqt	S/250.00	S/40.00	S/290.00
Lim/cuz/lim	S/210.00	S/40.00	S/250.00
Lim/tpp/lim	S/230.00	S/40.00	S/270.00
Lim/cix/lim	S/250.00	S/40.00	S/290.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 09

Precios de boletos aéreos internacionales, round trip

Destinos	Precio del proveedor	Margen de ganancia	Precio final
Lim/bog/lim	S/720.00	S/70.00	S/790.00
Lim/scl/lim	S/680.00	S/70.00	S/750.00
Lim/cun/lim	S/850.00	S/70.00	S/920.00
Lim/puj/lim	S/850.00	S/70.00	S/920.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10

Precios de boletos aéreos nacionales, one way

Destinos	Precio del proveedor	Margen de ganancia	Precio final
Iqt/lim	S/140.00	S/40.00	S/180.00
Lim/iqt	S/160.00	S/40.00	S/200.00
Lim/cuz	S/150.00	S/30.00	S/180.00
Lim/cix	S/170.00	S/30.00	S/200.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11

Precios de paquetes de viajes nacional e internacional

Destinos	Detalle del paquete	Precio del proveedor	Margen de ganancia	Precio final
Lim/tbp (playa)	Hotel (3noches), traslado, all inclusive	S/650.00	S/100.00	S/750.00
Lim/piu (playa)	Hotel (3noches), traslado, all inclusive	S/680.00	S/100.00	S/780.00
Lim/cuz (cultural)	Hotel (3noches), traslado, all inclusive	S/620.00	S/100.00	S/720.00
Lim/cun (playa)	Hotel (4noches), traslado, all inclusive	S/1200.00	S/100.00	S/1,300.00
Lim/puj (playa)	Hotel (4noches), traslado, all inclusive	S/1200.00	S/100.00	S/1,300.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12

Precios de tours

Destinos	Precio de proveedor	Margen de ganancia	Precio final
Iquitos (tours por el río)	S/100.00	S/50.00	S/150.00
Iquitos (city tour)	S/80.00	S/50.00	S/130.00

Fuente: elaboración propia

- a. **Margen de ganancia (fee):** esto tiene que ver con la relación entre los precios de los servicios, las comisiones recibidas de los proveedores (en caso existiese) y los gastos de gestión que cobra la

agencia al cliente (habilidad del vendedor). Es decir, su ganancia acreedora en el cierre de venta por cliente.

En todos los cuadros se detallan las diferentes rutas con lo que se empezará a trabajar, precios de los proveedores, detalles de los servicios, márgenes de ganancia y los precios finales de venta.

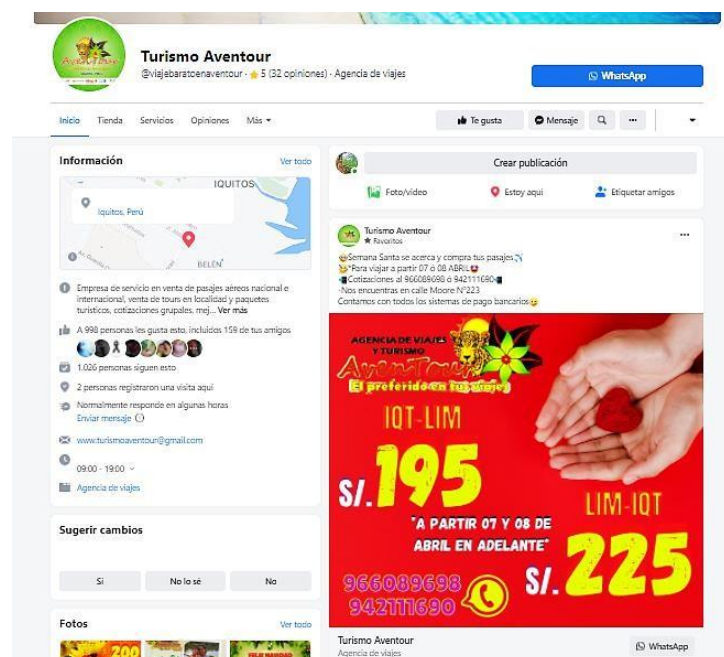
2.4.3 La promoción

Se implantará distintos elementos para su promoción en el mercado, como:

- a) **Página web:** la agencia de viajes cuenta con un sitio web (Facebook) ya que en la actualidad se ha convertido en algo imprescindible. Ésta debe ser dinámica y estar actualizada constantemente con los últimos precios, promociones y descuentos. Se tendrá que adquirir un dominio propio con el nombre de la agencia, siempre buscando la facilidad y sencillez para una pronta accesibilidad a los usuarios buscadores de viajes.

Figura 7

Sitio web en facebook, agencia de viajes turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

- b) **Tarjeta de presentación y cotización:** piezas tradicionales y efectivas a la hora de intercambiar contactos personales o empresariales de manera rápida y masiva. También servirá de apoyo para ofrecer los precios de manera escrita.

