UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIOS TURISMO EN LAS ALTURAS,

IQUITOS, 2019

Autores:

Sánchez Revilla, Rosa Mercedes

Valerio Guevara, Jarly Froelan

Para optar el título profesional
de Licenciado en Administración de Empresas

Para optar el título profesional de Contador Público

IQUITOS-PERÚ

2019

DEDICATORIA

A nuestros padres porque nos han dado la existencia; y en ella la capacidad por superarnos y desear lo mejor en cada paso por este camino difícil y arduo de la vida. Gracias por ser como son, por que su presencia y persona han ayudado a construir y forjar la persona que ahora soy.

A nuestros maestros y amigos; que en el andar por la vida nos hemos encontrado; porque cada uno de ustedes ha motivado mis sueños y esperanzas en consolidar un mundo más humano y con justicia. Gracias a todos los que han recorrido este camino con nosotros, porque me han enseñado a ser una persona más humana.

Rosa Sánchez Jarly Valerio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme salud cada día en este mundo, así mismo a los docentes de la Universidad Científica del Perú por inculcarme enseñanza en el transcurso de mi carrera y tener paciencia en el proceso de mi aprendizaje y formación profesional.

Agradecer a mi familia: padres y hermanos, por acompañarme en todo momento del tiempo que requirió mis estudios universitarios brindándome su apoyo incondicional.

.

Rosa Sánchez Jarly Valerio

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

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 titulada:

"PLAN DE NEGOCIOS TURISMO EN LAS ALTURAS IQUITOS, 2019".

De los alumnos: **SANCHEZ REVILLA ROSA MERCEDES Y VALERIO GUEVARA JARLY FROELAN** pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **25% de similitud**.

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

San Juan, 20 de noviembre del 2019.

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

CJRA/lasda
028 -2019

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 0478-2019-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 27 de noviembre del 2019, la Facultad de Negocios de la Universidad Científica del Perú-UCP, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Plan de Negocio: **PLAN DE NEGOCIOS TURISMO EN LAS ALTURAS, IQUITOS, 2019,** a los Docentes:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán	**Presidente.**
CPC Carlos Anibal García Del Castillo	**Miembro**
Lic. Adm. Segundo Wilfredo Fasanando García	**Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 19.30 horas del día 29 del mes de noviembre del año 2019, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:

SANCHEZ REVILLA ROSA MERCEDES
VALERIO GUEVARA JARLY FROELAN

Como requisito para optar el título profesional de **Licenciado en Administración de Empresas y Contador Público.** Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

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

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán
Presidente

CPC Carlos Anibal Garcia Del Castillo
Miembro

Lic. Adm. Segundo Wilfredo Fasanando Garcia
Miembro

CALIFICACIÓN:

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

ÍNDICE DE CONTENIDO

Página

RESUMEN……..... 1

SUMMARY……..... 2

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio……... 3

1.2. Actividad empresarial…… 3

1.3. Idea del negocio……..... 4

2. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes…… 5

2.2 Demanda actual y tendencias……... 7

2.3 Oferta actual y tendencias……..... 9

2.4 Programa de marketing……..... 12

2.4.1. El producto……... 12

2.4.2. El precio…… 15

2.4.3. La promoción…… 15

2.4.4. La cadena de distribución……..... 19

3. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento..…… 20

3.2 El proceso de servicio al cliente...……..…….... 22

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La organización……..……... 24

4.2 Puestos, tareas y funciones…… 24

4.3 Condiciones laborales…… 27

4.4 Régimen tributario…… 27

5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico……..... 28

5.2 Estudio financiero……. 30

CONCLUSIONES…… 32

BIBLIOGRAFÍA……..... 33

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadro Nº 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU……... 3

Cuadro Nº 02 Proyección de la demanda, 2019 (en miles) ……...7

Cuadro Nº 03 Negocios similares en nuestro país.....……. 9

Cuadro Nº 04 Precio de los servicios que brinda la empresa,2019..... 15

Cuadro Nº 05 Comportamiento del mercado: Tendencias y participación…...28

Cuadro Nº 06 Ingresos por ventas (soles)…… 28

Cuadro Nº 07 Gastos administrativos (soles)…… 28

Cuadro Nº 08 Gastos comerciales (soles) …… 29

Cuadro Nº 09 Gastos pre operativos (soles) ...……..... 29

Cuadro Nº 10 Inversión en activos (soles)…… …… 29

Cuadro Nº 11 Depreciación (soles)……... 29

Cuadro Nº 12 Programa de endeudamiento (soles)…… 30

Cuadro Nº 13 Estado de resultados integrales (soles)……..... 31

Cuadro Nº 14 Flujo de caja (soles)…… 31

Cuadro Nº 15 VAN y TIR…. ……..……..... 31

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figura Nª 01 Ubicación de la empresa, 2019…….. 3

Figura Nª 02 Personas saliendo de la rutina, relajándose…… 7

Figura Nª 03 Paseo en el globo aerostático cautivo……..…… 13

Figura Nª 04 Vista panorámica de un globo a 50 metros de altura...…….. 14

Figura Nª 05 Globo en desenso..... …… 14

Figura Nª 06 Logo de la empresa, 2019…… 15

Figura Nª 07 Afiche para la promoción, 2019…….....…… 17

Figura Nª 08 Polo con logo de la empresa, 2019……... 17

Figura Nº 09 Llaveros con logo de la empresa, 2019……. 18

Figura Nª 10 Fan page de la empresa, 2019…… 18

Figura Nª 11 Canal de distribución…… …… 19

Figura Nª 12 Proceso de aprovisionamiento de la empresa..……..…… 21

Figura Nª 13 Proceso de atención al cliente de la……..... 22

Figura Nª 14 Proceso del inflado del globo.....……..... 23

Figura Nª 15 Estructura orgánica de la empresa, 2019……..... 24

PLAN DE NEGOCIOS TURISMO EN LAS ALTURAS,

IQUITOS, 2019

Rosa Mercedes, Sánchez Revilla
Jarly Froelan, Valerio Guevara

RESUMEN

El negocio se dedicará a brindar servicio para conocer la ciudad de Iquitos y sus atractivos naturales, a través de un vuelo a 50 metros de altura en un globo aerostático cautivo, como primera etapa. Se evaluará la posibilidad de realizar vuelos libres en la ciudad. El que estará destinado a los turistas nacionales y extranjeros, y el público local.

Respecto al plan de marketing, se aprecia una demanda creciente por los recreos, para relajarse personal o en grupos ya sea con los familiares o amigos. La empresa presenta varias estrategias de promoción la que se difundirá por medios visuales.

Referente al plan de operaciones se han elaborado para lograr eficiencia y que satisfaga la necesidad de los clientes. La fuente de aprovisionamiento se da en mercado internacional y en el mercado local.

Sobre el plan de recurso humano, las políticas laborares buscan que el trabajador mejore su calidad de vida, quienes gozaran de todos los beneficios sociales de una micro empresa. El organigrama diseñado es funcional.

