



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO

CENTRO BOTÁNICO, IQUITOS, 2021

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

BORIA JESSON, WALTER RICARDO

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

LORETO – PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos que siempre
me brindan su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

A mi padre, quien me inculcó principios sólidos y cultivó en mí el anhelo de mejorar constantemente, tanto en mi carrera como en mi desarrollo personal.

El autor.

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 389-2024-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 27 de mayo de 2024, se autorizó la sustentación para el día viernes 31 de mayo de 2024.

Siendo las 11.30 horas del día 31 de mayo se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO CENTRO BOTÁNICO, IQUITOS, 2021.

Presentado por:

BORIA JESSON, WALTER RICARDO

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

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: Aprobado por unanimidad

A las 12.50 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta y comunican en acto público.


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


Lic. Ketty Alarcon Ramirez, Mag.
Miembro del Jurado


Lic. Adm. Enrique Alvan Mori, Mag.
Miembro del Jurado



"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

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 NEGOCIO CENTRO BOTÁNICO, IQUITOS, 2021

Del alumno: **WALTER RICARDO BORJA JESSON**, de la Facultad de Negocios pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **18% de similitud**.

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

San Juan, 14 de Mayo del 2024.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jorge L. Tapullima Flores', is written over a horizontal line.

Mgr. Arq. Jorge L. Tapullima Flores
Presidente del Comité de Ética – UCP

Resultado_UCP_Negocios_2024_TSP_WalterBoria_Vi

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%	16%	9%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	apps1.semarnat.gob.mx:8443 Fuente de Internet	1%
2	1library.co Fuente de Internet	1%
3	prezi.com Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
6	www.goconqr.com Fuente de Internet	1%
7	climatetracker.org Fuente de Internet	1%
8	Submitted to BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA Trabajo del estudiante	<1%



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Walter Ricardo Boria Jesson
Título del ejercicio:	Quick Submit
Título de la entrega:	Resultado_UCP_Negocios_2024_TSP_WalterBoria_Vi
Nombre del archivo:	UCP_NEGOCIOS_2024_TSP_WALTERBORIA_VI_RESUMEN.pdf
Tamaño del archivo:	1.94M
Total páginas:	47
Total de palabras:	8,796
Total de caracteres:	45,653
Fecha de entrega:	14-may.-2024 04:58p. m. (UTC+0300)
Identificador de la entrega...	2379180332

ABSTRACT

Business Plan, Botanical Center, Iquitos, 2024

Walter Ricardo Boria Jesson

The business is a tourist botanical garden that promotes the conservation of biological diversity through education and is an environment reflecting the natural exuberance characteristic of the Amazon region, strategically located in the center of the city of Iquitos. Its location, three blocks from the Plaza de Armas, makes it easily accessible for the local community and national and international visitors.

Market research indicates the implementation of guided tours led by qualified personnel to explore the areas comprising this garden. It also considers the option to market ornamental plants and Amazonian wildlife through a nursery managed under sustainable practices.

Additionally, there will be a cafeteria offering a variety of beverages. Our company is committed to promoting the Sustainable Development Goals (SDGs), integrating six objectives into our operations to foster an environmentally friendly and equitable lifestyle.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
PORTADA	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN	iv
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL	1
1.1. Nombre del negocio.	1
1.2. Actividad empresarial.	1
1.3. Idea de negocio.	2
CAPÍTULO II: ESTRATEGIA DE MERCADO	4
2.1. MACRO ENTORNO	4
2.2.1. Factores económicos.	4
2.1.2. Factores socioeconómicos.	8
2.1.3. Factores políticos y legales	10
2.1.4. Factores tecnológicos.	12
2.1.5. Factores Ambientales.	13
2.2. MICRO ENTORNO	16
2.2.1. Perfil de los clientes o consumidores.	16
2.2.2. Perfil del competidor	17
2.2.3. Perfil de proveedores	18
2.2.4. Amenazas de entradas de nuevos competidores potenciales	20
CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO Y DE MARKETING	22
3.1. PLAN ESTRATÉGICO	22
3.1.1. Matriz FODA	23

3.1.2. Estrategia genérica de Porter	24
3.1.3. Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales).....	25
3.2. PLAN DE MARKETING	25
3.2.1. Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción).....	30
CAPÍTULO IV: PLAN DE OPERACIONES	35
4.1. Localización de la empresa	35
4.2. Tamaño del negocio	35
4.3. Proceso de producción u operación.....	36
4.4. Certificaciones necesarias.....	36
4.5. Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos)	37
4.6. Inversión fija tangible.....	37
4.7. Inversión fija intangible	37
4.8. Capital de trabajo.	38
CAPÍTULO V: PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	39
5.1. La Organización.	39
5.2. Funciones:	39
5.3. Condiciones laborales	42
5.4. Régimen Tributario	43
CAPÍTULO VI: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.	48
6.1. Inversiones.....	48
6.2. Ingresos y egresos	49
6.3. Flujo de caja	51
CONCLUSIONES	52
BIBLIOGRAFÍA.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 1: Área territorial del negocio.....	1
Figura N° 2: Vivero de plantas, 2024 – autor	31
Figura N° 3: Vivero de plantas, 2024 – autor	31
Figura N° 4: Vivero de plantas, 2024 – autor	32
Figura N° 5: Vivero de plantas, 2024 – autor	32
Figura N° 6: Fuente huilohuilo	33
Figura N° 7: Fuente huilohuilo	33
Figura N° 8: Fuente larazon.com	34
Figura N° 9: Matriz de Localización	35
Figura N° 10: Establecimiento.....	35
Figura N° 11: Diagrama	36
Figura N° 12: Estructura organizacional	39

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla N° 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU.....	1
Tabla N° 2: Datos socioeconómicos de Loreto.	9
Tabla N° 3: Perfil de clientes.....	17
Tabla N° 4: FODA.....	23
Tabla N° 5: ANÁLISIS DE LA FUERZA DE PORTER	24
Tabla N° 6: Inversión fija.....	37
Tabla N° 7: Inversión fija intangible.....	37
Tabla N° 8: Consumo estimado al mes.....	38
Tabla N° 9: Cuadro de servicios	38
Tabla N° 10: Salarios del personal, 2021.....	43
Tabla N° 11: Estructura.....	48
Tabla N° 12: Presupuesto de ventas y gastos de comercialización.....	49
Tabla N° 13: Presupuestos de ingresos potenciales.....	50
Tabla N° 14: Presupuesto de costos operativos y administrativos	50
Tabla N° 15: Económico y financiero	51

RESUMEN

Plan de Negocio, Centro Botánico, Iquitos, 2021

Walter Ricardo Boria Jesson

El negocio, es un jardín botánico de índole turística, que fomenta la conservación de la diversidad biológica a través de la exhibición y educación, en un entorno que refleja la exuberancia natural característica de la región amazónica, situado estratégicamente en el centro de la ciudad de Iquitos. Su emplazamiento está a tres cuadras de la plaza de Armas, es un lugar de fácil acceso para la comunidad local y visitantes nacionales e internacionales.

El estudio de mercado indica la implementación de visitas guiadas dirigidas por personal cualificado para explorar las áreas que conforman este jardín. Asimismo, contempla la opción de comercializar plantas ornamentales y orquídeas amazónicas, a través, de un vivero gestionado bajo prácticas sostenibles.

Además, se contará con una cafetería con bebidas variadas. Nuestra empresa se compromete a promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), integrando seis objetivos en nuestra operación para fomentar un estilo de vida respetuoso con el medio ambiente y equitativo.

ABSTRACT

Business Plan, Botanical Center, Iquitos, 2021

Walter Ricardo Boria Jesson

The business is a tourist botanical garden that promotes the conservation of biological diversity through exhibition and education, in an environment reflecting the natural exuberance characteristic of the Amazon region, strategically located in the center of the city of Iquitos. Its location, three blocks from the Plaza de Armas, makes it easily accessible for the local community and national and international visitors.

Market research indicates the implementation of guided tours led by qualified personnel to explore the areas comprising this garden. It also considers the option to market ornamental plants and Amazonian orchids through a nursery managed under sustainable practices.

Additionally, there will be a cafeteria offering a variety of beverages. Our company is committed to promoting the Sustainable Development Goals (SDGs), integrating six objectives into our operations to foster an environmentally friendly and equitable lifestyle.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Nombre del negocio.

- a. Nombre comercial: CASA DE LAS HELICONIAS.
- b. Razón social: CASA DE LAS HELICONIAS E.I.R.L.
- c. Sector de la actividad: BOTÁNICA AMAZÓNICA.
- d. Localización: calle Putumayo Nro.559, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.
- e. Actividad: servicios de información técnica, científica y la venta de plantas amazónicas.

1.2. Actividad empresarial.

Tabla N° 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU

R	Actividades Artísticas, De Entretenimiento y Recreativas		
	91	Actividades de bibliotecas, archivos y museos y otras actividades culturales	
		9103	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y reservas naturales

Fuente: INEI – CIIU.

Figura N° 1: Área territorial del negocio.



Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego, 2017.

1.3. Idea de negocio.

El propósito fundamental radica en satisfacer de manera exhaustiva la necesidad de conservar la diversidad mediante la exhibición y la educación, proporcionando una rica y variada gama de expresiones naturales, abarcando distintos ecosistemas y especies, con el objetivo de promover una mayor conciencia y aprecio por la biodiversidad. Asimismo, se busca garantizar la seguridad y el bienestar de los ciudadanos en los espacios exteriores, implementando rigurosos protocolos de seguridad y vigilancia, con horarios de atención continuos, permitiendo un acceso flexible y conveniente para todos los visitantes interesados en enriquecer su conocimiento y experiencia. Además, considerando que un aspecto crucial para garantizar una experiencia memorable es materializar los recuerdos, se contará con los conocidos souvenirs.

Los segmentos de clientes comprenden una diversidad de perfiles, comenzando por los turistas locales, quienes representan una parte importante de nuestra clientela. Dentro de este grupo, se encuentran aquellos individuos que viajan solos en búsqueda de experiencias personales, así como parejas que buscan momentos de intimidad y conexión con la naturaleza, y familias que desean compartir momentos de ocio y aprendizaje juntos. Además, no podemos pasar por alto la presencia de turistas nacionales, quienes, al pertenecer al mismo país, buscan explorar y disfrutar de destinos dentro de sus fronteras. Por otro lado, los turistas extranjeros representan un componente significativo, atraídos por la diversidad natural y cultural que ofrecemos, buscando experiencias auténticas y memorables que les permitan sumergirse en una nueva realidad y conocer diferentes perspectivas del mundo.

Se ofrece un jardín botánico en la ciudad de Iquitos, reconocido por su exhibición de la diversa flora amazónica y la venta de plantas

ornamentales. También, habrá una cafetería con una amplia selección de bebidas frías y calientes para todos los visitantes, donde se aceptarán varios métodos de pago, incluyendo efectivo y transacciones digitales.