Figura 8

Tarjeta de presentación agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

- c) **Banner de precios:** para dar a conocer a los clientes que pasan por los alrededores de la agencia nuestros precios de promoción en las diferentes rutas que se va a ofrecer. Este debe ser colocado en la parte externa del local.

Figura 9

Banner de precios agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

- d) **Flyer publicitarios:** uno de los clásicos del marketing y la publicidad. El flyer tendrá mensajes de todos los precios del momento como también de sitios turísticos a visitar, con el fin de transmitir, vender o promocionar todos nuestros servicios. Puede ser entregado a mano o compartido a través de las redes sociales para lanzar promociones especiales.

Figura 10

Flyer virtual agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

PROMOCIÓN

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO
Aventour
El preferido en tus viajes

SOLO HOY

LATAM

IQT-LIM-IQT S/.180	IQT-LIM S/.89	LIM-IQT S/.110
-------------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

*Pasajes sujetos a espacio en el vuelo (stand by)

CALLE AGUIRRE N°1214 CEL 942111690- 966089698

Fuente: elaboración propia

Figura 11

Flyer físico agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

Islas *déjate llevar* **exóticas**

Kia Orana

IQUITOS
divertido y exótico
Disfruta la Selva como debe ser!!

Iquitos Ciudad & Sinchicu Lodge 03 días / 02 noches Ticket aéreo Lima / Iquitos / Lima vía Star Peru. Ingreso de aeropuerto de Lima a Iquitos. Traslado Aeropuerto / Hotel / Lodge. Alojamiento en Iquitos. 01 Noche de alojamiento en hotel de Iquitos con desayuno. 01 noche de alojamiento en el Acasno Sinchicu Lodge. Excursiones en selva y alimentación. Desde \$307 por pax	Iquitos Ciudad & Botanical Lodge 03 días / 02 noches Ticket aéreo Lima / Iquitos / Lima vía Star Peru. Ingreso de aeropuerto de Lima a Iquitos. Traslado Aeropuerto / Hotel / Lodge. Alojamiento en Iquitos. 01 Noche de alojamiento en hotel de Iquitos con desayuno. 01 noche de alojamiento en Botanical Lodge. Excursiones en selva y alimentación. Desde \$311 por pax Promoción hasta el 30 de Junio	Iquitos Ciudad & Amazon Camp 03 días / 02 noches Ticket aéreo Lima / Iquitos / Lima vía Star Peru. Ingreso de aeropuerto de Lima a Iquitos. Traslado Aeropuerto / Hotel / Lodge. Alojamiento en Iquitos. 01 Noche de alojamiento en hotel de Iquitos con desayuno. 01 noche de alojamiento en Amazon Camp. Excursiones en selva y alimentación. Desde \$316 por pax
Iquitos Ciudad & Amazon Rainforest Lodge 03 días / 02 noches Ticket aéreo Lima / Iquitos / Lima vía Star Peru. Ingreso de aeropuerto de Lima a Iquitos. Traslado Aeropuerto / Hotel / Lodge. Alojamiento en Iquitos. 01 Noche de alojamiento en hotel de Iquitos con desayuno. 01 noche de alojamiento en Amazon Rainforest Lodge. Excursiones en selva y alimentación. Desde \$351 por pax	Iquitos Ciudad & Heliconia Lodge 03 días / 02 noches Ticket aéreo Lima / Iquitos / Lima vía Star Peru. Ingreso de aeropuerto de Lima a Iquitos. Traslado Aeropuerto / Hotel / Lodge. Alojamiento en Iquitos. 01 Noche de alojamiento en hotel de Iquitos con desayuno. 01 noche de alojamiento en Heliconia Lodge. Excursiones en selva y alimentación. Desde \$389 por pax	Iquitos Ciudad & Ceiba Tops 03 días / 02 noches Ticket aéreo Lima / Iquitos / Lima vía Star Peru. Ingreso de aeropuerto de Lima a Iquitos. Traslado Aeropuerto / Hotel / Lodge. Alojamiento en Iquitos. 01 Noche de alojamiento en hotel de Iquitos con desayuno. 01 noche de alojamiento en Ceiba Tops. Excursiones en selva y alimentación. Desde \$476 por pax

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO
Aventour

Fuente: elaboración propia

Figura 12

Flyer itinerario de tours en agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



FULL DAY AVENTURA

Premium TOUR

Disfruta de la aventura más completa de la Amazonía al alcance de todos

NUEVA TARIFA INCLUYE GRATIS

- TRANSPORTE Y GUIADO INCLUIDO
- CONCURSO DE CERBATANA
- DEGUSTACIÓN DE AFRODISÍACO
- PASEO EN PEDALONES

16 ABRIL

UN FULL-DAY TRIP NAVEGANDO A TRAVÉS DE LOS 4 RÍOS DE IQUITOS QUE INCLUYE:

1. Tickets Puente Colgante
2. Tickets Serpentario
3. Tickets Comunidad nativa
4. Tickets Piscina Bufe Colorado
5. Almuerzo Autoservicio

A favor del Turismo local

RESERVAS & INFO

Consulte las tarifas con su agente autorizado

Fuente: elaboración propia

- e) **Merchandising:** los obsequios que se entregarán a nuestros clientes como agradecimiento por la compra de los diversos servicios que ofrece la agencia.