Los resultados económicos financieros, muestran que el análisis reporta un valor actual neto (VAN) de S/.102,644.00 y con una tasa interna de retorno (TIR) del 81%. En cuanto a la relación Beneficio Costo (B/C) es de 1.59 .

Palabras claves: vuelo, globo cautivo, altura, pasajeros.

BUSINESS PLAN TOURISM IN THE HEIGHTS,
IQUITOS, 2019

Rosa Mercedes, Sánchez Revilla
Jarly Froelan, Valerio Guevara

SUMMARY

The business will be dedicated to providing service to know the city of Iquitos and its natural attractions, through a flight 50 meters high in a captive hot air balloon, as the first stage. The possibility of free flights in the city will be evaluated. The one that will be intended for domestic and foreign tourists, and the local public.

Regarding the marketing plan, there is a growing demand for breaks, to relax in staff or in groups with family or friends. The company presents several promotional strategies which will be disseminated by visual means.

Regarding the operations plan, they have been developed to achieve efficiency and to meet the needs of customers. The source of supply is in the international market and in the local market.

Regarding the human resource plan, labor policies seek to improve the worker's quality of life, who will enjoy all the social benefits of a micro enterprise. The organizational chart designed is functional.

The economic and financial results show that the analysis reports a net present value (NPV) of S / .102,644.00 and with an internal rate of return (IRR) of 81%. Regarding the relation Benefit Cost (B / C) is 1.59.

Keywords: flight, captive balloon, height, passengers.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

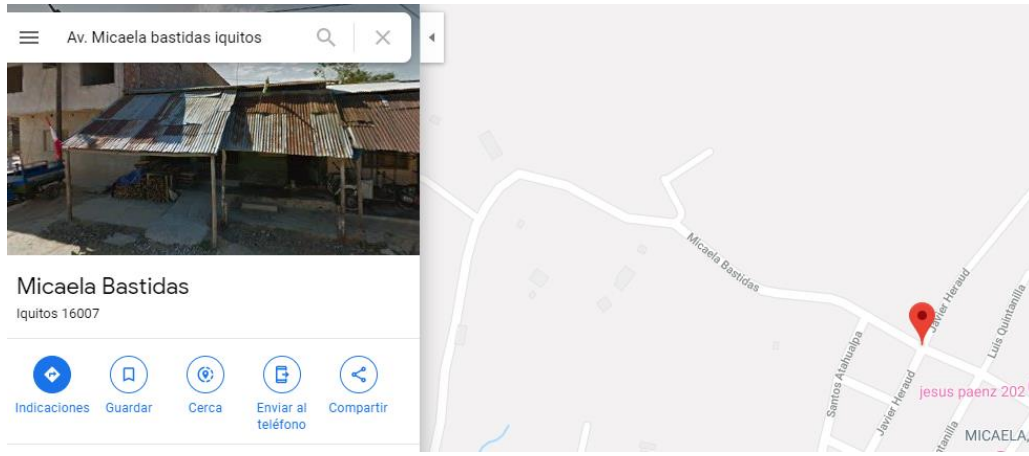
Nombre comercial: Turismo en las alturas, Globo Aerostático

Razón social: Inversiones J&R S.A.C.

Sector de la actividad: servicio

Localización: calle Argentina Nro.289, distrito de Punchana, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Figura 01. Ubicación de la empresa, 2019



Fuente: www.google.com.pe/maps/place/Micaela+Bastidas,+Iquitos+16007/

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2017

R	Actividades artísticas de entrenamiento y recreativas			
	93	Otras actividades de esparcimiento y recreativas		
		932	Actividades de parque de atracciones y parques temáticos	
			9329	Otras actividades de esparcimiento y recreativas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer las necesidades de relajación para liberar la tensión, reducir el estrés, recrear la mente y despejarla hacia una distracción natural, con la demostración de una vista panorámica de la ciudad de Iquitos. Así mismo la necesidad de entretenimiento, pasar momentos emocionantes de modo personal o grupal.

Los segmentos de mercado son las personas entre los 18 años y los 55 años de edad que estén vinculados con lazos familiares, sentimentales, amistad y aquellos experimentales, así como menores de edad que cuenten con autorización y acompañamiento de sus respectivos padres o apoderados, con el fin de buscar la integración familiar o amical.

Se brindará el servicio de conocer la ciudad Iquitos a través de una vista panorámica, a 50 metros de altura, por medio un globo aerostático cautivo, impulsado con gas propano. Con una capacidad para 08 personas durante 25 minutos, los que estarán acompañados de un instructor con medidas de seguridad. Los medios de pagos a utilizar serán a través de las tarjetas de débito y crédito o en efectivo.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

Actualmente la sociedad está pasando por situaciones intensas que impactan en el comportamiento de las personas, ya sea sobrecarga del día a día o por el día a día. En este aspecto podemos citar: Al estrés, a la sobrecarga del trabajo, la monotonía en el hogar. También, hay personas que sienten la necesidad de momentos de recreación, integración familiar, momentos excitantes, momentos románticos. Otras personas buscan sentir la adrenalina de la altura ya sea en el día o por la noche.

Al respecto, el ser humano busca los momentos adecuados para liberar algún tipo de tensión de muchas maneras y a veces no hay los productos o servicios para hacerlo.

Los centros recreacionales ubicados en la ciudad ofrecen productos rutinarios y no rompen la monotonía, los negocios son decisivos desde diversos aspectos: tamaño, localización entre otros.

Respecto al tamaño, los recreos más grandes (El fundo o Quistococha) como hay pequeño (Parque Zonal o Anaconda), los cuales cuentan con un esparcimiento fijo y seguro para los visitantes, a tener momentos de recreación, no demuestran una apreciación geográfica de alguna vista para el entretenimiento y aportar en el conocimiento geográfico de la ciudad.

Respecto a la localización, tenemos aquellas que se ubican en zonas urbanas de la ciudad como en zonas rurales, por ejemplo en la carretera Iquitos – Nauta.

Respecto a las formas o tipos de recreo, podemos mencionar los recreos con piscinas, animales, bebidas, comidas y áreas para efectuar deporte como el futbol o voleibol, las cuales son aprovechadas por los usuarios y muchas veces no satisfacen al grupo en cuanto al recreo se refiere y sobre todo al aspecto constructivo que se debe fomentar en cada individuo a raíz de las experiencias.

Como los usuarios locales, regionales y extranjeros son visitantes a los recreos de la ciudad con el fin de conseguir pasar momentos agradables en compañía de seres queridos, es importante estudiar las necesidades de usuarios que requieren recrearse de forma diferenciadas y conocer la ciudad desde una perspectiva y enfoque diferente, haciéndolo con estilos fuera de lo normal como vistas a la ciudad y conocer el aspecto geográfico y la ubicación aledaña en la que se encuentra la ciudad.

Para atender estas necesidades en función al recreo diferenciado y constructivo para el conocimiento geográfico-cultural de personas visitantes locales, regionales y extranjeros, se ha creado una forma diferente de satisfacer esas necesidades de recreo, la misma que estarán acompañados de promociones para el uso de turismo a la altura, la cual buscara contribuir y mejorar la atracción turística de ciudadanos que visitan la ciudad de Iquitos.