CAPÍTULO II: ESTRATEGIA DE MERCADO

2.1. MACRO ENTORNO

2.2.1. Factores económicos.

EL COMERCIO (2018), menciona que la economía peruana alcanzó en mayo de este año una expansión de 6,4%, registrando 106 meses de crecimiento continuo y un resultado positivo en todos los sectores productivos. Asimismo, informa que el reporte del INEI, las tasas de crecimiento se observaron en los sectores de pesca (26,7%) y agropecuario (14,8%), lo que influyó también en manufactura (10,5%). Este sector, su componente primario creció 20,4%, mientras que el no primario lo hizo 5,7%, tasa menor al promedio de la producción total.

NACIONES UNIDAS - CEPAL (p. 10), manifestó que el cambio climático es uno de los grandes problemas del siglo XXI. En el contexto de una economía global, los grandes efectos de esos cambios, la adaptación a las nuevas condiciones y la instrumentación de los procesos de mitigación de los gases de efecto invernadero implican la realización de esfuerzos de tal magnitud, que impondrán la necesidad de determinar la forma de desarrollo en un entorno nuevo de desarrollo sostenible.

NACIONES UNIDAS - CEPAL (p. 11), desde una óptica económica, el cambio climático es quizás la mayor externalidad negativa posible. Se descargan grandes cantidades emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera que ocasionan cambios en el clima. Una de las grandes soluciones implica formular instrumentos de políticas públicas para corregir las fallas de mercado que ocasionan esos cambios y que intensifican sus efectos. En ese

sentido, el cambio climático expresa e intensifica las consecuencias y presiones económicas, sociales y ambientales del actual estilo de desarrollo.

NACIONES UNIDAS - CEPAL (p. 11), América del Sur y Central son principalmente vulnerable a los efectos del cambio climático debido a su situación geográfica y climática, su condición socioeconómica y demográfica y la alta sensibilidad al clima de sus activos naturales, como los bosques y la biodiversidad. Según estimaciones realizadas, los costos económicos del cambio climático en este continente al 2050 se sitúan entre el 1,5% y el 5% del PBI regional.

DEL CAMPO (2017), testifica que los bonos de carbono son un mecanismo internacional para reducir las emisiones de CO₂ que contribuyen al calentamiento global. Es uno de los mecanismos propuestos en el Protocolo de Kioto para mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en los países desarrollados, fomentando el desarrollo sostenible y la inclusión social en los países en desarrollo. Los bonos de carbono permiten mitigar la generación de GEI, beneficiando a las empresas que no emiten o disminuyen la emisión y haciendo pagar a las que emiten más de lo permitido.

DEL CAMPO (2017), afirma que es un sistema que ofrece incentivos económicos para que las empresas y gobiernos contribuyan a la mejora de la calidad medioambiental y se consiga controlar las emisiones generadas por su producción, considerando el derecho a generar emisiones como un bien canjeable y con un precio establecido en el mercado. Un bono de carbono representa el derecho a emitir una tonelada de dióxido de carbono.

CONGRESO DE LA REPUBLICA (2011), menciona que, según el Ministerio del Ambiente, nuestro país tiene un enorme potencial para desarrollar el denominado mercado del carbono al poseer 66 millones de hectáreas en su territorio, así como el compromiso de conservar 54 millones de hectáreas a través del Programa Nacional de Conservación de Bosques que se aplica en todo el país.

CONGRESO DE LA REPUBLICA (2011), afirma que el mercado de carbono constituye una oportunidad de negocios basados en la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero y en el desarrollo de proyectos basados en la energía renovable. Estos proyectos, perciben grandes beneficios no previstos por la venta de reducciones de gases de efecto invernadero, mejorando su rentabilidad y permitiendo acceder a fondos ambientales o de responsabilidad social ambiental, fortalecimiento la competitividad de las empresas y la sostenibilidad ambiental. El Perú ha pasado de ser el octavo al sexto país ofertante de Reducciones Certificadas de Emisiones (CER's).

COMUNIDAD ISM (2018), manifiesta que el Informe Stern sobre la economía del cambio climático (Stern Review on the Economics of Climate Change) es un informe sobre el impacto del cambio climático y el calentamiento global sobre la economía mundial.

Redactado por el economista Sir Nicholas Stern por encargo del gobierno del Reino Unido fue publicado el 30 de octubre del 2006, con 700 páginas de extensión, el informe supone un hito histórico al ser el primer informe encargado por un gobierno a un economista en lugar de a un climatólogo.

COMUNIDAD ISM (2018), concluye que se necesita una inversión equivalente al 1% del PBI mundial para mitigar los efectos del cambio climático y que de no hacerse dicha inversión el mundo se expondría a una recesión que podría alcanzar el 20% del PBI global.

BOSQUE (2017), menciona que el programa “Bosques” es una institución del Estado para enfrentar la deforestación y degradación de nuestros bosques y lograr su conservación. Creado el 2010 como parte del compromiso para mitigar el cambio climático, es un brazo ejecutor del Ministerio del Ambiente. El objetivo principal es la conservación de 54 millones de ha de bosques que servirá como contribución a la mitigación del cambio climático y al desarrollo sostenible. Se trabaja directamente con comunidades nativas tituladas que tengan un bosque conservado.

MACERA (2017), afirma que la brecha entre el PBI per cápita nacional y de Loreto es mayor en la actualidad que en los setenta. Todas las regiones del Perú, excepto Loreto, crecieron en el periodo de diez años. Asimismo, el aumento del ingreso promedio por trabajo en Loreto es el menor del país.

El ritmo del aumento promedio en los ingresos de Loreto es inferior al promedio nacional, además el nivel de los salarios es el más bajo de la región. Desde julio del 2014 el crecimiento del empleo en la ciudad de Iquitos es negativo. Debido a las tasas negativas de empleo en los últimos años, Iquitos ha sido la cuarta ciudad con menor de crecimiento en el empleo desde el 2008.

MACERA (2017), determina que en ocho años la productividad de Loreto ha incrementado en todos los sectores excepto en hidrocarburos y construcción. La caída más fuerte se produjo en el sector hidrocarburos, debido a la menor producción de petróleo. El

sector agropecuario de Loreto es muy poco productivo considerando el tamaño del empleo que incluye. El 30.1 % de la Población Económicamente Activa (PEA) está en el sector agrícola.

2.1.2. Factores socioeconómicos.

En la región Loreto, cada vez se ve la concienciación que toma la población respecto a diversos aspectos ambientales, ya sea en la reducción de plásticos, el uso de productos biodegradables y el reciclaje de residuos sólidos. Asimismo, es necesario indicar que actualmente existe un gran número de jóvenes unidos en asociaciones, círculo de estudio, ONG entre otros, comprometidos con el ambiente que se encarga de realizar educación ambiental en diferentes sectores de la ciudad, en los distritos de San Juan, Punchana y Belén, como también en la periferia de la ciudad.

Cabe resaltar, que aún existen problemas con el exceso de residuos sólidos que contaminan los ríos, las calles y sobre todo el mal funcionamiento del botadero municipal que debería ser un vertedero controlado para el control de plagas y enfermedades.

Todavía, falta impulsar el tema de educación y cultura ambiental en las otras siete provincias de Loreto. La Autoridad Regional Ambiental de Loreto, en el transcurso de estos años ha venido elaborando diversas actividades de acuerdo al calendario ambiental establecido por el Ministerio del Ambiente, junto con los miembros organizados de las diferentes entidades teniendo como objetivo la participación e involucramiento de la población en estos temas para la conservación del medio ambiente.

Tabla N° 2: Datos socioeconómicos de Loreto.

Tema	Factores de crecimiento Social	Posición de Loreto en comparación a las otras regiones del país
Educación	Analfabetismo Asistencia escolar Comprensión Lectora Comprensión Matemático	26/26
Telecomunicaciones	Telefonía móvil Usuarios de internet urbano/rural Telefonía fija TV Cable	26/26
Derechos personales	Derecho a la propiedad privada en zona urbana/rural	26/26
Libertad personal	Uso de métodos anticonceptivos Embarazo adolescente Vivienda con acceso a bienes de acceso público Corrupción	26/26
Seguridad Personal	Taza de homicidio (100/h) Taza de muerte Taza de victimación Percepción de inseguridad	01/26
Oportunidades	Derechos personales Libertad de expresión Acceso a educación superior	26/26

2.1.3. Factores políticos y legales

Actualmente existen leyes y normas que protegen el Medio Ambiente, la Conservación de la Diversidad Biológica, los bosques y los pueblos indígenas, de las cuales se detallaran algunas que conciertan con las que forma parte del proyecto.

CONGRESO DE LA REPUBLICA (2017), menciona que, en junio del 2018, se presentó como proyecto de Ley lo siguiente: Ley de Reducción Progresiva y voluntaria del uso de plásticos de un solo uso y sus derivados. Teniendo como artículo primero, el interés nacional para la reducción progresiva y voluntaria del uso de plásticos, envases de polietileno y plásticos de un solo uso y sus derivados utilizados para, empacar, proteger o trasladar productos o bienes alimenticios o de uso doméstico. Este proceso ocurriría en tres años. En 180 días la prohibición, aprobada la ley, comenzaría para todas las instituciones públicas, dependientes del Estado, áreas protegidas, reservas y playas.

SERFOR (2015), presenta que La Ley Forestal y de Fauna Silvestre – Ley 29763, menciona que dentro de las funciones del Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR), es la de emitir y proponer normas y lineamientos de aplicación nacional, relacionados con la gestión sostenible del patrimonio forestal y de fauna silvestre de la nación. Asimismo, ejerce la función de Autoridad de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre.

SERFOR (2015), determina que la Resolución de Dirección Ejecutiva N° 166- 2015- SERFOR-DE, tiene como artículo 1: la aprobación de los “Lineamientos para autorizar el establecimiento de centros de propagación de especies ornamentales de flora silvestre”.

Teniendo como finalidad la promoción e incorporación de viveros y laboratorios de cultivo in vitro de especies ornamentales de flora silvestre que permitan la propagación de estas fuera del medio natural permitiendo disminuir las actividades extractivas sobre dichas especies.

CITES (2014) determina que la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres) es un acuerdo internacional entre gobiernos. Su objetivo consiste en garantizar que el comercio internacional de especímenes de especies de fauna y flora silvestres no amenaza su supervivencia. La Conferencia de las Partes reconoce la Lista de especies CITES como un compendio oficial de los nombres científicos contenidos en las referencias normalizadas oficiales.

MILLÁN (2011), menciona que la CITES se redactó en el año 1963 y fue el resultado de una resolución aprobada en una reunión de los miembros de la UICN (Unión Mundial para la Naturaleza). El texto de la Convención fue finalmente acordado en una reunión que contó con la participación de representantes de 80 países, celebrada en Washington DC., Estados Unidos de América, el 3 de marzo de 1973. Entró en vigor el 1 de julio de 1975. La CITES es de adhesión voluntaria. En la actualidad cuenta con 175 miembros (países), convirtiéndose en uno de los acuerdos ambientales con mayor número de adherentes a nivel mundial.