Figura 13

Bolsos reciclables, agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: <https://www.google.com/search?q=bolsas+de+reciclaje>.

Figura 14

Lapiceros de regalo, agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: <https://www.google.com/search?q=lapicero+personalizado>.

Figura 15
Calendarios de regalo, agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

Nuestra empresa se desenvuelve en general en cuatro etapas importantes hasta llegar al comprador final, estas son: principales, mayoristas, minoristas y consumidores.

Figura 16
Canales de distribución turística



Fuente: www.hotelmize.com/es/blog/cuales-son-los-principales-canales-de-distribucion-turistica/

- a) **Los principales:** son todos los componentes separados de un producto de viaje. Aquí se encuentran las aerolíneas, hoteles, transportes, tours, seguros de viajes, etc.
- b) **Los mayoristas:** aquellas que proyectan, elaboran y organizan todo tipo de viajes, servicios y paquetes turístico mediante los GDS, para ser ofrecidos a otras agencias de viajes, se caracterizan por no poder ejercer venta al cliente final.
- c) **Los minoristas:** aquellas que venden directamente al cliente paquetes turísticos y organizados por agencias de viajes mayoristas u operadores de turismo, no es necesario contar de un GDS.
- d) **Los consumidores:** son los usuarios finales que compran los paquetes turísticos o servicios de viajes.

La distribución de los productos de la agencia Aventour se realizará de manera directa, los clientes van a la agencia y adquieren allí los servicios, como también brindando una atención personalizada por whatsapp. En los 2 primeros años se espera alcanzar la mayor captación de clientes, la pronta fidelización de estos y por último abrir más sucursales en la región.

Figura 17

Atención personalizada vía whatsapp en agencia turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES.

Se detalla a continuación los procesos importantes para realizar la venta de los servicios de la agencia.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de agencia de viajes y turismo Aventour SRL, 2022

El estudio de aprovisionamiento de Aventour empieza por la selección del proveedor, en este caso contratar los servicios de una agencia de viajes mayorista, el cual es una entidad dedicada a planificar y elaborar diferentes productos turísticos. También es importante considerar que el proveedor facilite la instalación de GDS necesarios (algunos no tienen precio) para así distribuir y venderlos.

El mayorista seleccionado es NUEVO MUNDO SAC, con sede principal ubicado en la ciudad de Lima, posteriormente se realiza la inscripción e instalación de lo necesario para el inicio de las operaciones con el ejecutivo comercial de zona. Se debe conocer algunos de estos conceptos básicos para su posterior comprensión.

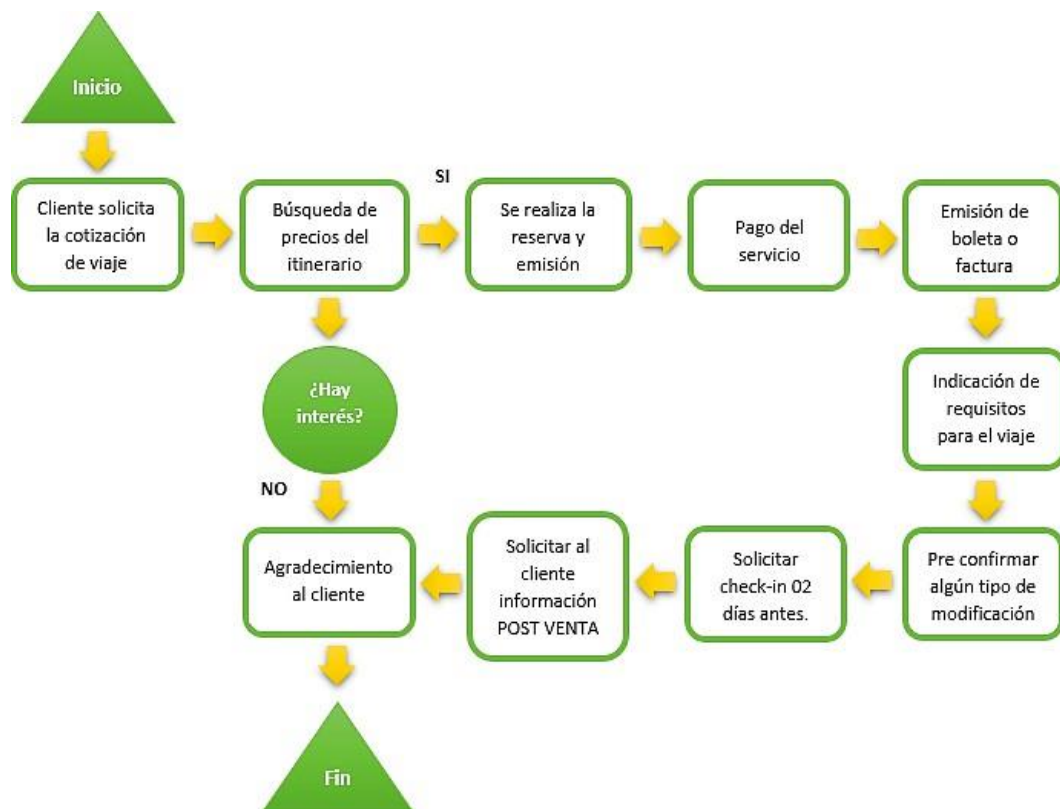
- a) **Los GDS:** son sistemas informatizados de software que fueron implantados por las compañías aéreas, hoteles, seguros, etc. para cubrir necesidades organizativas en viajes, a través de los cuales una agencia puede gestionar todo tipo de reservas. Estas son: Amadeus, Sabre, Kiu, Worldspan, etc.
- b) **Ejecutivo Comercial:** enseña los procesos de venta a las agencias minoristas y promueven las ventas de boletos, servicios y asistencias. Brindan todas las facilidades para las emisiones y programan capacitaciones de manera continua.