Esta nueva forma de brindar un recreo a las personas usuarias en la ciudad de Iquitos contribuirá como una innovación para el turismo entre otros productos.

Con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, y promover su próxima visita a las instalaciones del recreo en mención, se emitirán promociones por cantidades de visitas y uso de nuestro recreo de entretenimiento, como, por ejemplo; a diez visitas y uso de nuestro recreo se otorgará un servicio gratuito de turismo a la altura, como también los descuentos a grupos de personas o familias cuyos integrantes sean ocho o superior.

En cuanto a la seguridad y proteger la integridad del personal que visita a nuestras instalaciones y hacen uso del recreo turismo en las alturas, se contará con personal de vigilancia al ingreso y en el interior de las instalaciones con personal que cuente con capacidades para reprimir cualquier actos o incidentes que no sean oportunos e indecentes.

Figura 02. Persona saliendo de la rutina, relajándose



Fuente: www.google.com/search?q=peson+arelajandose&rlz=1C1CHBD_esPE850

2.2 Demanda actual y tendencias.

En el cuadro 02, podemos apreciar el promedio de turistas que visitan el Perú, que asciende a 3,520 (miles). En al promedio de turistas que visitan la región Loreto asciende a 22(miles). El plan de negocios está dirigido a los turistas que visitan nuestra ciudad, además, de los que visitan a un familiar que llegan al 94%, haciendo un total de turistas de 199(miles). Los turistas que gustan de practicar deportes de aventura es del 70%, que hacen un total de demanda proyectada de 140(miles).

Cuadro 02. Proyección de demanda, 2019 (en miles)

Promedio de turistas extranjeros que visitan Perú, último año (miles)	3,520
Promedio de turistas extranjeros que visitan Iquitos, último año (miles)	212
Turistas que visita Iquitos por vacaciones y visita a un familiar	94%
Total de turistas que visitan Iquitos por vacaciones y visita a un familiar (miles)	199
Turistas que gustan practicar deporte de aventura	12%
Total demanda proyectada (miles)	23.88

Fuente: elaboración propia

El Perú se ha convertido en un país que ofrece una gran variedad de atractivos naturales, arqueológicos, culturales y gastronómicos, lo que ha contribuido a posicionarlo como un destino de lujo.

Una de las tendencias más resaltantes, es que este tipo de turistas busca participar e interactuar con la naturaleza y la comunidad local para lograr una experiencia inmersiva, por lo que habrá algunos que opten por hospedarse en comunidades nativas y vivir el día a día junto a los pobladores. Otros tal vez preferirán quedarse en un hotel en pleno Lago Titicaca o un hospedaje colgante en el Valle Sagrado para disfrutar la naturaleza del lugar.

Este tipo de turistas buscan también experiencias que se asocien a su estilo de vida, que sean únicas y, no hay nada mejor que, por ejemplo, disfrutar desde un helicóptero de última generación los nevados, lagunas o sitios arqueológicos que se encuentran en nuestro país, pues tendrán una visión panorámica increíble del lugar, mientras reciben información de la cultura y podrán capturar fotografías paisajistas que retraten su viaje.

Este tipo de servicios a demanda siempre han formado parte del lujo, ya que a los turistas les gusta sentirse privilegiados, pero al mismo tiempo ligados al destino, por ello, el visitar museos de sitio, comunidades, centros productores, eventos de agenda cultural y artistas locales de manera exclusiva, será muy valorado por estos viajeros.

La propuesta del presente proyecto es la de brindar el servicio de un paseo a una altura de 300 metros para gozar de la vista panorámica de la ciudad de Iquitos, dentro de ellos, apreciar la unión del rio nanay con el rio amazonas, el rio amazonas, el paisaje, la catedral, la casa de fierro, entre otros lugares turísticos, desde un globo aerostático cautivo.

Lima no solo es un destino increíble por su historia y gastronomía, sino también es una gran alternativa para los turistas amantes de la aventura. En especial, si lo que quieres es alcanzar las nubes mientras disfrutan de los hermosos paisajes de la capital haciendo parapente.

2.3 Oferta actual y tendencia.

En el cuadro siguiente podemos apreciar la oferta de tres negocios similares en nuestro país. A nivel del mercado local no existe empresa alguna que brinde los mismos servicios que se propone en el presente plan de negocios. El negocio encontrado se encuentra en la ciudad de Lima y sólo el primero en la ciudad de Cuzco.

Cuadro 03. Negocios con giros similares en nuestro país, 2019

Detalle	Unidad	Empresas		
		Skay Dream Perù	Aerostato Perù	Skydive Inca
Vuelo para 5 personas	Vuelo	S/ 1,500.00	S/ 1,600.00	S/ 1,300.00

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las tendencias en nuestro país, utilizar tecnologías más reales, debemos comentar que la realidad aumentada y la realidad virtual se han afianzado en la industria de viajes y turismo, gracias al valor agregado que aportan a las experiencias de viaje, logrando que el turista tenga una mayor interacción con el destino o servicio. Por ejemplo, mediante una aplicación móvil, el usuario puede conocer cómo será su habitación antes de llegar al hospedaje, dar un paseo virtual por el lugar que visitará, calcular distancias entre atractivos turísticos, entre otros.

El turismo sostenible hoy en día, los turistas tienen mayor conciencia sobre la sostenibilidad social, económica y ambiental. La responsabilidad y el compromiso con las economías locales hacen que estos viajeros busquen actividades alternativas, como el ecoturismo, cuyo enfoque está en la valoración del medio ambiente y de la cultura del destino visitado.

China es el principal mercado emisor de turistas. Se espera que sus salidas internacionales crezcan, entre 2016 y 2021, un 10,2% anualmente, superando los 200 millones de viajeros por el mundo. Además, se espera que los chinos incluyan actividades de turismo gastronómico y deportes en la naturaleza como parte de sus viajes.

Viajar por las vías férreas permite a los pasajeros concentrarse en la experiencia del viaje; es decir, conectarse con todo lo que pueden ver y disfrutar del recorrido: paisajes, monumentos históricos y otras localidades. Por este motivo, cada vez más proveedores están introduciendo nuevas rutas que incluyen traslados en trenes de lujo. Asimismo, algunos ofrecen combinar este transporte con viajes en cruceros, como se da en Europa.

Muchas aerolíneas están lanzando su línea *low cost* con servicios de larga distancia. Este crecimiento se debe a la inversión que realizan por mejorar la experiencia de vuelo, con el fin de complementar el atractivo fundamental de esta categoría: el precio bajo. Además, estas aerolíneas están dispuestas a agruparse y ofrecer a sus usuarios la posibilidad de iniciar su viaje con una *low cost* y llegar a su destino final a través de otra aerolínea de bajo costo asociada.