MILLÁN (2011), afirma que es importante hacer notar que los listados de la CITES no son estáticos, sino que en cada Conferencia de las Partes hay cambios que pueden ser inclusiones o exclusiones de especies o traslados de un Apéndice a otro, por lo que los listados deberán ser actualizados de manera constante a partir de la base que se les presenta en esta oportunidad.

2.1.4. Factores tecnológicos.

CASTILLO (2018), refiere que el país sube dos posiciones en el ranking de competitividad digital, pero no sale del fondo de la lista, estando muy cerca de Venezuela. Un gran reto es revertir la escasa penetración de la banda ancha móvil en todo el Perú. Una de las grandes tendencias mundiales es la digitalización de procesos y actividades. En este contexto, ser competitivos en materia digital se hace imperante, pero el Perú se ubica en la cola del mundo, según reveló el ranking de competitividad digital elaborado por el Institute for Management Development (IMD) junto a Centrum católica como socio local.

CASTILLO (2018), indica que, entre un total de 63 países analizados, el nuestro ocupó la posición 60. Si bien esto representa una ligera mejora de dos posiciones (el año pasado estábamos en puesto 62), solo hay tres países menos competitivos que el Perú: Mongolia, Indonesia y Venezuela.

GESTIÓN (2017), menciona que el acceso a internet, ha sido importante en el país, pero Loreto no ha acompañado este avance. La región Loreto posee un abanico de productos nativos con potencial de industrialización, para lo cual su gobierno regional y Sierra y Selva Exportadora trabajarán para materializarlo a través de un trabajo articulado; a fin de contribuir a recuperar la economía de la región.

LA REPUBLICA (2017), menciona que el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP) lanzó el Centro del Alto Rendimiento Computacional de la Amazonía Peruana, también conocido como el “Laboratorio de Supercomputación”, así como de la red de sensores de calidad de agua. Dentro de ello, se presentó

la Supercomputadora del IIAP, la primera en su género en la Amazonía Peruana. La misma tiene la mayor capacidad de procesamiento en todo el Perú, pues se trata de una computadora híbrida de procesamiento de datos numéricos y procesamiento gráfico.

2.1.5. Factores Ambientales.

Actualmente el Perú viene ejecutando acciones en favor al cuidado del medio ambiente. Incluyéndose dentro la Conferencias de la Partes, para la reducción de gases de efecto invernadero.

ECO INTELIGENCIA (2015), sistematiza que el Protocolo de Kioto sobre Cambio Climático es el resultado más significativo del esfuerzo colectivo y global para buscar un marco conjunto que permita luchar contra el cambio climático. De esta manera se establecen unos límites cuantificados y obligatorios de emisión de gases de efecto invernadero (GEI) para los países que lo ratifican, y que son jurídicamente vinculantes para éstos.

Fue inicialmente adoptado el 11 de diciembre de 1997 en Kioto, Japón, pero entró en vigor hasta 2005. La decimoctava Conferencia de las Partes sobre cambio climático (COP18) ratificó el segundo periodo de vigencia del Protocolo de Kioto desde enero de 2013 hasta diciembre de 2020.

ECO INTELIGENCIA (2015), menciona que la duración de este segundo periodo del Protocolo es de 8 años, con metas concretas al 2020. Sin embargo, este proceso denotó un débil compromiso de los países industrializados, tales como Estados Unidos, Rusia, y Canadá, los cuales decidieron no respaldar la prórroga. La puesta en marcha de Kioto ha permitido una reducción del 22,6% en las

emisiones de gases de efecto invernadero con respecto a los niveles de 1990 en 37 países industrializados y la UE, cuando el compromiso inicial era de una disminución del 5%.

NACIONES UNIDAS PERÚ (2014), menciona que la COP es la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) y la CMP la Conferencia de las Partes en calidad de reunión de las Partes en el Protocolo de Kyoto (CMP). La CMNUCC cuenta con 195 países firmantes. Se denomina “Partes” a los países miembros de la Convención. El Perú firmó la Convención en 1992, ratificándola al año siguiente. Entró en vigencia el 21 de marzo de 1994.

NACIONES UNIDAS PERÚ (2014), el objetivo fundamental de la CMNUCC es impedir la interferencia “peligrosa” del ser humano en el sistema climático.

La Convención fija el objetivo de estabilizar los niveles de emisión de gases de efecto invernadero en un plazo que permita a los ecosistemas adaptarse naturalmente al cambio climático, asegurar la producción de alimentos y permitir el desarrollo económico de manera sostenible.

OXFAM (2018), informa que La COP21 es la XXI Conferencia Internacional sobre Cambio Climático, que desde hoy hasta el 11 de diciembre se está realizando en París con la presencia de más de 150 representantes de Estado. Esta Conferencia supone un desafío sin precedentes para los países pues necesitamos conseguir un acuerdo internacional para enfrentar el cambio climático evitando que el calentamiento global supere 2°C. Perú es uno de los tantos países donde la lucha contra el cambio climático es urgente para poder proteger mejor a las poblaciones vulnerables ante los efectos este fenómeno.

PNUD (2018), informa que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Estos 17 Objetivos se basan en los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, aunque incluyen nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible, la paz y la justicia, entre otras prioridades.

PNUD (2018), defiende que los ODS conllevan un espíritu de colaboración y pragmatismo para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible, para las generaciones futuras. Proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus propias prioridades y los desafíos ambientales del mundo en general. Los ODS son una agenda inclusiva. Abordan las causas fundamentales de la pobreza y nos unen para lograr un cambio positivo en beneficio de las personas y el planeta.

CEPAL (2016), comunica que el conocimiento de los 17 ODS asociados a esta agenda, ayuda a evaluar el punto de partida de los países de la región y a analizar y formular los medios para alcanzar esta nueva visión del desarrollo sostenible, que se expresó de manera colectiva y quedó plasmada en la Agenda 2030.

CEPAL (2016), anuncia que los ODS también son una herramienta de planificación y seguimiento para los países, tanto a nivel nacional como local. Gracias a su visión a largo plazo, constituirán un apoyo para cada país en su senda hacia un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el medio ambiente, a través de políticas públicas e instrumentos de presupuesto, monitoreo y evaluación.

Los ODS que el proyecto empresarial se va central son en lo siguiente:

- a. Trabajo decente y crecimiento económico. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- b. Acción por el Clima. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
- c. Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación. Detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica.
- d. Alianzas para lograr los objetivos. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

DOUROJEANNI (2013), afirma que Loreto es el departamento más extenso del Perú con 36 885 1995 ha, que representa el 28.7% de todo el país, el patrimonio forestal asciendo a 28 millones de Ha. Posee 13 millones de Ha. de las cuales 5 millones de Ha. corresponde a aguajales. Almacenando el 53% del stock de carbono del Perú. Es uno de los lugares de mayor biodiversidad del planeta. Cerca de 9 millones de ha de bosques están dentro de modalidades de conservación (Áreas Naturales Protegidos y Áreas de Conservación Regional).

2.2. MICRO ENTORNO

2.2.1. Perfil de los clientes o consumidores.

TURISMO IN (2016), establece que el mercado objetivo por flujo del turismo por edad determinada de la Región Loreto, son

personas de 25 a 55 años de los niveles socioeconómicos A y B, que juntos representan el 51% del perfil del turista extranjero que visita Loreto, la definición se detalla a continuación:

Tabla N° 3: Perfil de clientes

Estado Civil	
Soltero 65%	Con una pareja 35%
Sexo	
48% femenino	52% masculino
Grado de instrucción	
Superior Universitaria completa 12%	Superior técnica completa 10%
Principal motivo de viaje	
Vacaciones y recreación 74%	Visita a amigos/ familiares 17%

Fuente: INEI.

2.2.2. Perfil del competidor

Local:

- No se detectaron empresas formales que trabajen con jardines botánicos con enfoque turísticos en el centro de la ciudad de Iquitos.
- Las modalidades de conservación (Áreas Naturales Protegidas, Áreas de Conservación Regional, Concesiones de Conservación y Ecoturismo, entre otros) que se encuentran en las periferias de la ciudad de Iquitos, formarían parte del sector de competidores, ya que son zonas que abarcan bosques conservados y tienen una gama de flora y fauna en estado silvestre.

Nacional:

En el departamento de San Martín, ciudad de Moyobamba, existen varios jardines botánicos (viveros, orquidearios, lodge,

centros recreativos, entre otros) con el enfoque turísticos, asimismo, hay muchas empresas que trabajan en el rubro comercial de la venta de plantas ornamentales y orquídeas.

2.2.3. Perfil de proveedores

- Personas que trabajan y viven en campo (periferia de la ciudad de Iquitos) con especies de plantas ornamentales.
- Viveros regionales y nacionales que poseen variedades de especies de planta amazónicas.
- Viveros municipales.

En este punto es indispensable hacer un análisis del grado de rivalidad con las actuales atracciones turísticas, en la ciudad de Iquitos.

La rivalidad local se da con las atracciones turísticas en las periferias de la ciudad de Iquitos como son: Mariposario de Pilpintuwasi, la Reserva Nacional de Allpahuayo Mishana, Reserva Nacional Pacaya Samiria, Zoológico de Quistococha, El Serpentario, Centro de Rescate Amazónico de Iquitos, Área de Conservación Privada el Bosque de Huayo.

La debilidad de estas atracciones turísticas, tomando la referencia la plaza de armas de Iquitos, es la distancia y se tiene un costo adicional de transporte para llegar al lugar. Muchos de estos lugares están sobrevaluados para los productos que ofrecen.

Además, es importante mencionar que estos lugares no poseen un ambiente diferenciado, la flora no tiene un cuidado adecuado, las edificaciones se encuentran en mal estado. Este aspecto es una debilidad para las atracciones turísticas, pero para

El Centro Botánico Casa de las Heliconias a constituirse, tiene una fortaleza debida que contara con personal capacitado en el servicio y cuidado de las especies botánicas, brindaremos innovación y un lugar agradable en contacto de la naturaleza amazónica.

La rivalidad con las otras atracciones turísticas en la ciudad es baja ya que los rubros y objetivos generales son diferentes.

Implicaciones estratégicas para el proyecto

- a. Crear convenios con Colegios, Universidades, Institutos, CEOS, ONG 'S e identidades que promuevan la conservación, con la finalidad de conseguir beneficios mutuos, para la recepción de estudiantes que ejecutaran prácticas y tesis profesionales, al mismo tiempo, contar con los servicios de estos alumnos en las actividades del centro botánico. Asimismo, en las entidades educativas se utilizará el centro botánico para servicio de enseñanzas en diferentes asignaturas que se requiera.
- b. Tener una buena relación con los proveedores, para unos correctos abastecimientos y no falte exhibición y stock de especies botánicas.
- c. Prestar un servicio personalizado con la finalidad de obtener clientes satisfechos.
- d. Capacitación constante (atención al cliente, seguridad en el trabajo, procesos y procedimientos, especies botánicas, entre otros), de las diferentes áreas con la finalidad de contar un adecuado servicio de atención al cliente.
- e. Realizar una inspección continua de las especies botánicas del centro Botánico.