3.2 El proceso de aprovisionamiento de agencia de viajes y turismo Aventour SRL, 2022

Por consiguiente, se detalla todo el proceso del servicio hasta consolidar una eficaz y eficiente venta con el cliente.

Figura 18

Proceso de servicio agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



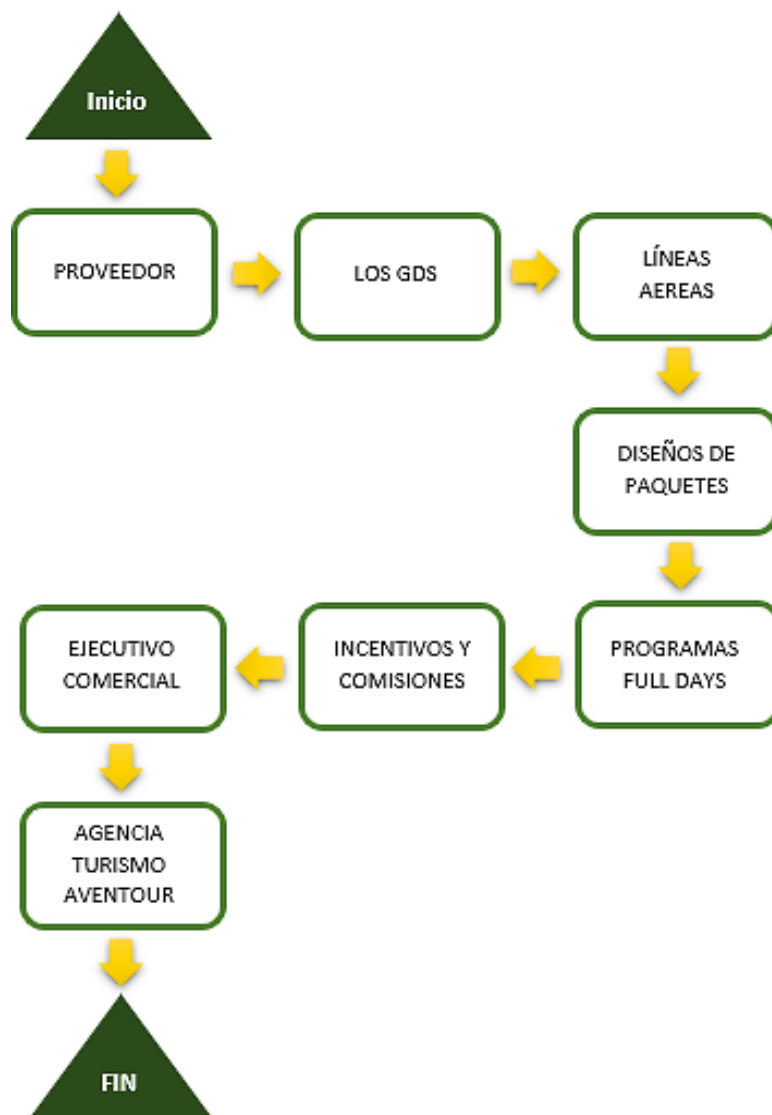
Fuente: elaboración propia

El proceso empieza obteniendo la información del pasajero (pax), el tipo de producto que requiere y la respectiva cotización por medio del counter, luego verificar si está de acuerdo o no y pasar a la emisión, se entrega un comprobante para así brindarle toda la información previa al viaje que va a realizar. Se finaliza el trabajo solicitando información post venta para consolidar la relación de cliente – empresa y mejorar la calidad en los servicios ofrecidos.

