



FACULTAD DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIO LA RUTA DEL MARAÑÓN IQUITOS, 2020.

AUTORAS:

MERINO SAENZ, PATSY MILAGROS.

VARGAS CHIONG, ERIKA THALIA.

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

**ASESOR: MGR. MARCO ANTONIO REATEGUI
MEZA.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS.

IQUITOS-PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mi querida madre Patsy Sáenz, a mi hermana Astrid Carolina y a mi adorada hija Eimy Daniela, con todo mi amor mi cariño.

Patsy Merino

Dedico este trabajo a nuestro creador, padre celestial, a mis padres a mis hermanos a mi esposo Percy, y en especial a mi hija Ashley Michelle quien es mi motor y motivo en mi vida, a ellos con todo el amor del mundo.

Erika Vargas

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento a Dios por darme toda la fortaleza para concluir este proyecto de mi vida, gracias Señor. A mi madre, Patsy Sáenz, a mi hija Eimy Daniela, a la Universidad Científica del Perú, a los docentes que nos prepararon para desarrollarnos en nuestra vida profesional y a nuestros compañeros, a todos ellos muchas gracias.

Patsy Merino

Mi infinito agradecimiento a Dios, a mis padres, por sus esfuerzos para lograr terminar mi carrera universitaria, a la Universidad, a los docentes y compañeros a todos ellos mi infinita gratitud, por el apoyo desinteresado para lograr uno de mis anhelados sueños.

Erika Vargas

ACTA DE SUSTENTACION

**FACULTAD DE
NEGOCIOS**



“Año de la Universalización de la Salud”

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 446-2020-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 19 de diciembre de 2020, se autorizó la sustentación para el 21 de diciembre de 2020.

Siendo las 17.00 horas del día 21 de diciembre de 2020 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS LA RUTA DEL MARAÑON, IQUITOS, 2020.
Presentado por:

VARGAS CHIONG ERIKA THALIA

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

MERINO SAENZ PATSY MILAGROS

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: **APROBADA POR UNANIMIDAD**

A las 18.42 horas culminó el acto público.

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

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

Lic. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa
Miembro del Jurado

CPC José Rubén Ruiz Del Aguila, Mgr
Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto – Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compañón 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe



“Año de la Universalización de la Salud”

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

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

Hace constar que:

El trabajo de Suficiencia Profesional Titulado:

“PLAN DE NEGOCIOS LA RUTA DEL MARAÑÓN, IQUITOS, 2020”

De los alumnos: **MERINO SAENZ PATSY MILAGROS Y VARGAS
CHIONG ERIKA**

THALIA, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la
revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **9% de
plagio**.

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

San Juan, 7 de diciembre del 2020.



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

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de antiplagio	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de cuadros... ..	VIII
Índice de figuras... ..	X
RESUMEN.....	01
ABSTRACT	02
I. INFORMACIÓN GENERAL	03
1.1 Nombre del negocio	03
1.2 Actividad empresarial	04
1.3 Idea de negocio	04
II. PLAN DE MARKETING.....	06
2.1 Necesidades de los clientes.....	06
2.2 Demanda actual y tendencias.....	09
2.3 Oferta competitiva	12
2.4 Programa de marketing	14
2.4.1 El producto	14
2.4.2 El precio	17
2.4.3 La promoción.....	18
2.4.4 La cadena de distribución.....	19
III. PLAN DE OPERACIONES.....	21
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Inversiones Marañón SRL... ..	21
3.2 El proceso de abastecimiento de Inversiones Marañón SRL...	21
3.3 El proceso de atención al cliente SRL... ..	21

IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	24
4.1	Estructura organización de Inversiones Marañón SRL.....	24
4.2	Puestos, funciones	24
4.3	Condiciones laborales	26
4.4	Régimen tributario	26
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	27
5.1	Estudio económico	27
5.1.1	Mercado y ventas... ..	27
5.1.2	Compras, costo de ventas y gastos... ..	27
5.2	Estudio financiero	29
5.2.1	Inversiones de Inversiones Marañón SRL	29
5.2.2	Financiamiento de Inversiones Marañón SRL.....	31
5.2.3	Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad	32
	CONCLUSIONES	35
	BIBLIOGRAFÍA	36
VI.	PROTOCOLO COVID 19	42