2.2.4. Amenazas de entradas de nuevos competidores potenciales.

Los jardines y centros botánicos, a nivel internacional, son considerados como un negocio rentable debido a los altos márgenes de ganancia que se pueden obtener. Por ende, hay un fuerte incentivo para ingresar a dicho mercado, existen fuertes barreras de entrada con respecto a la inversión requerida, como se puede visualizar en el presente plan de negocio.

Casa de las Heliconias, ha visto la necesidad de realizar el proyecto de centro botánico puesto que en la ciudad de Iquitos no existe una empresa de servicio que se dedique a este rubro, de investigación, conservación y manejo, con profesionales en temas ambientales y de marketing, para la satisfacción de las expectativas de los clientes nacionales e internacionales, la cual brinda una fortaleza para el proyecto.

Implicaciones estratégicas para el proyecto:

- a. Contar con un terreno apropiado con el tamaño propicio y en una ubicación céntrica para ser accesible al turista nacional y extranjero.
- b. Contar con la solvencia económica propia necesaria para la ejecución del proyecto, así como el apoyo de instituciones.
- c. Contar con alianzas estratégica con instituciones públicas y privadas.
- d. Hacer que el centro Botánico sea reconocido a nivel regional, nacional e internacional y así poder lograr el posicionamiento en el mercado.
- e. Contar con una base de clientes actuales y potenciales que están a la espera de un centro bonito en la ciudad de Iquitos.

Los centros botánicos, sean estos para investigación, recreación, entre otros, tienen una mediana amenaza de servicios sustitutos.

Ante esta situación Casa de las HELICONIAS se mantendrá continuamente innovando su servicio y formas de promoción para atraer nuevos visitantes y dejar una excelente impresión para generar referencias, asimismo, el cliente pueda ver la diferenciación existente en comparación con los demás locales y por ende prefiera el jardín botánico.

Impresiones estratégicas para el proyecto

- a. Hacer convenios con colegios para para brindar a los estudiantes charlas educativas sobre la importancia del cuidado de las especies botánicas.
- b. Contar con aliados estratégicos como hoteles y paquetes turísticos.
- c. Manejar una campaña publicitaria donde se resalte el beneficio social, ecológico y personal del jardín botánico.

Poder de negociaciones de proveedores.

Se determinarán las siguientes estrategias:

- a. Crear una base de datos con la información de las instituciones y los productos que ofrecen.
- b. Mantener una buena comunicación y relación con los proveedores para obtener productos de la mejor calidad.

CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO Y DE MARKETING

3.1. PLAN ESTRATÉGICO

Misión

Somos un centro botánico que promueve la conservación de la diversidad biológica por medio de la exhibición y educación con una atmosfera natural amazónico en el centro de la ciudad de Iquitos.

Visión

Al año 2023 nos convertiremos en un centro Botánico amazónico reconocido como un ícono de la ciudad de Iquitos y a nivel internacional, que constituirá un espacio armónico para la relajación, la cultura y la naturaleza, promoviendo la investigación aplicada y la educación ambiental.

Valores

- a. Respeto: a través del cuidado y protección del medio ambiente.
- b. Responsabilidad: a la difusión sobre el cuidado y la protección del medio ambiente.
- c. Solidaridad: en la colaboración con el equipo de trabajo y al transmitir enseñanzas a la sociedad.
- d. Pasión: para la ejecución del proyecto, porque el equipo de trabajo debe amar las actividades que se van a ejecutar.
- e. Honestidad: trabajar con transparencia en todas las actividades que se realizarán.
- f. Creatividad: para la innovación y crecimiento constante de la empresa.

Objetivos estratégicos general

Establecer un jardín botánico turístico que promueve la conservación de la diversidad biológica por medio de la exhibición y educación con una atmosfera natural amazónico en el centro de la ciudad de Iquitos.

3.1.1. Matriz FODA

Tabla N° 4: FODA

		FORTALEZA		DEBILIDADES	
		F1	Colección de plantas amazónicas	D1	Falta de recursos económicos
		F2	Espacio para la conservación del patrimonio natural	D2	Tecnología limitada
		F3	Pioneros en ecoturismo urbano	D3	Personal sin capacitación
		F4	Buena locación y localización	D4	Desconocimiento sobre ecoturismo
		F5	Vida de ecosistemas terrestres (ODS)		
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
O1	Alianzas para la investigación	F1,O1	Ampliar la colección de plantas y la base de datos de las mismas.	D3,O1	Aplicar los convenios para que estudiantes realicen sus prácticas y tesis en el jardín
O2	Obtener fondos ambientales	F2,F5,O2	Promover el trabajo de conservación en distintos foros para mayor captación de inversionistas	D1,D2, O3	Participar en concursos de financiamiento externo para obtener capital económico
O3	Formar parte de la ruta turística	F3,O4	Aprovechar la poca competencia para posicionarse en el nicho de mercado	O2,D2	Concursar en fondos verdes para mejorar la tecnología reproductiva de especies
O4	Escasa competencia	F4,O3	Participar en la invocación de las actividades turísticas en la ciudad		
AMENAZAS		ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1	Plagas e insectos	F1,F2,F5,A1,A2	Utilizar el espacio de trabajo de forma cuidadosa y previniendo medidas con la naturaleza	D1,D3, A1,A2	Desarrollar e implementar un programa de capacitación sobre el cuidado de las especies en el jardín
A2	Especie en extinción	F3,F4,A3,A4	Brindar un espacio seguro, una experiencia de relajación y conexión con la naturaleza	D2,A1, A2	Implementar la Tecnología conservar y reproducir especies.
A3	Inseguridad ciudadana			D4,A4	Promover por medio de MINCETUR y otras entidades los beneficios del ecoturismo para la economía
A4	Inestabilidad política y económica				

3.1.2. Estrategia genérica de Porter

Tabla N° 5: ANÁLISIS DE LA FUERZA DE PORTER

5 fuerzas de Porter	INNOVACION	DIFERENCIACIÓN	SEGMENTACIÓN ENFOQUE A NICHOS
NUEVOS ENTRANTES	Al ser un servicio innovador en nuestra ciudad, dar a conocer y crear experiencia en nuestros visitantes por medio de un costo accesible y publicidad, nos permitirá ingresar al mercado.	No hay existen lugares en el centro de la ciudad de Iquitos, al estar dentro de la ciudad crea mucha ventaja y diferenciación con los centros recreacionales que se encuentran por la carretera.	Nuestro estudio dio como resultado que el enfoque de nuestro servicio debe estar para jóvenes y adultos entre 25 a 55 años de edad.
PODER DEL CLIENTE	Dar al Cliente una nueva opción de lugar para recreación sin tener que salir muy lejos del centro de la ciudad.	El estar dentro del centro de la ciudad da a nuestros clientes opciones de recreación y de compra de plantas sin tener que ir a la carretera donde se encuentran la mayor parte de recreos y viveros.	En la actualidad ya existen muchas personas que buscan lugares como plazas, parques, recreos para pasar un rato y poderse distraer, al contar con el lugar amplio tenemos mayores posibilidades de captar la atención de esas personas.
PODER DEL PROVEEDOR	Se creará una fórmula GANAR-GANAR con el proveedor para así poderlo fidelizar y asegurar tanto el costo como el abastecimiento de la materia prima	Tener varias opciones de proveedores así no solo depender de uno solo en caso exista una variación de precios.	Existen varios proveedores en el mercado debido al tipo de materia prima que se utilizara, eso es importante para poder mantener nuestros costos bajos.
PRODUCTOS SUSTITUTOS	Existen una gran variedad de productos sustitutos para nuestros productos que será parte de nuestras estrategias para evitar que eso se vuelva competencia.	Mantener la innovación y estar en constante actualización de nuestros servicios y productos y darlo a conocer a través de diferentes estrategias de Marketing, nos diferenciará y mantendrá un margen para futuros competidores.	La calidad de servicio y la innovación ayudaran para la fidelización de los clientes con nuestro lugar.

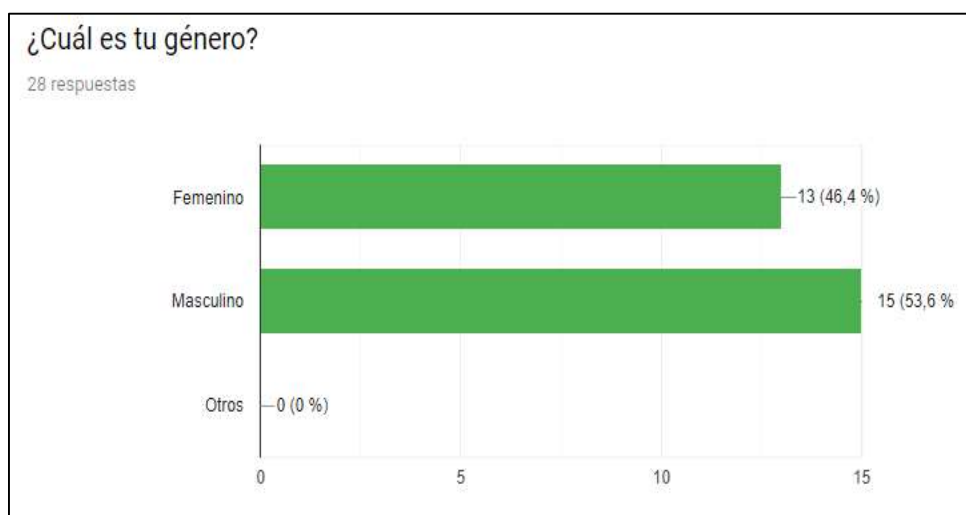
RIVALIDAD	Se aplicarán diferentes estrategias para estar siempre a la vanguardia en nuestros servicios, aplicando tecnología para mejorar la visita de nuestros clientes.	Brindar un ambiente y servicio único genera ventaja a cultivar para podemos introducir al mercado, la innovación creara fidelidad constante con nuestros clientes.	No hay rivales directos, pero se debe de mantener estándares altos para evitar una posible aparición la cual se tendría que cambiar con una estrategia en la segmentación.
------------------	---	--	--

3.1.3. Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales)

La ciudad de Iquitos no cuenta con ningún Jardín Botánico, si existen viveros en las afueras de la ciudad que solo brindan servicios de ventas de plantas de diferentes especies, cuentan con más de 6 años en el mercado y se podría considerar como competencia indirecta para el negocio.