3.3 Proceso de producción de agencia de viajes y turismo Aventour SRL, 2022

Líneas abajo se expone la producción de los servicios hasta llegar a la agencia.

Figura 19
Proceso de producción de servicios, agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

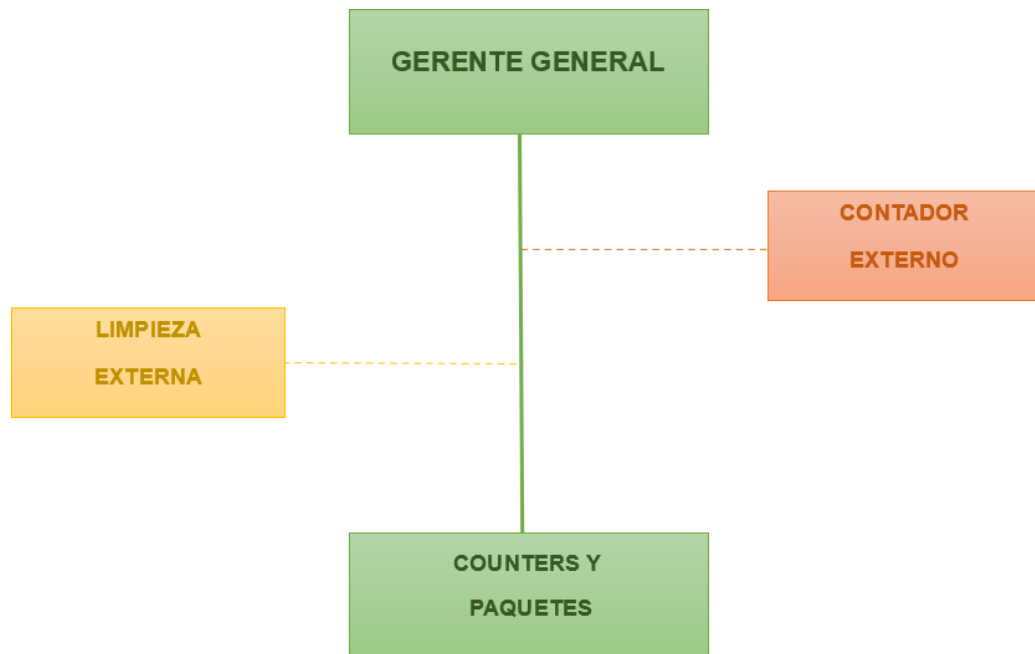
1. **Proveedor:** se contrata un proveedor para la introducción en viajes e itinerarios, por el cual el trabajo va de la mano.

2. **Los GDS:** instalación del software en los computadores, mediante ello se realizan las búsquedas y reservas.
3. **Líneas aéreas:** son las compañías de vuelos que es el medio de traslado de un lugar a otro de pasajeros, mercancías, etc. En ámbito nacional e internacional.
4. **Diseños de paquetes:** en ella se puede encontrar todo tipo de servicios en 1 solo conjunto, van desde: reservación de hoteles, vuelos, rent card, seguros médicos, asistencia de viajes, city tours, etc.
5. **Programas full days:** se realizan una serie de actividades organizadas en 1 solo día y pueden ser de aventura o cultural.
6. **Incentivos y comisiones:** premios y porcentajes por volumen de ventas que ofrece el proveedor al cliente minorista.
7. **Ejecutivo comercial:** persona que brinda toda la información necesaria a los counter y asistentes de ventas de una agencia. Mantiene la comunicación entre mayorista y minorista.
8. **Agencia turismo Aventour:** es una empresa con lugar físico o atención virtual que vende directamente al cliente final, turistas y corporativos todo tipo de servicios turísticos. Garantizando seguridad, profesionalismo y confianza.

CAPÍTULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 Estructura organizacional de agencia de viajes y turismo Aventour SRL

Figura 20
Organigrama de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

La agencia de viajes y turismo Aventour como cualquier otra empresa, están divididas en distintas áreas, con unos cometidos bien definidos.

Puesto gerente general

Es la persona encargada del funcionamiento de la agencia, teniendo al mando la responsabilidad de dirigir las actividades para alcanzar las metas propuestas privilegiando la eficiencia y la eficacia. El Gerente general determina que se hace y que no.

Funciones:

- a. Actúa en cierto modo como R.R.H.H ya que es el que toma la decisión final si el personal anteriormente evaluado por un proceso de selección está apto finalmente para algún puesto de trabajo.
- b. Administra las cuentas de bancos para pagos correspondientes.
- c. Organiza los procesos de selección de colaboradores.
- d. Evalúa el desempeño de los trabajadores.
- e. Chequea cualquier funcionamiento de la empresa.
- f. Mantiene el negocio en óptimas condiciones para un buen servicio los 365 días del año.
- g. Crea y pone en marcha nuevas ideas en beneficio de la agencia.