Muchas ciudades reciben cantidades excesivas de turistas, por ello han comenzado a buscar distintas medidas para que esto no se convierta en un problema. Entre estas acciones se encuentra implementar topes y elevar impuestos para limitar el número de visitantes. También, se aplica un sistema de gestión de flujos y se alienta a los turistas a visitar atracciones fuera del centro. Estos métodos buscan descongestionar el turismo en lugares específicos incentivando a los visitantes a cambiar sus hábitos de viaje.

Los viajes en primera clase son cada vez menos populares. Esto se debe a que los pasajeros consideran que el costo adicional es innecesario. Por esta razón, las aerolíneas *Premium* han optado por innovar su servicio e implementar opciones más lujosas: se ofrecen cabinas privadas con mayor espacio, camas de 180°, ventanas virtuales para suites ubicadas en el pasillo central y más. A medida que la competencia se incremente, se espera que las aerolíneas incluyan más asientos lujosos de primera clase en sus rutas populares para competir por el segmento más alto del mercado.

La experiencia de viaje puede ser más placentera si se adaptan los servicios a las necesidades de cada usuario. El uso del *Big Data* permite analizar la gran cantidad de información recolectada de los viajeros, mediante diversos medios y plataformas, con la finalidad de ajustar los productos a la medida del cliente. GlobalData señala que los precios se podrán adaptar a la

oferta y a la demanda, los sitios web de viajes cambiarán estos montos a través de la automatización y predecir con mayor exactitud sus variaciones a lo largo del tiempo.(www.promperu.gob.pe-2018).

El turismo de aventura es una alternativa diferente para conocer el Perú. En costa, sierra y selva hay escenarios adecuados para los amantes de deportes extremos y de aventura. Montañismo, kayak, trekking y ciclismo de montaña son los que más se practican en territorio nacional. Eso sí, hay que saber prepararnos para hacer este tipo de actividades.

No todos los deportes de aventura son arriesgados, hay varios niveles y puedes elegir la actividad que mejor te va sin correr riesgos. Es importante tener en cuenta la hidratación, los implementos de seguridad, la vestimenta adecuada y el calzado ideal para que tu cuerpo se pueda mover de manera eficaz.

Montañismo: La escalada está cada vez más de moda. Para practicar este deporte, es imprescindible estar en forma y no sufrir de vértigo. Ten en cuenta, como un punto importante, utilizar los arneses y las protecciones de seguridad. Utiliza como ayuda los salientes y las grietas de la propia roca y asciende verticalmente un barranco o montaña.

Kayak: Es un deporte milenario que apasiona a quienes lo practican y a quienes lo observan. El kayak es un estilo de piragua en la cual el remero va sentado con la vista en el sentido de la marcha y para su propulsión utiliza un solo remo de 2 palas. No olvides que deben proporcionarte un casco y darte una pequeña charla sobre medidas de seguridad antes de iniciar el recorrido.

Trekking: Este deporte de aventura consiste en recorrer a pie largas distancia por escenarios naturales, altas montañas y rutas poco frecuentadas. Además, busca acercar a las personas al medio natural y al conocimiento de la zona a través del patrimonio y los elementos etnográficos y culturales tradicionales.

2.4 PROGRAMA DE MARKETING.

2.4.1 El producto

El servicio constará de un vuelo en un globo aerostático cautivo, impulsado con aire caliente, a 50 metros de altura, con una capacidad de 8 personas, durante 30 minutos, así tener una vista panorámica de los atractivos turísticos naturales de nuestra región. De esa manera tener una experiencia inolvidable con los familiares, amigos y demás personas.

Características del servicio de vuelo:

- Hora de vuelo : primer vuelo 6 de la mañana
- Servicio : en globo aerostático cautivo
- Capacidad : 8 personas
- Tiempo : 25 minutos
- Altura : de 50 metros
- Tripulación : piloto instructor
- Propulsor : aire caliente

El pasajero debe llevar lo siguiente:

- Guantes
- Casaca cortaviento

Además del vuelo el servicio incluye:

- Desayuno campestre como primera actividad
- Brindis tradicional con espumante al término del paseo.
- Seguridad y vigilancia de vehículos.
- Tripulación experimentada y con Licencia de Piloto de Globo Libre.
- Botiquín de emergencias.

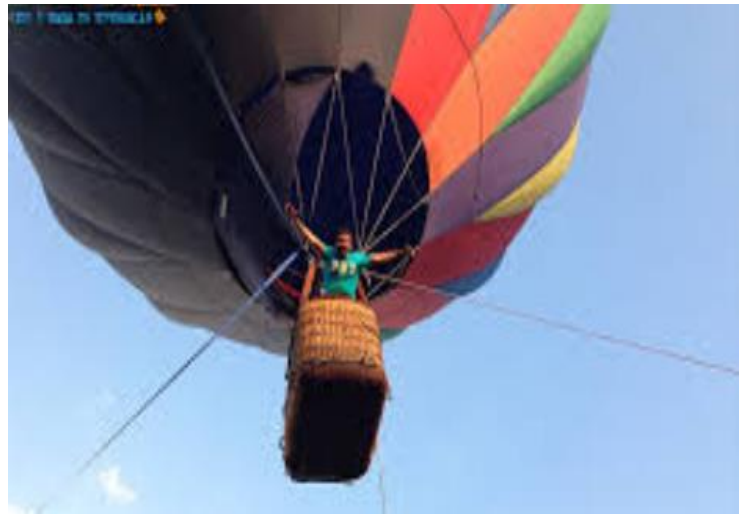
- Seguimiento del paseo en la zona de operación.
- Se entregará un certificado de vuelo
- El aterrizaje es celebrado con un brindis de cortesía

Los participantes podrán disfrutar de la sensación de elevarse dentro de una barquilla de mimbre mediante un globo de aire caliente. Para la realización de un vuelo cautivo es necesario un espacio de 50 x 50 metros libres de cables y obstáculos. Las mejores horas para realizarlo son a primera hora de la mañana o la última hora del atardecer e incluso por la noche, en cualquier época del año.

Sentir la sensación de como la tierra se va separando lentamente, es una experiencia inolvidable. Contemplar la belleza inigualable a vista de pájaro talvez sea una experiencia única en la vida de los clientes. Flotar en el cielo en silencio absoluto, mientras el viento empuja el globo cautivo, se va descubriendo el paisaje asombroso.

El globo es fijado al suelo mediante cuerdas y se hace subir y bajar hasta una determinada altura.