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones Marañón SRL., 2020 – Servicios turísticos	04
Cuadro N° 02 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones Marañón SRL., 2020 – Restaurante	04
Cuadro N° 03 Principales motivos de visita al Perú, 2019.....	07
Cuadro N° 04 Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, 2020	09
Cuadro N° 05 Calculo de la línea de demanda, 2020	10
Cuadro N° 06 Mercado proyectado, 2020	10
Cuadro N° 07 Mercado por preferencia del producto, 2020	10
Cuadro N° 08 Cálculo del tamaño de la demanda, 2020	11
Cuadro N° 09 Negocios con giros similares que Inversiones Marañón.....	11
Cuadro N° 10 Precio de los productos de Inversiones Marañón, 2020	17
Cuadro N° 11 Demanda del mercado: tendencia y participación	27
Cuadro N° 12 Ventas de los productos de Inversiones Marañón SRL	27
Cuadro N° 13 Costo de ventas de Inversiones Marañón SRL (soles)	27
Cuadro N°14 Gastos administrativos de Inversiones Marañón SRL, 2020 (soles)	28
Cuadro N° 15 Gastos comerciales de Inversiones Marañón SRL (soles)	28
Cuadro N° 16 Gastos pre operativo de Inversiones Marañón SRL (soles)	29
Cuadro N° 17 Inversión en activos de Inversiones Marañón SRL (soles).	29

Cuadro N° 18 Depreciación de los Activos de Inversiones Marañón SRL. (Soles).....	29
Cuadro N° 19 Costo laboral (%).....	30
Cuadro N° 20 Programa de endeudamiento de Inversiones Marañón SRL. (Soles).....	31
Cuadro N° 21 Capital de trabajo de Inversiones Marañón SRL (soles)...	32
Cuadro N° 22 Cálculo de la tributación de Inversiones Marañón SRL	32
Cuadro N° 23 Estado de resultados integrales de Inversiones Marañón SRL (soles).....	33
Cuadro N° 24 Estado de flujo de caja de Inversiones Marañón SRL (soles)	34
Cuadro N° 25 VAN, TIR, Y B/C Inversiones Marañón SRL (soles)	35

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Macro localización del negocio.....	03
Figura N° 02 Ubicación de la empresa Inversiones Marañón SRL,2020	03
Figura N° 03 Visita de turista al Ecolodge	08
Figura N° 04 Actividades en un Ecolodge, 2020	09
Figura N° 05 Aventura en la selva.....	15
Figura N° 06 Avistamiento de bufeo colorado	15
Figura N° 07 Avistamiento de aves... ..	16
Figura N° 08 Avistamiento de lagarto en la noche	16
Figura N° 09 Logo de Inversiones Marañón SRL	17
Figura N° 10 Fan page de la empresa, 2020.....	18
Figura N° 11 Distribución directa, 2020.....	19
Figura N° 12 Proceso de servicio al cliente, 2020	22
Figura N° 12 Estructura organización de la empresa, 2020	24

RESUMEN

**PLAN DE NEGOCIOS ECOLODGE LA RUTA DEL MARAÑÓN,
IQUITOS, 2020**

Patsy Milagros, Merino-Sáenz
Erika Thalía, Vargas-Chiong.

La investigación realizada estudia la factibilidad de un ecolodge dedicado al servicio turístico, quien ofrecerá dos paquetes turísticos, diseñados según las necesidades de los turistas nacionales y de los turistas extranjeros, que llega a nuestra ciudad.

El segmento principal de nuestros clientes está formado por los turistas nacionales y turistas extranjeros, quienes arriban a nuestra ciudad en busca de nuevas experiencias con la naturaleza, y que desean hospedare en un ecolodge de nuestra región.

El negocio se ha diseñado en un ambiente ecológicamente preparado, con una temática netamente natural, en pleno contacto con la naturaleza, con un conjunto de actividades según el paquete escogido por el turista. La empresa estará ubicada a 45 minutos de la ciudad de Nauta por ser una ciudad acorde a las necesidades del ecolodge.

La investigación nos señala que existe una significativa oferta de negocios en la ciudad y con mucho éxito, ya existe experiencia de nuestros clientes, pero el valor agregado es la cercanía a la reserva pacaya Samiria y la variada programación de actividades con que cuenta nuestra empresa.