Puesto contador externo

Aquella persona que lleva el control de los ingresos de caja, elabora los libros contables, el balance general anual, planilla de pagos y cálculo de los impuestos a pagar de forma mensual de la agencia de viajes. Prepara los informes semanales de ventas y coordinar los depósitos que se hacen en los bancos.

Puesto counters y paquetes

Será la persona encargada de recepcionar y atender de forma directa al cliente. Busca, organiza, planifica y diseña los productos turísticos que necesiten. Un counter o paquetero debe tener las siguientes características personales: amabilidad, cortesía, buena presencia, discreción, honestidad y esmero en su arreglo personal. estar familiarizado con el servicio. También efectúa pagos de los servicios turísticos vendidos con el proveedor, también consulta reemisiones, adiciones y reembolsos en caso que el cliente lo requiera.

Funciones

- a. Importancia de poseer el desarrollar de un buen manejo de atención a clientes.
- b. Manejo y conocimiento de los comandos para la estructura de itinerarios en los GDS.
- c. Posee estudios en turismo y se desenvuelve correctamente con los conocimientos necesarios.
- d. Confecciona el listado con los clientes a los cuales serán contactados para ofrecer los servicios.
- e. Agenda las citas posteriores para la venta.
- f. Recibe el pago de servicios de los clientes que son cancelados en oficina. Por otro lado, brinda las cuentas de banco si la cancelación es transferencia y depósitos en otras ciudades.
- g. Da seguimiento en post venta con los clientes.
- h. Redacta correo y solicitudes para diversas modificaciones/reemisiones.
- i. Tiene todo el conocimiento en políticas de ventas de las aerolíneas y demás servicios.

Puesto limpieza externa (otros)

Mantener el espacio de trabajo limpio y ordenado antes de empezar con las atenciones. Se encargará de las aéreas verdes en caso exista y el ambiente deba estar perfumado y ventilado.

Funciones:

- a. Primero en llegar para realizar el aseo diario.
- b. Hace su stock de útiles de limpieza cada semana.
- c. Mantener la oficina ventilada y libre de polvo.
- d. Eliminar los residuos del local.
- e. Se encarga de la dispensa de agua a beber para el público y colaboradores cada 3 días.

4.3 Condiciones laborales

Agencia de viajes y turismo Aventour SRL, se adecua y considera las siguientes acciones laborales:

- 1. Se contará con los contratos de trabajo para todos los colaboradores de la empresa, quienes gozaran con los beneficios laborales según la ley los contempla.
- 2. Se respeta la jornada laboral de 8 horas diarias, con los horarios de 9am a 1pm y 3pm a 7pm de lunes a sábados.
- 3. Se respeta todos los feriados no laborables según lista completa de descansos, correspondiente a cada año.
- 4. La agencia de viajes se acogerá según Ministerio de Trabajo a la Remyte (micro y pequeña empresa), según beneficios brinde.
- 5. El contador externo se fijará contrato por locación de servicios con un tiempo temporal estipulado, para la renovación de la misma, en caso se requiera de cambio.
- 6. Se otorgará a todos los colaboradores su constancia de trabajo y liquidez al término de cada contrato.

7. Se implantará el protocolo de Covid-19 en oficina, así como también contar con el esquema completo de vacunación a todos los trabajadores, este se sujeta a modificación según las disposiciones gubernamentales.

4.4 Régimen tributario

La empresa agencia de viajes y turismo Aventour SRL, según actividades comprendidas al sector turístico, se acogerá al **RÉGIMEN DE LA AMAZONÍA**, bajo categoría de Sunat de **MEPECO** (mediano y pequeño contribuyente), con pagos del 0.3% mensual por impuesto a la renta y el 5% del impuesto a la renta anual (declaración jurada).

CAPÍTULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1 Estudio económico

5.1.1 Mercado y ventas

Cuadro 13

Demanda del negocio a desarrollar (Servicios)

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (pasajeros)	103,533		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	0%	0%
Demanda estimada (pasajeros)	103,533	103,533	103,533
Participación de mercado (decisión empresa)	2.00%	3.00%	4.00%
Demanda del proyecto (pasajeros)	2,071	3,106	4,141

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14

Ventas de servicios de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	2,071	3,106	4,141
Precio venta - decisión empresarial (soles x pasaje)	180.00	180.00	189.00
Tendencia del precio en el mercado	0%	5%	8%
Precio de venta (soles x pasaje)	S/.180.00	S/.189.00	S/.204.12
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.372,719	S/.587,032	S/.845,326