Figura 03. Paseo en el globo aerostatico cautivo



Fuente: www.google.com/search?q=accesorios+para+subirse+a+un+globo

Figura 04. Vista panoramica de un globo a 50 metros de altura



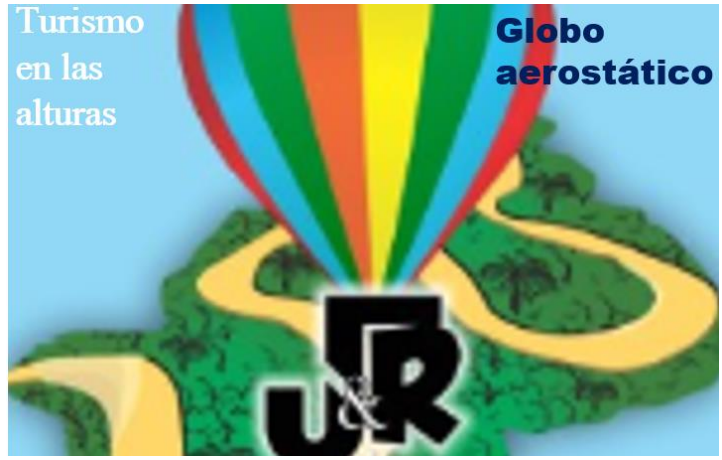
Fuente: elaboración propia

Figura 05. Globo en desenso



Fuente: www.google.com/search?q=accesorios+para+subirse+a+un+globo+aerost

Figura 06. Logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

El precio que se ha establecido en la empresa, responde a la estructura de costos y al precio de la competencia, de tal manera que permite contar con un margen de rentabilidad aceptable por el emprendedor.

a) Objetivos del precio.

El objetivo que se persigue con el presente plan de negocios es la de maximización de la cuota de mercado, por ser un producto nuevo en el mercado, se pretende ganar la máxima cantidad de clientes.

Cuadro 04. Precio de los servicios que brinda la empresa, 2019

Detalle	Unidad	Inversiones Globo SAC
Vuelo para 8 personas 20min.	Vuelo	S/ 1,600.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción.

Kotler & Keller (2006), autores del libro "Dirección de Marketing", indican que la promoción incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, las ventas personales y los eventos y experiencias para lograr sus objetivos (Keller & Kotler, 2006).

Turismo en las alturas aplicará cada una de estas herramientas con el fin de dar a conocer al público las bondades de nuestro servicio, para conseguir mayor cuota de mercado y de esa manera mantener la marca en el tiempo.

Se utilizarán las siguientes herramientas:

a) Publicidad: se ha considerado del alquiler de dos paneles led ubicado en la zona sur (frente al ingreso del Gorel) y otro en el cercado de la ciudad de Iquitos, calle Bolognesi con Calle Cáceres, ambos con alto tránsito personal y vehicular.

También, se usará los medios tradicionales de publicidad, como es el caso:

En televisión, canal 21 Amazonia TV en el programa más visto en la ciudad de Iquitos. Por el lado de la radio, radio Loreto, programa Loreto en la noticia, y el diario de mayor circulación regional, diario la región.

b) Acciones de la Promoción

Las acciones a realizar son las siguientes:

- Noches románticas, los que soliciten los servicios para realizar vuelos en

las noches, tendrán un descuento del 20%.

- Servicio de pedidas de mano, se hacen acreedor del 30%.
- Clientes recurrentes, equipo completo 25% de descuento.

c) Acciones de la Publicidad

Las acciones a realizar son las siguientes:

- Volantes que serán repartidos en puntos estratégicos de la ciudad, ya sea en colegios, plazas y otros lugares de mayor concurrencia.
- Obsequio de polos y llaveros con la marca de la empresa.
- Spot radial y televisivo para el mercado local.

- Publicidad en los diarios locales.
- Publicidad a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

Figura 07. Afiche para la promoción de nuestro servicio, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 08. Polo con logo de la empresa, 2019



Fuente: http://www.polos.com.pe/polo-color-rojo-301/

Figura 09. Llavero con logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 10. Fan page de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La Cadena de Distribución

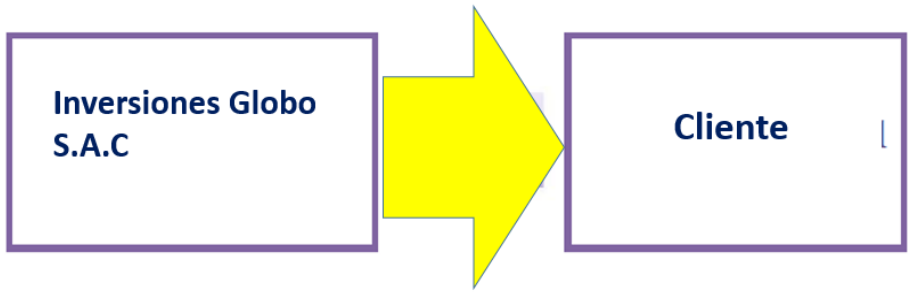
a) **Objetivo de distribución**

La empresa se ubicará en Calle Micaela Nro. s/n, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. Cabe mencionar que la cadena de distribución será directa.

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

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

Figura 11. Canal de distribución



Fuente: elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

Los procesos constituyen una de las partes fundamentales dentro la empresa, porque de ello dependerá que se elaboren bienes o se brinden servicios de calidad, que satisfaga las necesidades de los clientes.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.

La fuente de aprovisionamiento se da en el mercado local y el mercado internacional, En la identificación vamos a conocer a los proveedores de globos aerostáticos, como los insumos para el funcionamiento de la misma, se tiene conocimiento de que la empresa “Plato industrial Limited” cuenta con estos productos e insumos de alta calidad, lo cual procederemos a realizar la pre-selección de proveedores reconocidos por su calidad de venta y producto. , el mismo que tiene diversos modelos de productos según lo publicado en la página

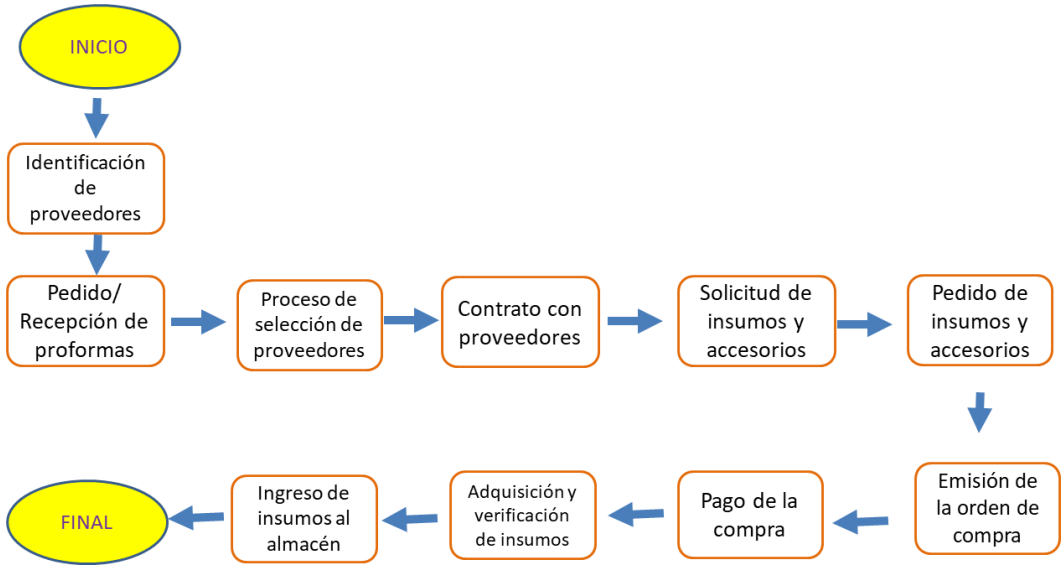
Los contratos con los proveedores, se basarán en las leyes vigentes, teniendo como prioridad la comercialización de los insumos y los globos aerostáticos que se requieren o se requerirán en un futuro de acuerdo a los establecido por Dirección General de Aeronáutica Civil en el Perú.