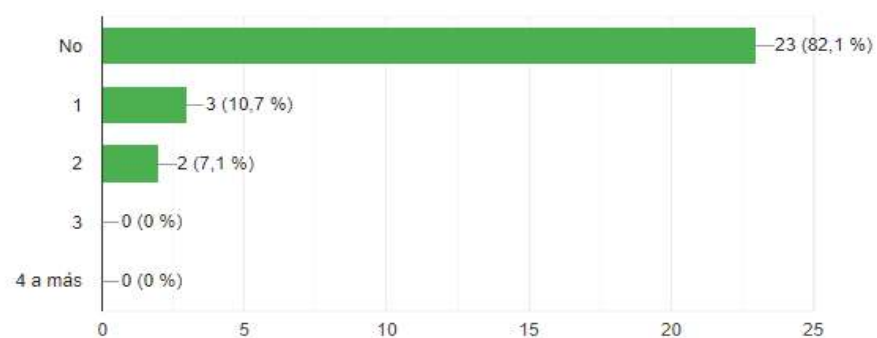
3.2. PLAN DE MARKETING

Se realizó una encuesta digital por las redes sociales a la mayor cantidad de personas residentes de la ciudad de Iquitos.



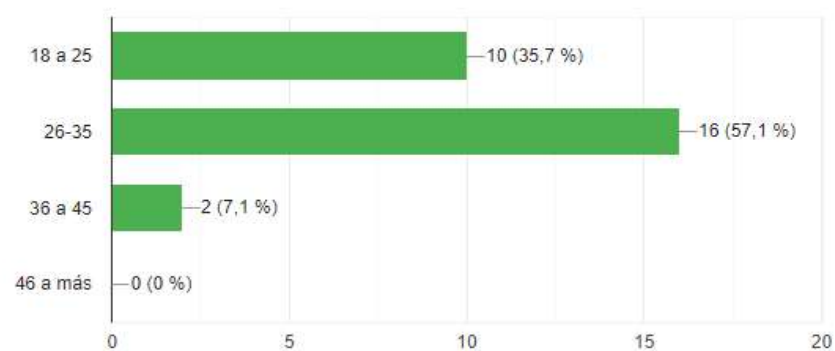
¿Tienes hijos?

28 respuestas



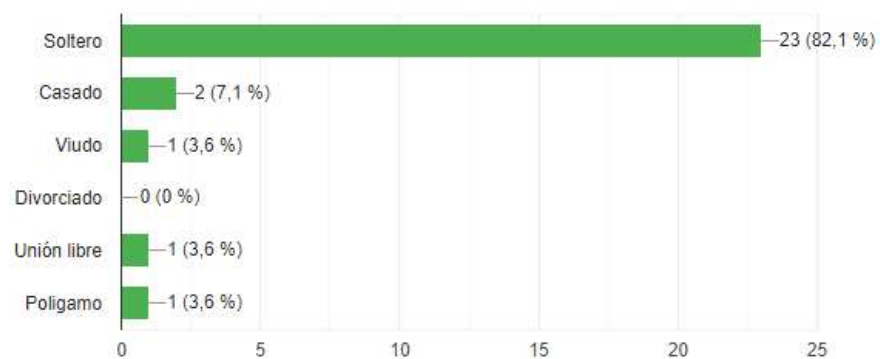
¿Que edad tienes?

28 respuestas



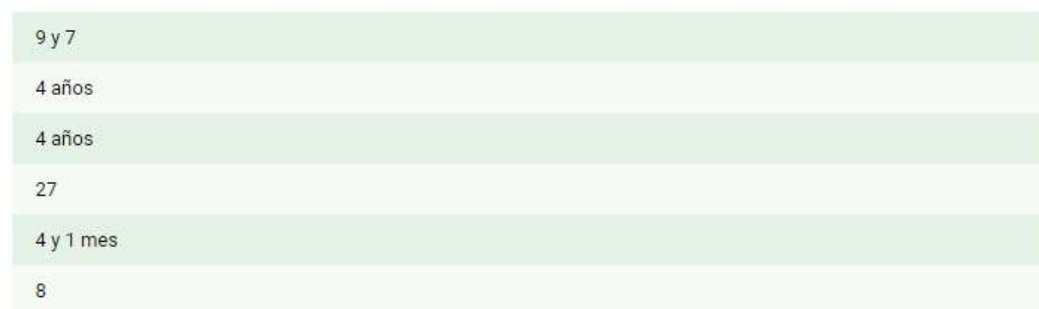
Estado civil

28 respuestas



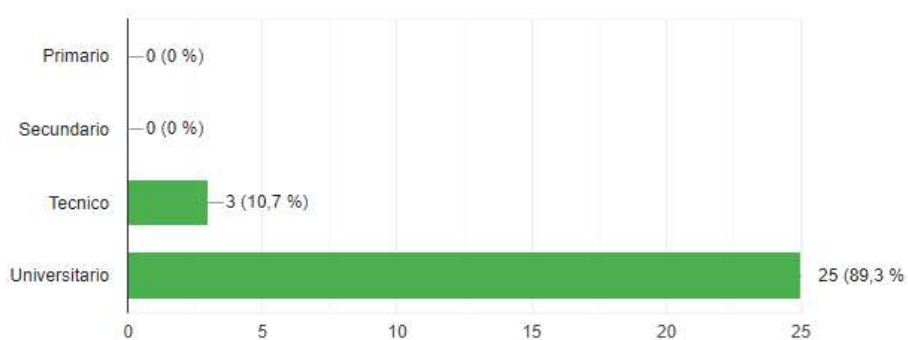
¿Cuántos años tienen tus hijos?

6 respuestas



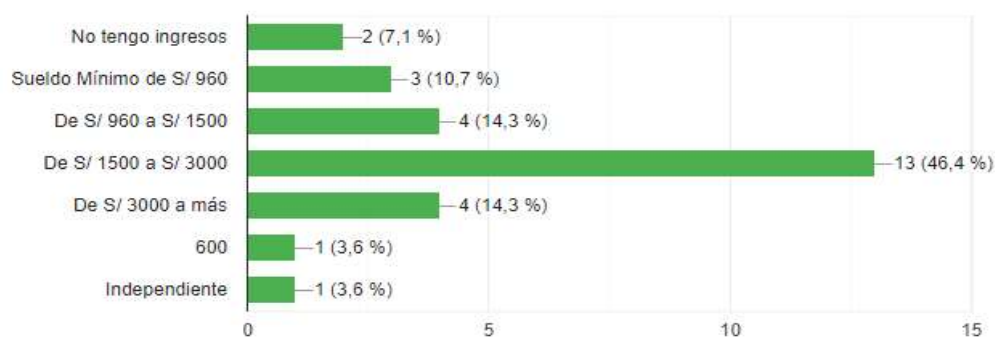
¿Cual es tu formación académica?

28 respuestas



¿Cual es tu ingreso económico mensual?

28 respuestas



¿Sabes en que consiste un jardín botánico? Si o no porque.

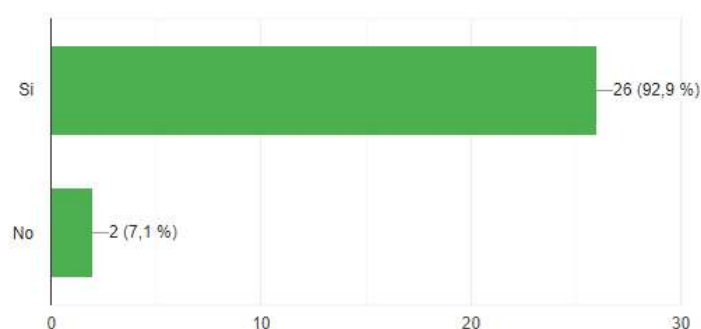
28 respuestas

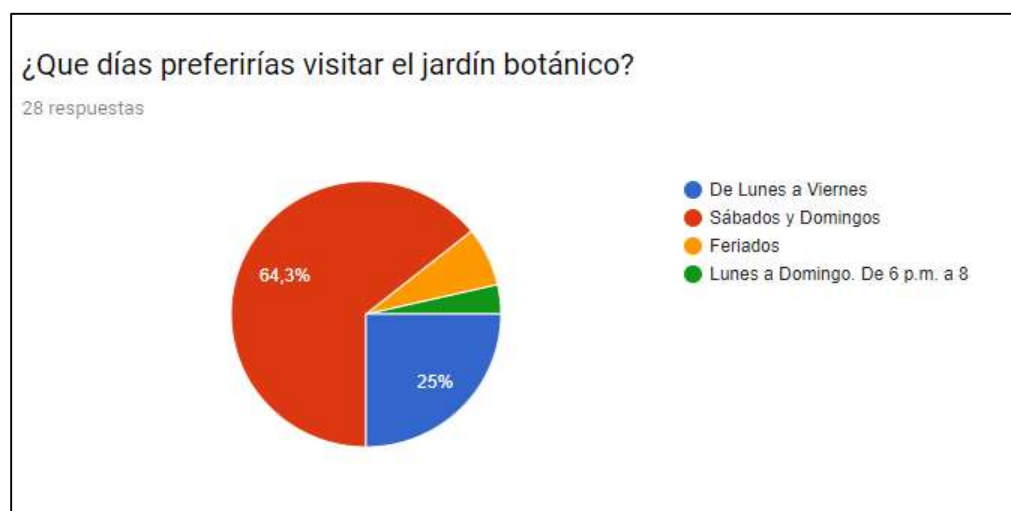
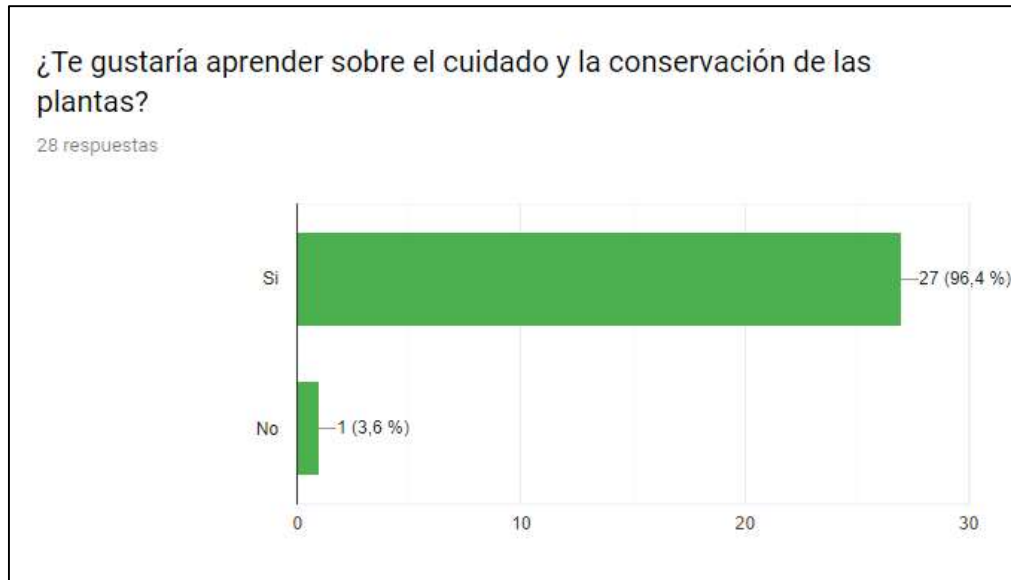
Si
No
No, pero tengo una idea de que se trata de un espacio que fomenta el cuidado y conservación de las plantas.
No.
Si
Si, un espacio en las viviendas de un área urbana con plantas ya sea para consumo o para estética
Si, es el lugar donde se cultivan especies vegetales de diferentes clases, por lo general con una intención ornamental y hacer de aquello un ambiente agradable.
Si, trabaje en uno, hace un tiempo atrás
Si porque soy ecologa
Es un ambiente con cuidados especiales
Es un espacio donde podemos encontrar una diversidad de flora de un determinado lugar

Colecciones de plantas
Si
Si, es la conservación y exhibición de las variedades de planta
Tengo la idea que es un lugar donde encuentras diferentes especies de flores para conservarlas y reproducirlas
Si por que soy Naturopata
Si.
si
Consiste en la muestra de diferentes tipos de plantas, gran parte de ellas acuáticas.