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos

Cuadro 15

Costo de ventas de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

Compras (Pasajes)		2,071	3,106	4,141
Costo compra (Soles)		S/.140.00	S/.140.00	S/.142.80
Tendencia del costo de compra		0%	2%	3%
Costo compra efectiva		S/.140.00	S/.142.80	S/.146.37
COMPRA TOTAL DE LA EMPRESA		S/.289,892	S/.443,535	S/.606,165
	Año 1	Año 2	Año 3	
Ventas	2,071	3,106	4,141	
Costo compra	S/140	S/143	S/146	
COSTOS DE SERVICIOS VENDIDOS	S/289,892	S/443,535	S/606,165	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16

Gastos administrativos de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente - propietario	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,600	S/. 2,000
Counters	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
Remuneraciones del personal	S/. 3,400	S/. 3,600	S/. 4,000
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 3,695	S/. 3,912	S/. 4,347
Servicios públicos	S/. 200	S/. 250	S/. 450
Utiles oficina	S/. 150	S/. 180	S/. 150
Servicio contable	S/. 300	S/. 400	S/. 600
Otros	S/. 50	S/. 100	S/. 200
Total mensual	S/. 4,395	S/. 4,842	S/. 5,747
TOTAL ANUAL	S/.52,736	S/.58,104	S/.68,960

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17

Gastos comerciales de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 250.00	S/. 300.00	S/. 400.00
Alquiler local	S/. 700.00	S/. 850.00	S/. 1,000.00
Promociones	S/. 200.00	S/. 300.00	S/. 400.00
Otros	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. 300.00
Total mensual	S/. 1,250.00	S/. 1,650.00	S/. 2,100.00
TOTAL ANUAL	S/.15,000.00	S/.19,800.00	S/.25,200.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18

Gastos pre operativos de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,100.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio financiero

5.2.1 Agencia de viajes y turismo Aventour SRL

Cuadro 19

Inversión en activos de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	-	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0		S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 4,000	2	S/. 8,000	5	S/. 1,600
Vehiculos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Muebles	S/. 3,000	1	S/. 3,000	5	S/. 600
Total			S/. 16,000		S/. 3,200

Fuente: elaboración propia

Cuadro 20

Depreciación de los activos de agencia de viajes y turismo Aventour, 2022

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/. 16,000	-S/. 3,200	-S/. 3,200	-S/. 3,200	S/. 6,400
Amortización activo intangible	S/. 1,600	-S/. 320	-S/. 320	-S/. 320	S/. 640
Total	S/. 17,600	-S/. 3,520	-S/. 3,520	-S/. 3,520	S/. 7,040

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21

Costo laboral %

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

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Financiamiento de agencia de viajes y turismo Aventour SRL

Cuadro 22

Programa de endeudamiento de agencia de viajes Aventour SRL (soles)

Deuda a tomar	S/. 15,000			
34.49%	Anual	2.5%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	15,000	375	417	792
2	14,583	365	417	781
3	14,167	354	417	771
4	13,750	344	417	760
5	13,333	333	417	750
6	12,917	323	417	740
7	12,500	313	417	729
8	12,083	302	417	719
9	11,667	292	417	708
10	11,250	281	417	698
11	10,833	271	417	688
12	10,417	260	417	677
		3,813	5,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	10,000	250	417	667
14	9,583	240	417	656
15	9,167	229	417	646
16	8,750	219	417	635
17	8,333	208	417	625
18	7,917	198	417	615
19	7,500	188	417	604
20	7,083	177	417	594
21	6,667	167	417	583
22	6,250	156	417	573
23	5,833	146	417	563
24	5,417	135	417	552
		2,313	5,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	5,000	125	417	542
26	4,583	115	417	531
27	4,167	104	417	521
28	3,750	94	417	510
29	3,333	83	417	500
30	2,917	73	417	490
31	2,500	63	417	479
32	2,083	52	417	469
33	1,667	42	417	458
34	1,250	31	417	448
35	833	21	417	438
36	417	10	417	427
		813	5,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 23

Capital de trabajo de agencia de viajes turismo Aventour, 2022

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	3%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.11,182	-S/.2,143	-S/.2,583	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,035	-S/.595	-S/.717	
Inventario					
Número de días		5	5	5	
Monto		-S/.4,026	-S/.2,134	-S/.2,259	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.805	S/.427	S/.452	
TOTAL	-S/.11,182	-S/.6,399	-S/.4,885	-S/.2,524	S/.24,991

Fuente: elaboración propia

Cuadro 24

Cálculo de la tributación de agencia de viajes turismo Aventour, 2022

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)	0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT) - Regimen amazonia	5.0%	5.0%	5.0%
Tasa tributaria (TAX)	5.00%	5.00%	5.00%
Para efectos de pago a SUNAT Regimen MYPE			
Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)	0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)	15%	15%	15%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2022	Cantidad	Importe
Unidad Impositiva Tributaria	4,300	15	64,500