Los insumos serán solicitados a los proveedores mediante una orden de compra, originada por la Oficina de Administración y Ventas. La adquisición de los insumos se realizará a través de un estricto control de calidad de los productos, para lo cual se cuenta con “plato industrial limited” ubicado en Guangzhou, china, empresa conocida por su calidad de equipos y ofertas de ventas en componentes de globos aerostáticos.

El proceso de aprovisionamiento empieza con la identificación de los proveedores, para el caso del globo aerostático, solo en encuentra en el mercado internacional. El siguiente paso es realizar el pedido, a los proveedores solicitados, los que deben responder con el envió de las proformas, seguidamente se procede a seleccionar los proveedores, para el

cual ser realizará un cuadro comparativo. Seguidamente se elige y se realiza el contrato. Como paso siguiente te recibe las solicitudes de los insumos y accesorios para la atención al cliente, se emite la orden de compra, se realiza la compra que incluye el pago o transferencia del importe, se verifica la mercadería comprada y finalmente se procede ingresar al almacén.

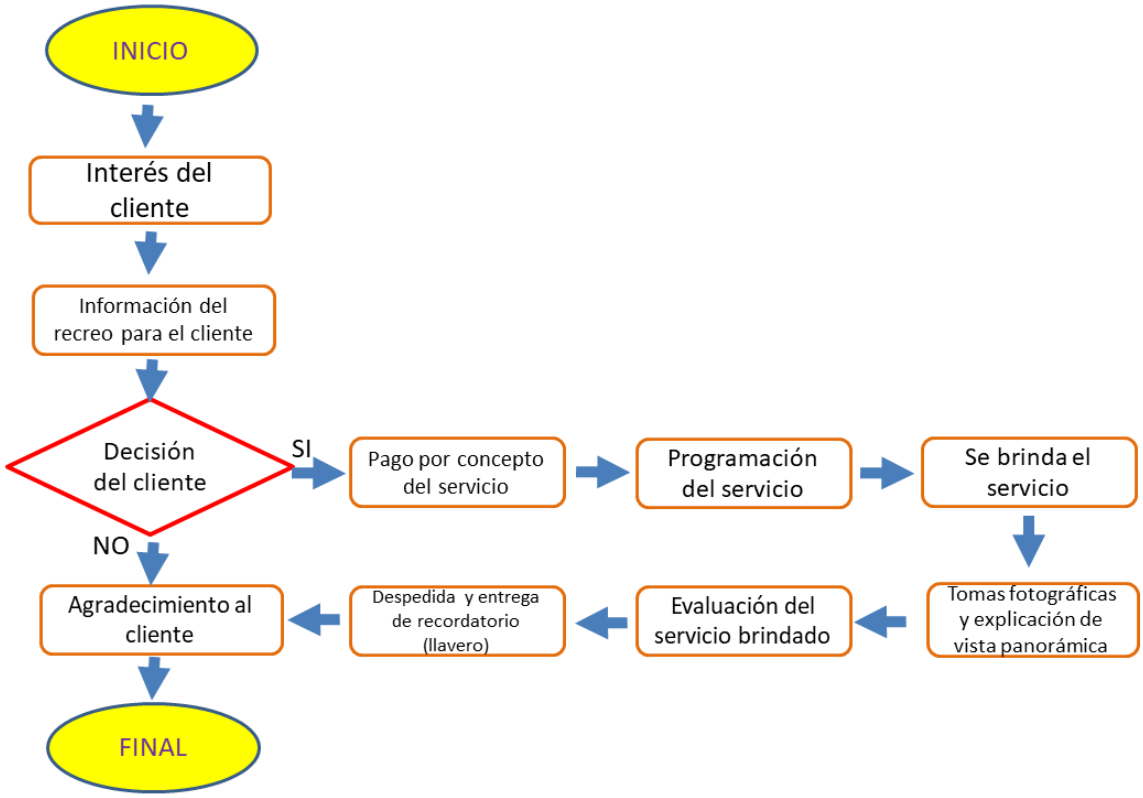
Figura 12. Proceso de aprovisionamiento de la empresa



Fuente: elaboración propia

3.2 El proceso del servicio al cliente.

Figura 13. Proceso de atención al cliente



Fuente: elaboración propia

Proceso del servicio al cliente:

1. Interés del cliente:

Cliente muestra interés sobre nuestros servicios, y se contacta con la empresa por medio de una llamada, un mensaje, o una visita a la empresa.

2. Información del recreo para la cliente:

En este paso se brinda toda la información de los servicios, al cliente, como horarios, costos, participantes, promociones, entre otros.

3. Decisión del cliente:

- No, se procede a agradecer al cliente.
- SI, se sigue con el siguiente paso.

4. Pago por concepto del servicio:

Se procede a cancelar el servicio por adelantado, en efectivo o a través de una transferencia bancaria. En todo caso también se puede utilizar tarjeta de débito y tarjeta de crédito.

5. Se programa el servicio:

De acuerdo al calendario de servicios se procede a programar los servicios.

6. Se atiende el servicio:

Se procede a atender el servicio

7. Tomas fotográficas:

Parte del servicio incluye tomas fotográficas con los clientes, como la guía de los lugares que se aprecian desde el globo.

8. Evaluación del servicio:

Se procede a hacer una encuesta de satisfacción del cliente para evaluar el servicio, para contar con información que puedan ayudar a mejorar el servicio.

9. Despedida y entrega de recordatorio:

Se procede a entregar el recordatorio, un llavero, el certificado y se realiza el brindis de despedida.

10. Agradecimiento al cliente:

Se procede agradecer al cliente y se le invita a su pronto retorno.

Figura 14. Proceso de inflado de un globo



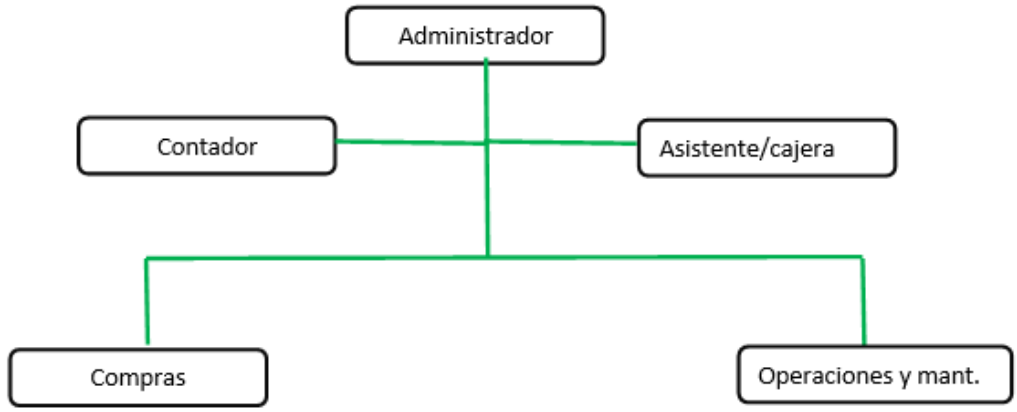
Fuente: http://www.sophimania.pe/sociedad-y-cultura/filosofia-y-humanidades/como-n/

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La organización.