Palabras claves: plan de negocios, ecolodge, ruta del Marañón.

SUMMARY
ECOLOGDGE BUSINESS PLAN LA RUTA DEL MARAÑÓN,
IQUITOS, 2020

Patsy Milagros, Merino-Sáenz

Erika Thalia, Vargas-Chiong.

The research carried out studies the feasibility of an ecolodge dedicated to the tourist service, which will offer two tourist packages, designed according to the needs of national tourists and foreign tourists, who come to our city.

The main segment of our clients is made up of national tourists and foreign tourists, who come to our city in search of new experiences with nature, and who want to stay in an ecolodge in our region.

The business has been designed in an ecologically prepared environment, with a purely natural theme, in full contact with nature, with a set of activities according to the package chosen by the tourist. The company will be located 45 minutes from the city of Nauta because it is a city according to the needs of the ecolodge.

The research tells us that there is a significant business offer in the city and with great success, there is already experience from our clients, but the added value is the proximity to the Pacaya Samiria reserve and the varied program of activities that our company has.

Keywords: business plan, ecolodge, Marañón route.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Ecolodge La ruta del Marañón.

Razón social: Inversiones Marañón SRL

Sector de la actividad: servicio

Localización: Calvo de Araujo Nro. 2047, Distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicios turísticos

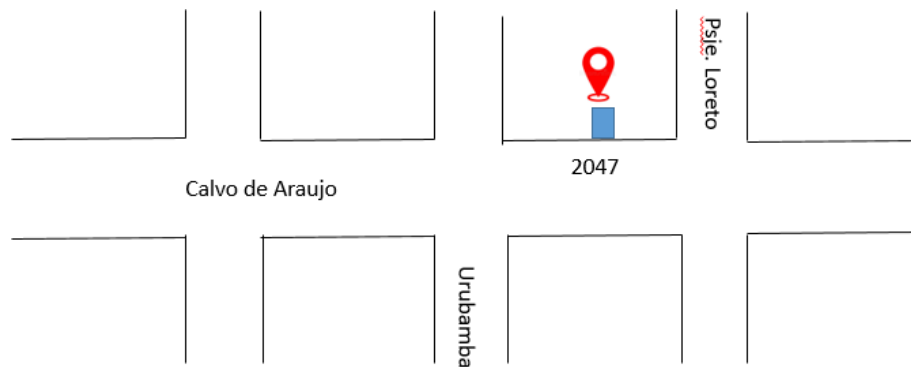
Figura 1

Macrolocalización del negocio



Figura 2

Ubicación de la empresa Inversiones Marañón SRL., 2020



Fuente: www.googlemaps.com

Cuadro 1
Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones Marañón
SRL, 2020 – Servicio Turísticos

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

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

Cuadro 2
Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones Marañón
SRL, 2020 – Restaurante

I	Actividades de alojamiento y servicio de comida		
	56	Actividades de servicio de comida y bebida	
		561	Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas
			5610 Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas

1.3 Idea del negocio.

Se busca satisfacer la necesidad de turismo de naturaleza, para aquellas personas que quieran percibir la flora y la fauna. Además, para quienes quieren conocer la flora y la fauna con fines de investigación, también para quienes quieran conservar el bosque.

Los clientes serán los turistas extranjeros que llegan a nuestra ciudad; como también los turistas nacionales quienes visitan nuestra ciudad, así como, los visitantes de nuestra localidad. También, las

personas que llegan por motivos de negocios o por algún tipo de investigación.

Se ofrece dos paquetes principales en dicha ruta. Se mostrará todos los atractivos turísticos de la zona, distribuidos en todos caseríos y comunidades al margen del rio Marañón. Dentro sus atractivos se encuentran el avistamiento de lagartos, artesanías, aventura en la selva, avistamiento de aves, entre otros. También se ofrecerá servicio de alimentación.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

Como se mencionó en el capítulo anterior, con el plan de negocios se busca satisfacer la necesidad de turismo de naturaleza de las personas.