¿Te gustaría visitar un espacio de conservación natural en el centro de la ciudad?

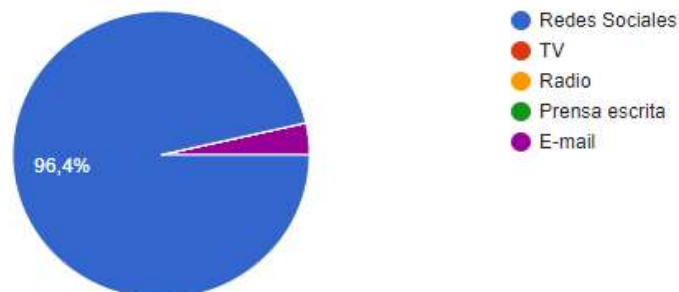
28 respuestas





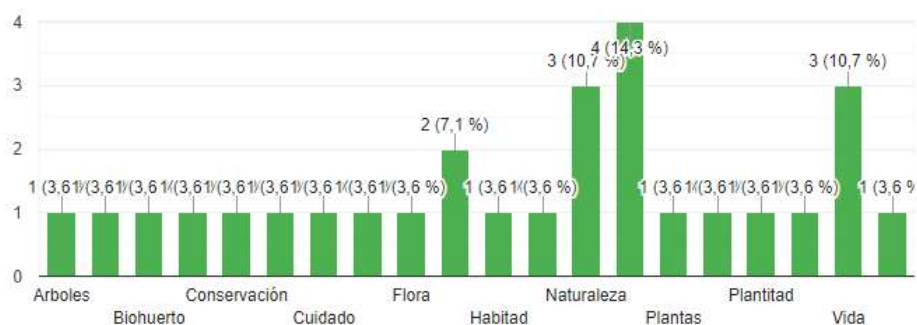
¿A través de que medio te gustaría recibir información sobre las actividades y servicios del Jardín Botánico?

28 respuestas



Menciona una palabra con la que relacionas un jardín botánico.

28 respuestas



3.2.1. Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)

A través del Marketing mix vamos a generar estrategias para alcanzar los objetivos propuestos, creando valor en los diferentes segmentos, a continuación, se formulará las siguientes estrategias:

Producto:

Ofrecer una amplia gama de servicios atractivos hacia el público, como, por ejemplo:

- Ruta turística.
- Programas educativos.
- Taller informativo y didáctico familiar.

- d. Eventos relacionados al calendario ambiental.
- e. Difundir los valores y funciones de un Jardín Botánico.
- f. Estar en constante contacto con los grupos de interés.

Figura de plantas



Figura N° 2: Vivero de plantas, 2024 – autor



Figura N° 3: Vivero de plantas, 2024 – autor



Figura N° 4: Vivero de plantas, 2024 – autor



Figura N° 5: Vivero de plantas, 2024 – autor



Figura N° 6: Fuente huilohuilo



Figura N° 7: Fuente huilohuilo



Figura N° 8: Fuente larazon.com

Precio:

- a. Segmentación de los precios, haciéndolo accesible de acuerdo a las necesidades.
- b. Generar ofertas para promover visitas constantes al centro Botánico.

Plazas:

- a. Crear una infraestructura accesible que brinden una imagen moderna y natural al Jardín Botánico.
- b. Brindar un servicio seguro y confiable para todas las áreas del centro Botánica.

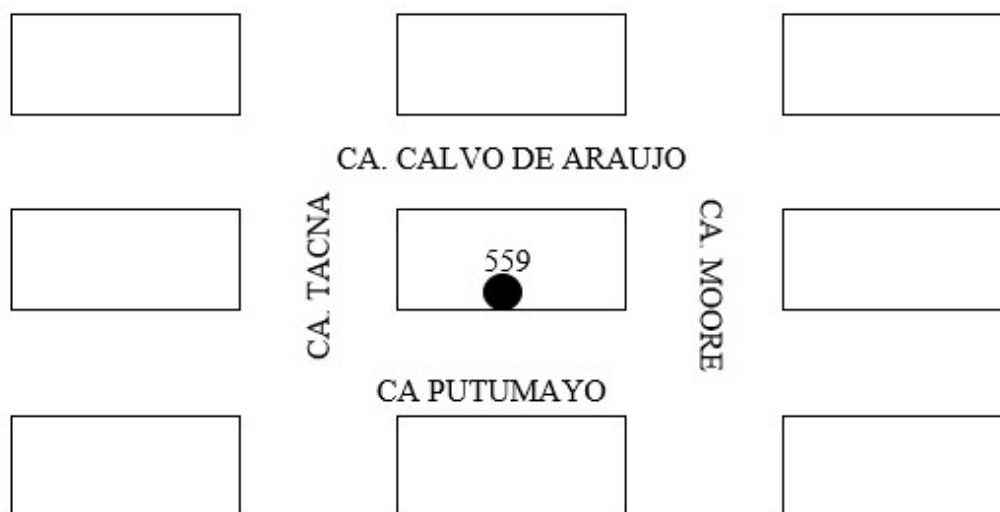
Promoción:

- a. Utilizar diferentes medios para la difusión de nuestros servicios.