Para el siguiente plan de negocios se ha diseñado la siguiente estructura orgánica.

Figura 15. Estructura organizacional de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones.

Puesto: Administrador.

Funciones:

a. Planifica, organiza, dirige y controla las actividades de la empresa.
b. Administra los recursos y personal de la empresa en base a las disposiciones vigentes y lineamientos de política.
c. Brinda los servicios logísticos y de personal a las diferentes unidades orgánicas de la empresa para su normal desarrollo.
d. Controla y vela por la seguridad y conservación de los bienes patrimoniales de la entidad.
e. Representa a la empresa ante terceros
f. Responsable del pago de remuneraciones
g. Elabora el objetivo y política de ventas
h. Coordina y dirige los procesos de tramitación de las diversas pólizas.

i. Supervisa y administra las pólizas patrimoniales contratadas por la institución, referente a robos, incendios, atracos, de vehículo, dinero y valores de la entidad.

j. Supervisa y administra las pólizas de vida y de accidentes personales del personal, administrativo, operario y de usuarios vip.

k. Responsable del uso de las medidas de seguridad de los pasajeros

l. Responsable de la verificación y control de la seguridad de los pasajeros.

Puesto: Asistente/cajera

Funciones:

a. 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.

b. Tienen 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.

c. Gestionan las tareas administrativas de recepcion.

d. Resuelven los posibles conflictos con los clientes.

e. Se encargan de facturar todos los servicios.

f. En cargada de recaudar los pagos realizados por los clientes

g. Depositar los cobros diarios en la cta. Cte. De la empresa.

h. Elaborar el control diario de los ingresos de la empresa

i. Elaborar un control mensual de los ingresos de la empresa

j. Reporta directamente a la administración

k. Maneja los horarios de los servicios

Puesto: Supervisor compras

Funciones:

a. Tiene bajo su responsabilidad el aprovisionamiento y control de los insumos, productos y servicios que necesite la empresa.

b. Supervisa el trabajo del personal a su cargo.

c. Realiza el cuadro comparativo de las cotizaciones.

d. Coordina y reporta directamente al administrador de todas sus actividades laborales.

e. Mantiene actualizado el registro de nuestros proveedores.

f. Llevar el control de los inventarios de los insumos a través del método.

g. Tiene bajo su responsabilidad que se aprovisione los materiales, servicios, insumos y accesorios para el normal desarrollo de los servicios.

h. Reporta los deterioros encontrados en los bienes e instalaciones del negocio.

i. Otros relacionados a sus funciones que disponga el administrador.

Puesto: Supervisor operaciones y mantenimiento

Funciones:

a. Responsable de realizar el vuelo por cada servicio

b. Solicita al área de compras los accesorios, materiales y servicios para atender cada vuelo

c. Supervisar los trabajos y materiales verificando que los servicios que se presten se apeguen a las condiciones necesarias

d. Elaborar el programa anual de mantenimiento preventivo y correctivo a los bienes que posea la empresa.

e. Coordinar, orientar y apoyar las actividades del personal adscrito al área de su competencia.

f. Responsable del mantenimiento preventivo y correctivo de los globos

4.3 Condiciones laborales.

La empresa contará con trabajadores a tiempo completo, por un periodo de prueba de 3 meses, que podrá ser renovado de acuerdo al desempeño y logro de sus funciones en su puesto. Los servicios se atenderán de lunes a viernes en horario rotativo según lo establecido en el contrato.

La empresa se acogerá a la Ley de la Micro y Pequeña Empresa por los beneficios que le brinda. Posteriormente evaluará su cambio al régimen general. Es decir, pagará todos sus beneficios sociales normados en la ley. Solo para el caso del contador será con contrato por servicios profesionales.

4.4 Régimen tributario.

Al tratarse de empresa que van formalizar o van a empezar formalmente un negocio, pueden acogerse a 5 de los principales regímenes que se cuenta en nuestro país. Como es:

- Nuevo Régimen Simplificado - NRUS
- Régimen Especial de Renta –RER
- Régimen General
- Régimen de la Amazonia
- Régimen Mype Tributario - RMT

En el presente caso se acogerá al Régimen Mype Tributario (RMT) con pagos a cuenta mensuales del 1%, y con pagos anuales del 10%. Siempre y cuando no supere las 300 UIT de ingreso al año.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1 Estudio económico.

Cuadro 05. Comportamiento del mercado: Tendencias y participación.

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Demanda actual anual por unidades	23,088		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual por unidades	23,088	23,434	23,903
Participación de mercado	3.00%	3.50%	4.00%
Demanda del proyecto unidades	693	820	956

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 06. Ingresos por ventas (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas anuales unidades	693	820	956
Precio mercado soles	900.00	900.00	913.50
Tendencia del precio	0%	1.5%	1.5%
Precio de venta efectiva	S/.900.00	S/.913.50	S/.927.20
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.623,376	S/.749,254	S/.886,517

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 07. Gastos administrativos (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 2,000	S/. 2,200	S/. 2,400
Supervisores	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,800	S/. 2,000	S/. 2,200
Recepcion/cajera	1	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,600	S/. 1,700
Remuneraciones del personal	**S/. 7,100**	**S/. 9,400**	**S/. 10,200**
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	**S/. 7,715**	**S/. 10,215**	**S/. 11,084**
Contador	S/. 550	S/. 550	S/. 650
Servicios públicos	S/. 350	S/. 320	S/. 350
Útiles oficina	S/. 250	S/. 250	S/. 280
Otros	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
Total mensual	**S/. 10,365**	**S/. 12,835**	**S/. 13,864**
TOTAL ANUAL	**S/.124,384**	**S/.154,016**	**S/.166,368**

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 08. Gastos comerciales (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Publicidad	S/. 750.00	S/. 650.00	S/. 500.00
Alquiler local	S/. 1,000.00	S/. 1,200.00	S/. 1,400.00
Promociones	S/. 550.00	S/. 650.00	S/. 700.00
Otros	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00
Total mensual	**S/. 2,900.00**	**S/. 3,100.00**	**S/. 3,200.00**
TOTAL ANUAL	**S/.34,800.00**	**S/.37,200.00**	**S/.38,400.00**

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 09. Gastos pre operativos (soles).

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Estudio de mercado	S/. 1,600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Trámites diversos	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	**S/. 2,100.00**	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 10. Inversión en activos (soles).