Fuente: elaboración propia

Cuadro 25

Estado de resultados integrales de agencia de viajes turismo Aventour, 2022

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.372,719	S/.587,032	S/.845,326
Costo ventas	-S/.289,892	-S/.443,535	-S/.606,165
Margen Bruto	S/.82,826	S/.143,497	S/.239,161
Gastos administrativos	-S/.52,736	-S/.58,104	-S/.68,960
Depreciación	-S/.3,520	-S/.3,520	-S/.3,520
Gastos comerciales	-S/.15,000	-S/.19,800	-S/.25,200
Margen operativo	S/.11,570	S/.62,073	S/.141,481
Gastos financieros	-S/.3,813	-S/.2,313	-S/.813
Margen antes de tributos	S/.7,758	S/.59,760	S/.140,669
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/7,758	S/59,760	S/140,669
Pago impuesto a la renta	-S/.388	-S/.2,988	-S/.7,033
Utilidad neta	7,370	56,772	133,635

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de caja e indicadores de rentabilidad

Cuadro 26

Flujo de caja de agencia de viajes turismo Aventour SRL, 2022

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.372,719	S/.587,032	S/.845,326	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.17,600				S/.7,040
Capital de trabajo	-S/.11,182	-S/.6,399	-S/.4,885	-S/.2,524	S/.24,991
Compras		-S/.289,892	-S/.443,535	-S/.606,165	
Gastos administrativos		-S/.52,736	-S/.58,104	-S/.68,960	
Gastos comerciales		-S/.15,000	-S/.19,800	-S/.25,200	
Pago impuestos		-579	-3,104	-7,074	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.28,782	S/.8,112	S/.57,604	S/.135,403	S/.32,031
Préstamo recibido	S/.15,000				S/.0
Amortización		-S/.5,000	-S/.5,000	-S/.5,000	
Gastos financieros		-S/.3,813	-S/.2,313	-S/.813	
Escudo fiscal		S/.191	S/.116	S/.41	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.13,782	-S/.509	S/.50,407	S/.129,631	S/.32,031

FCE	-S/.28,782	S/.8,112	S/.57,604	S/.167,434
FCF	-S/.13,782	-S/.509	S/.50,407	S/.161,662

Fuente: elaboración propia

Cuadro 27

VAN, TIR y B/C de agencia de viajes turismo Aventour SRL, 2022

VAN Económico	S/ 135,228.17
Tasa de descuento (CAPM)	14.12%
TIR Económica	128%
Indice B/C	5.70

VAN Financiero	S/ 103,805.64
Tasa de descuento (WACC)	23.84%
TIR Financiero	179%
Indice B/C	8.53

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

- a.** De acuerdo al estudio del plan de negocio, es un proyecto viable según el estudio de mercado en distrito Belén, por la rentabilidad que presenta y la baja competencia que posee. La mayoría de negocios similares están cerca a los bancos y en el centro de la ciudad Iquitos.
- b.** Se determina que los servicios ofrecidos manejan precios competitivos, orientación en información turística, promociones y descuentos por temporadas. Además, brinda seguridad y confianza en todas las ventas.
- c.** La fuente de aprovisionamiento de las operaciones es planificada para el servicio que brindará, el mismo que se ha elaborado de forma detallada. La ejecución se realizará con una agencia mayorista ciudad Lima.
- d.** El plan de recursos humanos ha determinado las políticas para el reclutamiento del personal y las condiciones laborales para los trabajadores, considerando a ellos muy importante en el proceso. Garantiza una buena selección de personal, contratación e inducción, además de contar con horarios establecidos.
- e.** Referente al plan económico y financiero se obtendrá financiamiento para incrementar su capital de trabajo, el cual tiene un periodo de 3 años. Su rentabilidad muestra, VAN Económico de S/135,288, TIR Económica 128%; así mismo, cuenta con VAN Financiero de S/103,805, TIR Financiero 179%.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ministerio de la Producción - PRODUCE, documento Word, 2016. *Mejoramiento del servicio de comercialización del gran mercado de Belén* – *Iquitos*.
<https://info.undp.org/docs/pdc/Documents/PER/Belen%20-%20Plan%20de%20Iniciaci%C3%B3n%20-%20d1%20-%2012%20may%2015.docx>.
2. Barrio de Belén, *Iquitos, recorriendo un mercado amazónico*.
<https://iquitosperu.net/lugares-turisticos/barrio-belen/>
3. Lengua, Christian. 07/09/2020. Diario el comercio, *Loreto: gremio turístico solicita que regresen los vuelos internacionales directos a Iquitos*.
<https://elcomercio.pe/economia/peru/loreto-gremio-turistico-solicita-que-regresen-los-vuelos-internacionales-directos-a-iquitos-ncze-noticia/>
4. Palacios Sotomayor, Ximena. 25/08/2022. Mudo social. Diario digital del Perú, *Iquitos incrementa su conectividad aérea con Lima*.
<https://mudosocial.com/cultura/ciudad-de-iquitos-incrementa-su-conectividad-aerea-con-lima/>
5. Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI - Censos nacionales 2007 Y 2017: de población, de vivienda y de comunidades indígenas.