CAPÍTULO IV: PLAN DE OPERACIONES

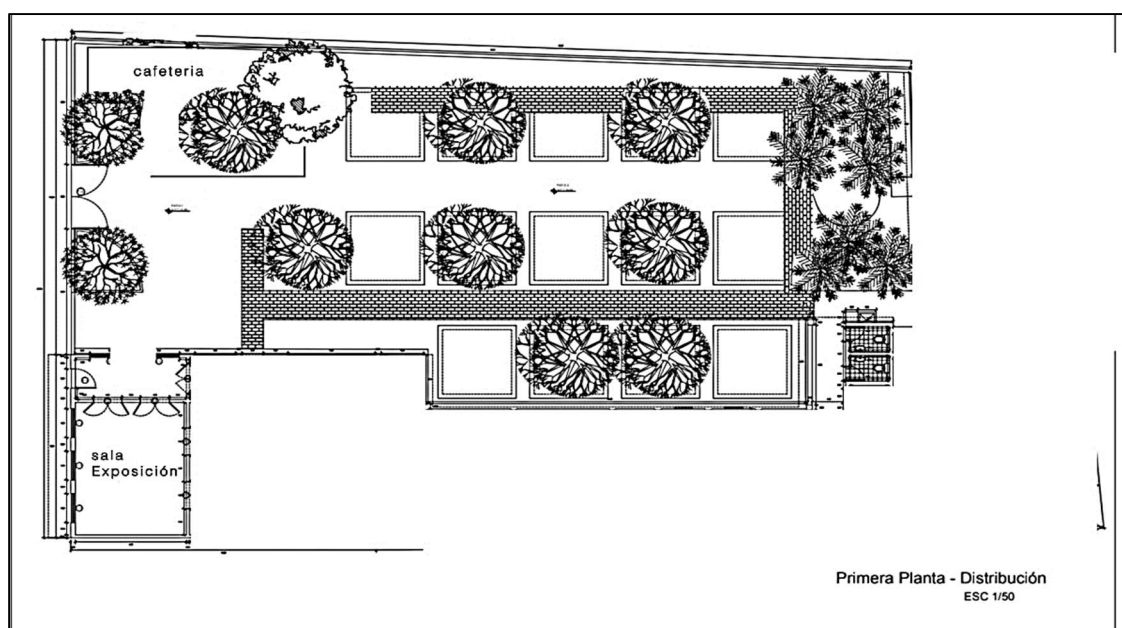
4.1. Localización de la empresa

Figura N° 9: Matriz de Localización



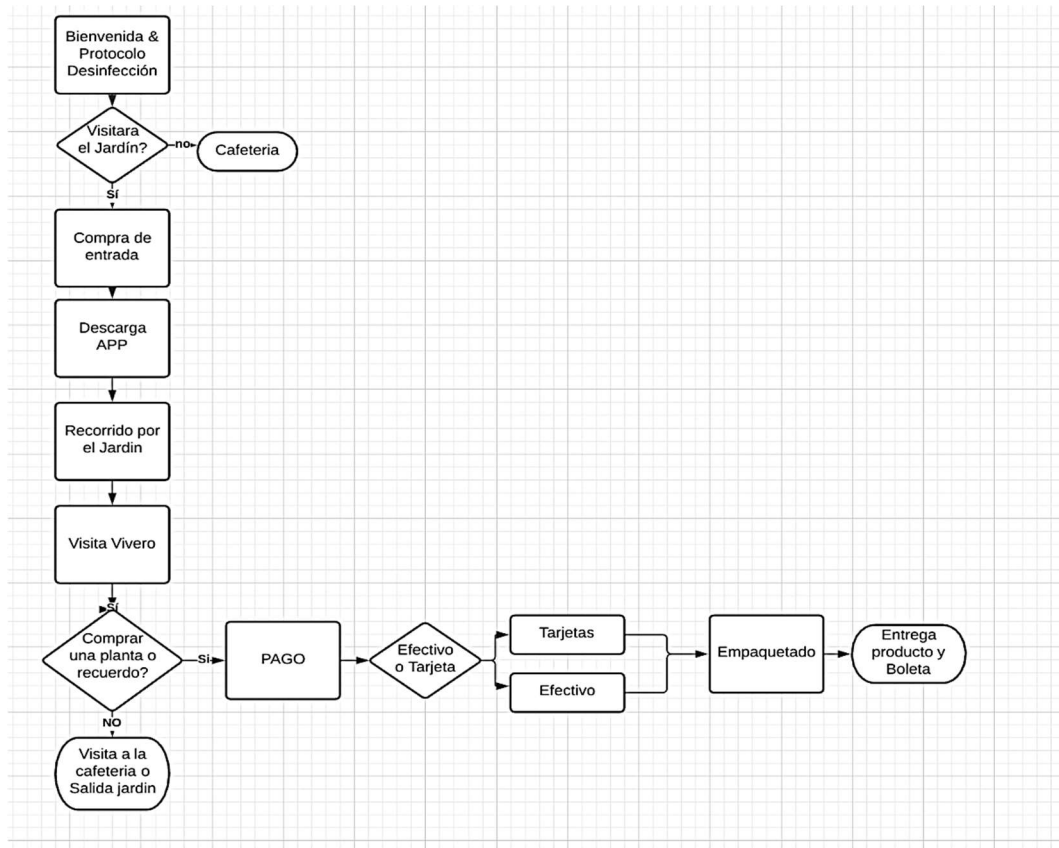
4.2. Tamaño del negocio

Figura N° 10: Establecimiento



4.3. Proceso de producción u operación

Figura N° 11: Diagrama



4.4. Certificaciones necesarias

La Resolución de Dirección Ejecutiva N° 166 -2015- SERFOR-DE, aprueba los “Lineamientos para autorizar el establecimiento de centros de propagación de especies ornamentales de flora silvestre. Ante ello la Autoridad Regional Forestal y de Fauna Silvestre (ARFFS) son las encargadas de entregar la autorización para colecta de especies ornamentales, asimismo, autoriza el establecimiento de los centros de propagación por un plazo de cinco años de vigencia y para su obtención se requiere una solicitud y el formato de información básica, según lineamientos aprobados por el Servicio Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR).

4.5. Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos)

Tenemos el objetivo de determinar la viabilidad económica del Jardín Botánico, se determinará la inversión inicial, el financiamiento, los costos y los ingresos. A través de estos indicadores económicos financieros nos ayudara a tomar decisiones positivas o replantear las estrategias establecidas originalmente.

4.6. Inversión fija tangible.

Tabla N° 6: Inversión fija

ITEM	COSTO (S/)	VIDA UTIL (años)	DEPRESIACIÓN ANUAL	DATOS
Maquinaria y equipo del jardín	9680.00	5	1936.00	20%
Indumentaria del equipo de trabajo	1165.00	1		
Total de inversión	10,845.00		1936.00	

4.7. Inversión fija intangible

Tabla N° 7: Inversión fija intangible

ITEM	IMPORTE S/
Pago de búsqueda de nombre	50
Pago a registro públicos	200
Pago de formulario de declaración jurada	10
Pago por derecho administrativo	90
Notario	250
Pago de la licencia municipalidad	300
Pago de licencia de jardín al SERFOR	500
Plan de negocio	4000
Total	5400

4.8. Capital de trabajo.

Tabla N° 8: Consumo estimado al mes

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMOS DEL JARDIN	COSTO S/
1	und	Wincha de 30 metros	20.00
5	lt	Alcohol etílico de 96°	80.00
3	und	Fertilizante	90.00
1	kg	veneno	50.00
2	und	Bandejas de diferentes tamaños	10.00
4	juegos	Guantes jardineros	40.00
1	caja	Guantes quirúrgico	30.00
3	saco	Carbon vegetal	40.00
5	und	Arcilla	20.00
1	plancha	Tecnopor	5.00
2	sacos	Fibra de coco	10.00
2	sacos	Madera turbada	20.00
2	juegos	Ganchitos pequeños	10.00
1	und	Roseador	30.00
30	und	Maceteros de distintos materiales	210.00
3	und	Cautil	30.00
3	paquetes	Rafia o hilo pabilo	15.00
5	sacos	Tierra Negra	50.00
5	sacos	Guano	50.00
4	und	Tijeras Podadoras	60.00
3	und	Botellas spray	30.00
2	und	Escobas	20.00
1	und	recojedor	5.00
2	und	palas	30.00
10	mts	Mangueras	50.00
2	juegos	Palas pequeñas	40.00
1	und	pico	20.00
1	und	Rastrillo	20.00
1	und	Botas de jebe	20.00
TOTAL			1105.00

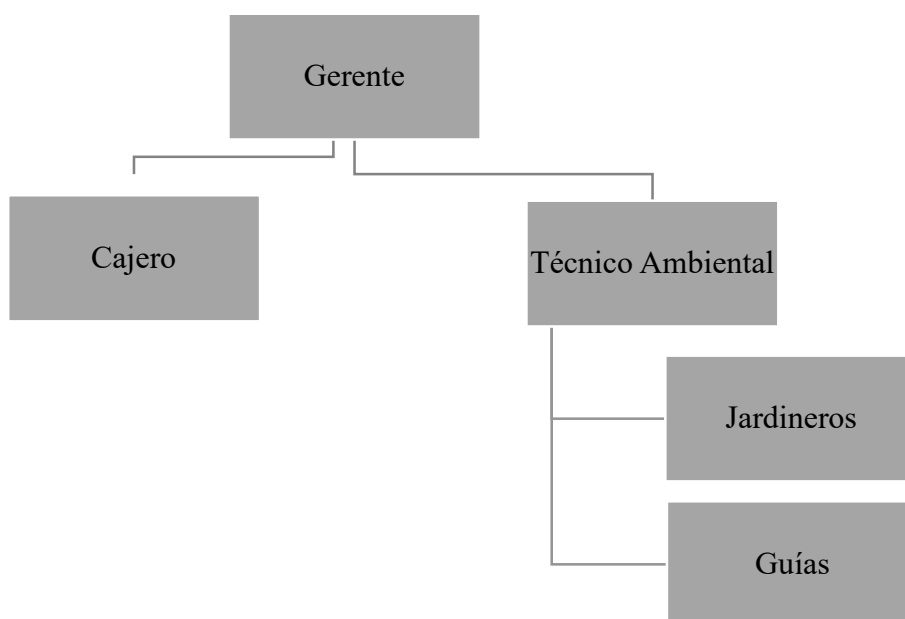
Tabla N° 9: Cuadro de servicios

ITEM	CANTIDAD	COSTO (S/)
Servicio de luz	Mensual	300
Servicio de agua	Mensual	150
Teléfono	Mensual	100
TOTAL		550

CAPÍTULO V: PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

5.1. La Organización.

Figura N° 12: Estructura organizacional



Fuente: elaboración propia.

5.2. Funciones:

Descripción de funciones

A. Gerente

- a) Misión del director del centro botánico
- b) Organizar, dirigir, planificar el funcionamiento del centro para lograr cumplir con la misión y los objetivos del centro.
- c) Funciones del director del Jardín botánico
 - Dirigir y controlar el área administrativa para asegurar el óptimo funcionamiento del Jardín botánico.

- Genera recomendaciones y controla el cumplimiento de las mismas para el óptimo funcionamiento del área administrativa.
- Propone, organiza, y dirige los proyectos para el financiamiento del jardín.
- Realiza estrategias, políticas y programas para asegurar el cumplimiento de las metas trazadas.
- Supervisar y coordinar el óptimo funcionamiento de las diferentes áreas del Jardín botánico.

B. Técnico Ambiental

- a) Misión del Técnico Ambiental del Jardín botánico.
- b) Controlar, manejar y conservar en óptimo estado las instalaciones y las especies del Jardín botánico.
- c) Funciones del Técnico Ambiental del Jardín botánico
 - Supervisar el estado de todas las especies en el jardín botánico.
 - Replicar las especies como parte de la producción del jardín.
 - Fomentar la investigación de las diferentes especies.
 - Capacitar y trabajar con los Guías del Jardín botánico para tener un conocimiento amplio de todas las especies que existen en el jardín botánico.
 - Elaborar formatos de conservación para registrar los comportamientos de las especies.
 - Realizar inventarios de las especies que se encuentran en el Jardín
 - Coordinar de manera conjunta con el área administrativa para el óptimo mantenimiento de la ruta en el jardín botánico.
 - Verificar la climatización de las especies del jardín botánico.

C. Jardinero

- a) Misión del Jardinero del Jardín botánico
- b) Mantener el ambiente idóneo de las especies botánicas que se encuentran en el jardín.
- c) Funciones del Jardinero del Jardín botánico
 - Podar y fertilizar constantemente las plantas del Jardín botánico.
 - Verificar que no existan organismos (Macro y Micro) que puedan afectar el crecimiento y desarrollo de las plantas.
 - Realizar fumigaciones controladas esporádicamente en el área de trabajo.
 - Controlar el orden y la limpieza de las especies botánicas y las áreas de trabajo.
 - Elaborar sustratos y abonar las diferentes plantas del jardín botánico.
 - Coordinar directamente con el técnico ambiental las actividades secundarias.

D. Guías

- a) Misión del de los guías del Jardín botánico
- b) Ofrecer un servicio de calidad con la información a los visitantes del jardín botánico.
- c) Funciones de los guías del jardín botánico.
 - Conocer y capacitarse constantemente en las características principales de cada especie del jardín botánica.
 - Establecer un dialogo idóneo y participativo con las personas a guiar.
 - Coordinar la recepción de los visitantes locales, nacionales e internacionales.

- Satisfacer las expectativas de información y de disfrute a la visitante sobre los objetivos del jardín.
- Prestar servicio de acompañamiento y asistencia a turística y visitantes.
- Tener la habilidad de comunicarse en dos idiomas a más con un nivel competente, en los servicios turísticos.

E. Cajero

- a) Garantizar la realización correcta del pago, entrega, y manipulación del dinero, brindando un excelente servicio al cliente.
- b) Funciones del Cajero del jardín botánico.
 - Saluda y Atiende al Cliente de manera cordial
 - Recepcionar y custodiar el dinero en efectivo que entra a la cafetería.
 - Contar el dinero de la caja para garantizar el ingreso correspondiente y que exista suficiente cambio.
 - Asegurarse que los pedidos de recepción sean atendidos y entregados correctamente.
 - Verificar que el área de trabajo este en optima condiciones.
 - Cuadra el dinero recibido al finalizar su turno.

5.3. Condiciones laborales

Jornada de trabajo. La jornada de trabajo será de 8 horas diarias. Inician sus actividades a las 8.00 am., hasta las 13.00 horas, y en las tardes de 15.00 a 18.00 horas, de lunes a sábado.

Tabla N° 10: Salarios del personal, 2021

CARGO	SUELDO
Adminitrador	S/ 2,500.00
Técnico Ambiental	S/ 1,700.00
Jardinero	S/ 950.00
Guias	S/ 950.00
Cajero	S/ 950.00
TOTAL	S/ 7,050.00

Fuente: elaboración propia

5.4. Régimen Tributario

Se registrá bajo el Régimen General de Impuesto a la Renta: Régimen Especial MYPE Tributario (Tasa escalonada para el pago anual del impuesto a la Renta: hasta 15 UIT = 10%, EXCESO 29.5%.)