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local/Instalaciones	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Equipos/Globo aerostatico	S/. 80,000	1	S/. 80,000	5	S/. 16,000
Vehículos	S/. 9,000	1	S/. 9,000	5	S/. 1,800
Muebles	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Total			**S/. 95,000**		**S/. 19,000**

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 11. Depreciación (soles).

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Residual
Depreciación activo fijo	S/.95,000.00	-S/.19,000.00	-S/.19,000.00	-S/.19,000.00	S/.38,000.00
Amortización activo intangible	S/.2,100.00	-S/.420.00	-S/.420.00	-S/.420.00	S/.840.00
TOTAL	**S/.97,100.00**	**-S/.19,420.00**	**-S/.19,420.00**	**-S/.19,420.00**	**S/.38,840.00**

Fuente: elaboración propia.

5.2 Estudio financiero.

Cuadro 12. Programa de endeudamiento (soles).

Deuda a tomar	S/. 160,000			
35.00% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	160,000	3,200	4,444	7,644
2	155,556	3,111	4,444	7,556
3	151,111	3,022	4,444	7,467
4	146,667	2,933	4,444	7,378
5	142,222	2,844	4,444	7,289
6	137,778	2,756	4,444	7,200
7	133,333	2,667	4,444	7,111
8	128,889	2,578	4,444	7,022
9	124,444	2,489	4,444	6,933
10	120,000	2,400	4,444	6,844
11	115,556	2,311	4,444	6,756
12	111,111	2,222	4,444	6,667
		32,533	53,333	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	106,667	2,133	4,444	6,578
14	102,222	2,044	4,444	6,489
15	97,778	1,956	4,444	6,400
16	93,333	1,867	4,444	6,311
17	88,889	1,778	4,444	6,222
18	84,444	1,689	4,444	6,133
19	80,000	1,600	4,444	6,044
20	75,556	1,511	4,444	5,956
21	71,111	1,422	4,444	5,867
22	66,667	1,333	4,444	5,778
23	62,222	1,244	4,444	5,689
24	57,778	1,156	4,444	5,600
		19,733	53,333	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	53,333	1,067	4,444	5,511
26	48,889	978	4,444	5,422
27	44,444	889	4,444	5,333
28	40,000	800	4,444	5,244
29	35,556	711	4,444	5,156
30	31,111	622	4,444	5,067
31	26,667	533	4,444	4,978
32	22,222	444	4,444	4,889
33	17,778	356	4,444	4,800
34	13,333	267	4,444	4,711
35	8,889	178	4,444	4,622
36	4,444	89	4,444	4,533
		6,933	53,333	
		59,200	160,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. Estado de resultados integrales (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por ventas	**S/.623,376**	**S/.749,254**	**S/.886,517**
Costo ventas	-S/.311,688	-S/.380,163	-S/.460,888
Margen Bruto	**S/.311,688**	**S/.369,091**	**S/.425,629**
Gastos administrativos	-S/.124,384	-S/.154,016	-S/.166,368
Depreciación y amortización	-S/.19,420	-S/.19,420	-S/.19,420
Gastos comerciales	-S/.34,800	-S/.37,200	-S/.38,400
Margen operativo	**S/.133,084**	**S/.158,455**	**S/.201,441**
Gastos financieros	-S/.32,533	-S/.19,733	-S/.6,933
Margen antes de tributos	**S/.100,551**	**S/.138,721**	**S/.194,508**
Tributos	-S/.10,055	-S/.13,872	-S/.19,451
Margen neto	**S/.90,496**	**S/.124,849**	**S/.175,057**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Flujo de caja (soles).

	Año 0	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Liquidación
Ingresos por ventas		**S/.623,376**	**S/.749,254**	**S/.886,517**	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.97,100				S/.38,840
Capital de trabajo	-S/.93,506	-S/.44,856	-S/.25,834	-S/.5,719	S/.169,916
Compras		-S/.311,688	-S/.380,163	-S/.460,888	
Gastos administrativos		-S/.124,384	-S/.154,016	-S/.166,368	
Gastos comerciales		-S/.34,800	-S/.37,200	-S/.38,400	
Pago impuestos		-S/.13,308	-S/.15,845	-S/.20,144	
Flujo Caja Económico (FCE)	**-S/.190,606**	**S/.94,340**	**S/.136,195**	**S/.194,997**	**S/.208,756**
Préstamo recibido	S/.160,000				S/.0
Amortización		-S/.53,333	-S/.53,333	-S/.53,333	
Gastos financieros		-S/.32,533	-S/.19,733	-S/.6,933	
Escudo fiscal		S/.3,253	S/.1,973	S/.693	
Flujo Caja Financiero (FCF)	**-S/.30,606**	**S/.11,727**	**S/.65,101**	**S/.135,424**	**S/.208,756**

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 15. VAN y TIR.

VAN Economico	S/.174,937
Tasa de descuento (CAPM)	25.55%
TIR Económica	68%
Indice B/C	1.92

VAN Financiero	S/.159,429
Tasa de descuento (WACC)	33.48%
TIR Financiero	171%
Indice B/C	6.21

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

a). El presente proyecto ha se elaborado con el fin de satisfacer la necesidad de satisfacer la necesidad de entretenimiento de relajación de los turistas nacionales y extranjeros, y de los clientes del mercado local. A través de un viaje en globo aerostático cautivo a 50 metros de alguna, en grupos de amigos y familiares.

b). Referente al se tomó referencia las necesidades de los clientes, como el de relajarse desarrollando una actividad nueva, emocionando que brinde una experiencia inolvidable. Se cuenta con varias estrategias de promoción, se construirá un fage page para empresa, la que será la principal herramienta de difusión de las promociones.

c). En cuanto al plan de operaciones, los procesos constituyen una parte fundamental en la empresa, ya que depende de ellos el brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes. Se cuenta con procesos cortos eficientes, con funciones claramente definidas

d). El plan económico y financiero, nos arroja un valor actual neto (VAN), con cifras positivas, la tasa interna de retorno (TIR) muestra rentabilidad del proyecto y el índice benefició/costo (B/C), también es positivo. Los estados financieros fueron proyectados para 3 años. El flujo de caja muestra capacidad de pago para cumplir con los compromisos de la empresa.

BIBLIOGRAFÌA:

Clasificación Industrial Internacional Uniforme en https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4s.pdf Extranjero, 2013.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. IV Censo Nacional Económico por departamento*. Lima, Perú.

J. I. Arango “Hacia un concepto de pequeña y mediana empresa” U. Nacional. 1993.

Hebeisen y Cobos (1991)

“El reino de los vientos: (España en globo) = The kingdom ofwinds : (Spain in a balloon)”. Barcelona.

Lázaro Ávila y Pérez Heras (1995)

La aerostación militar en España”. Madrid; Ed: Ministeriode Defensa.

Llansana, J.- (1997)

“Africa en globo : encuentros con Julio Verne”. Barcelona;Ed: Juventud.

Rubio y Menéndez (1994)

“Manual de aerostación”. Madrid; Ed: Federación Españolade Deportes Aéreos.