Es un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados tributariamente, siendo la fuente generadora de la renta: Capital y trabajo.

Por encontrarse ubicada en la amazonia se encuentra exonerada de pago del Impuesto General a las Ventas (IGV).

CAPÍTULO VI: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

6.1. Inversiones

Tabla N° 11: Estructura

INVERSIONES MÍNIMAS						
INVERSIONES	Cantida d	Precio Unitari o	Total (Soles)	Tasa de Depreciaci ón %	Deprecia ción Anual 1	Depreciac ión mensual
Inversiones Tangibles			S/ 10,845		S/ 2,169	181
Maquinaria y Equipos			S/ 2,799	20%	S/ 560	
Computador	1	S/ 2,500	S/ 2,500	20%	S/ 500	
Sierra Eléctrica	1	S/ 299	S/ 299	20%	S/ 60	
Muebles y Enseres			1,240	%	248	
Escritorio	1	240	240	20%	48	
Bancas	10	100	1,000	20%	200	
Infraestructura			5,800	%	560	
Sistema de Irrigación	1	800	800	20%	160	
Mejoramiento Servicio Higiénicos	1	2000	2,000	20%	400	
Mejoramiento centro botánico	1	3000	3,000	20%	600	
	Cantida d	Precio Unitari o	Total (Soles)	Tasa de Amortizac ión %	Deprecia ción Anual	Amortiza ción mensual
Inversiones Intangibles			1,310		262	21.83
Pago Búsqueda de nombre	1	50	50	20%	10	
Pago Registros Públicos	1	200	200	20%	40	
Pago Formulario de Declaración Jurada	1	10	10	20%	2	
Notario	1	250	250	20%	50	
Licencia Municipal	1	300	300	20%	60	

Licencia de Jardín SERFOR	1	500	500	20%	100
------------------------------	---	-----	-----	-----	-----

Capital de Trabajo			4,875		
Materia Prima	1	2,400	2,400		
Cif	1	600	600		
servicios	1	510	510		
gastos de ventas	1	1,365	1,365		

capital de
trabajo: 1 mes
de
operaciones.

TOTAL, INVERSIÓN			26,869		
-----------------------------	--	--	---------------	--	--

aporte
propio
total

6.2. Ingresos y egresos

Tabla N° 12: Presupuesto de ventas y gastos de comercialización

ITEMS	COSTO/UND	N. UNIDADES/ MES	COSTO/MES
Redes Sociales	S/50.00	2	S/100.00
Cajero	S/950.00	1	S/950.00
Jardinero	S/950.00	1	S/950.00
Guias	S/950.00	1	S/950.00
capacitación ventas	S/15.00	1	S/15.00
TOTAL:			S/2,965.00

Tabla N° 13: Presupuestos de ingresos potenciales

Consideraciones para el presupuesto de ingresos

Productos	Cantidad	Precio Promedio	Total
Venta de Plantas	300 unidades	35	S/ 10,500.00
Ingreso al Jardín	250 Personas	7	S/ 1,750.00
Venta de Souvenirs	80 unidades	8	S/ 640.00
TOTAL			S/ 12,890.00

Tabla N° 14: Presupuesto de costos operativos y administrativos

Gastos personales administrativos	Sueldo mensual total	Servicios	Mensual
Administrador	S/ 2,500.00	Electricidad	S/ 300.00
Técnico Ambiental	S/ 1,700.00	Agua	S/ 150.00
	S/ 4,200.00	Internet	S/ 60.00
			S/ 510.00

6.3. Flujo de caja

Tabla N° 15: Económico y financiero

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890	S/ 12,890
Costo de Ventas	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500
Utilidad Bruta	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390	S/ 11,390
Gastos Administrativos	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710	S/ 4,710
+ Planillas	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200	S/ 4,200
+ Servicios Básicos	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510	S/ 510
Gastos Operativos	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
+ Alquiler	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
Gastos de Ventas	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101	S/ 3,101
+ Planillas de Ventas	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850	S/ 2,850
+ Publicidad	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115	S/ 115
Depreciación	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114	S/ 114
Amortización	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22	S/ 22
Utilidad Operativa	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579
Gastos Financieros	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
Utilidad antes de Impuestos	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579	S/ 3,579
Impuesto a la Renta	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358	S/ 358

10.00%

CONCLUSIONES

1. Después de evaluar todos estos aspectos se determina que hay una demanda suficiente, una estrategia clara para diferenciarse de la competencia, y un plan financiero viable, entonces se puede concluir que un centro botánico tiene el potencial de ser rentable como negocio.
2. La concepción y puesta en marcha de un centro botánico representan una iniciativa de gran relevancia, considerando la ausencia de un establecimiento que ofrezca tal servicio en nuestra localidad. Esta carencia ha llevado a una notable falta de conocimiento entre los habitantes acerca de la riqueza y variedad de la flora que caracteriza nuestra región amazónica. Por tanto, la creación de un centro botánico se erige como una respuesta imperativa a esta necesidad latente en nuestra comunidad. Su establecimiento no solo supliría una demanda no satisfecha en el mercado local, sino que además cumpliría un rol vital en la promoción del conocimiento y la apreciación de nuestra biodiversidad botánica. En consecuencia, la iniciativa de establecer un centro botánico no solo resulta justificada, sino que también se posiciona como un proyecto de gran trascendencia para la educación, la preservación ambiental y el desarrollo cultural de nuestra ciudad.
3. La creación de un centro botánico representa una empresa de vital importancia en nuestra comunidad, dada la falta de una entidad que cumpla con la función específica de preservar y conservar las especies vegetales amenazadas o en peligro de extinción en nuestra región amazónica. Este centro no solo servirá como un santuario para la flora vulnerable, sino que también desempeñará un papel crucial en la sensibilización pública sobre la importancia de la

conservación ambiental y la biodiversidad. Además, se convertirá en un recurso invaluable para la investigación científica, la educación ambiental y el turismo ecológico en nuestra área. Por lo tanto, su establecimiento no solo responde a una necesidad urgente en nuestra comunidad, sino que también promete contribuir significativamente al bienestar a largo plazo de nuestro entorno natural y cultural.

BIBLIOGRAFÍA

BOSQUE. 2017- Programa Nacional de Conservación de Bosques para la Mitigación del Cambio Climático. Ministerio del Ambiente. Lima – Perú-

CASTILLO, N. 2018. El Comercio. El Perú sigue rezagado en tecnología. Economía. Lima – Perú. Disponible: <https://elcomercio.pe/economia/competitividad-digital-peru-sigue-rezagado-tecnologia-noticia-529251> Fecha de consulta: 21/11/18.

CEPAL, 2016. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Naciones Unidas. Publicación de las Naciones Unidas. Santiago.

CITES, 2014. Índice de especies CITES. Secretaria CITES. PNUMA Centro de Monitoreo de la Conservación Mundial. Suiza – Reino Unido.

CONGRESO DE LA REPUBLICA, 2011. Rumbo Minero. Lima – Perú. Disponible: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8CD8B3DDF253087605257C200078DA85/\\$FILE/Mercado Bonos Carbono En El Per %C3%BA.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8CD8B3DDF253087605257C200078DA85/$FILE/Mercado_Bonos_Carbono_En_El_Per%C3%BA.pdf) Fecha de consulta: 20/11/18.

CONGRESO DE LA REPUBLICA (2017), Proyecto de Ley N° 2976/2017-CR. Ley de Reducción Progresiva y Voluntaria del uso de plásticos de un solo uso y sus derivados. Lima – Perú.

COMUNIDAD ISM (2018). Informe Stern: La economía de Cambio Climático. Instituto Superior del Medio Ambiente. Disponible: <http://www.comunidadism.es/herramientas/presentaciones/informe-stern-la-economia-de-cambio-climatico> Fecha de consulta: 20/11/18.

DEL CAMPO, J. 2017. Fundación Bioplanet Paris 2015. ¿Qué son los bonos de carbono? Disponible: <https://paris2015cop21.org/que-son-bonos-carbono/> Fecha de consulta: 20/11/18.

DOUROJEANNI, M. 2013. Loreto Sostenible al 2021. Derecho Ambiente Recursos Naturales. Depósito legal en la biblioteca central del Perú. Lima –Perú.

EL COMERCIO (2018). Economía peruana anota un crecimiento de 6,4% en el mes de mayo. Redacción EC. Empresa Editora EL Comercio. Lima – Perú.

ECO INTELIGENCIA, 2015. Protocolo de Kioto ¿Conoces en qué consiste? Disponible: <https://www.ecointeligencia.com/2015/06/protocolo-kioto/> Fecha consultada: 21/11/18.

emprender.sunat.gob.pe

GESTIÓN, 2017. Loreto podría hacer despegar su economía con industrialización de sus productos nativos. Disponible: <https://gestion.pe/economia/loreto-despegar-economia-industrializacion-productos-nativos-128500> Fecha de consulta: 16/11/18

LA REPUBLICA, 2017. Nuevas tecnologías: Iquitos se prepara para el lanzamiento de la Supercomputadora del IIAP. Disponible: <https://larepublica.pe/sociedad/848155-nuevas-tecnologias-iquitos-se-prepara-para-el-lanzamiento-de-la-supercomputadora-del-iiap> Fecha de consulta: 15/11/18.

MACERA, 2017. Instituto Peruano de Economía - IPE. Logros y retos del desarrollo económico y social de Loreto. Disponible: <http://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2018/02/Logros-y-Retos-del-Desarrollo-Econ%C3%B3mico-y-Social-de-Loreto.pdf> Fecha de consulta: 20/11/18

MILLÁN, B. 2011. Listado de Especies CITES Peruanas Flora Silvestre. Ministerio del Ambiente. Informe Final. Lima – Perú.

Naciones Unidas - CEPAL, 2015. La economía del cambio climático en América Latina y el Caribe. Paradojas y desafíos del desarrollo sostenible. Santiago de Chile – Chile.

PNUD, 2018. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Disponible: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html> Fecha de consulta: 21/11/18.

SERFOR, 2015. Ley Forestal y de Fauna Silvestre N° 29763 y sus Reglamentos. Ministerio de Agricultura y Riego. Lima – Perú.

SISTEMA DE LAS NACIONES UNIDADES EN EL PERÚ, 2014. ¿Qué es la COP? Oficina de la coordinadora Residente de las Naciones Unidas en el Perú. Lima – Perú. Disponible: <http://onu.org.pe/cop-20/que-es-la-cop-20/> Fecha de consulta: 21/11/18.

OXFAM, 2018. ¿Por qué la COP 21 es tan importante para el Perú? Disponible: <https://peru.oxfam.org/%C2%BFpor-qu%C3%A9-la-cop21-es-tan-importante-para-per%C3%BA> Fecha de consulta: 21/11/18.

TURISMO IN, 2016. Conociendo al turista que visita Loreto 2016. Turismo Interno. Servicio de PROMPERU. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Lima – Perú.