Según el último barómetro de TripAdvisor (2019), los viajeros tienen más interés que nunca en descubrir nuevos destinos, probar diferentes tipos de transporte, usar opciones alternativas de alojamiento y experimentar nuevas actividades y sensaciones. De hecho, la mayoría de turistas quieren probar algo nuevo y diferente en su próximo viaje. Esa búsqueda de cosas fuera de lo común, hace que suba la demanda de experiencias y actividades singulares, relacionadas directamente con la cultura local.

Según el turoperador Thomson (2019), hoy sus clientes desarrollan tres veces más este tipo de actividades que en 1980. Pero hoy ya no se quieren los típicos tours o actividades enlatadas y estándar para todos. Se buscan experiencias singulares, fuera de lo normal y adaptadas a nuestras necesidades. Muchos turistas buscan opciones de alojamiento más pequeñas y coquetas, donde se pueda recibir un trato más personal y cálido.

También se demandan más actividades desarrolladas con gente local del destino, que permita a los turistas conocer de una forma directa, como viven los locales.

Cuadro 3

Principales motivos de visita al Perú 2019

Motivos de visitas	%
Vacaciones, recreación u ocio	65%
Negocios: comisión de trabajo/compras para negocio	16%
Visitar a familiares o amigos	11%
Salud (tratamiento médico)/compra medicina	4%
Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congreso	2%
Educación (realizar estudios, investigación por grado etc.)	1%
Misiones/trabajo religioso/voluntariado	1%
Total	100%

Fuente: PromPerù

Del cuadro anterior podemos señalar las principales necesidades del cliente:

- Necesidad de viajar por vacaciones:

Se dispone de dos paquetes turísticos, servicio de alojamiento y servicio de alimentación y con servicios adicionales otorgados por la empresa como el servicio de guía de turismo. Esta es la principal necesidad que se propone satisfacer con el presente plan de negocios.

- Necesidad de viajar por negocios:

Se cuenta con ambiente cómodo, amplio, implementados para realizar todo tipo de negocios. Además, del servicio de mozos para el servicio de atención de alimentación.

- Necesidad de viajar por motivos de salud:

Se cuenta con un lugar alejado al ruido de la ciudad, con alojamiento con un cien por ciento de contacto con la naturaleza, que puede ser la medicina perfecta para su salud.

- Necesidad de viajar por visita a familiares:

Lugar ideal para pasar con los familiares y reencontrarse, buscando la integración. Prestamos servicio de alojamiento, paquetes turísticos y servicio de alimentación. Los paquetes turísticos cuentan con actividades que se realizan en grupos familiares.

- Necesidad de viajar por seminarios y capacitaciones y otros:

La empresa cuenta con local de eventos, ya sea para reuniones, capacitaciones, ya se cuenta con un lugar fuera del bullicio de la ciudad.

Figura 3

Visita de turista al ecolodge, 2019



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

Figura 4
Actividades en un Ecolodge, 2020



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

2.2 Demanda actual y tendencias.

En el gráfico siguiente, se puede apreciar la llegada de turistas a nuestro país en el periodo 2011 al 2017. El mismo que presenta una tendencia creciente año tras año. Ya que el año 2011 llegó a 2.6 millones de turistas, mientras que el año 2017 alcanza un 4.0 millones de turistas, siendo este año el año más elevado.

Cuadro 4

Mercado total poblacional, Ciudad de Iquitos, 2017

	2015	2016	2,017
	1	2	3
Turistas nacionales (arribos)	710 873.	685 763.	644 795.
Turistas extranjeros (arribos)	145 487.	158 124.	210 570.

Fuente: Mincetur, estadísticas.

Cuadro 5

Calculo de la línea de demanda, 2020.

	Nacionales	Extranjeros
a (intersección en el eje Y)	746,555	106,311
b (coeficiente o pendiente)	(33,039.0)	32,541.5
X (año 2020)	6	6

Fuente: Mincetur, estadísticas.

Cuadro 6

Mercado proyectado, 2020.

	2015	2016	2017	2018	2020
Y (demanda proyectada) = $a + bx$	1	2	3	4	6
Turistas nacionales proyectados (arribos)	713,516	680,477	647,438	614,399	548,321
Turistas extranjeros proyectados (arribos)	138,852	171,394	203,935	236,477	301,560

Fuente: Mincetur, estadísticas.

Cuadro 7

Mercado por preferencia del producto.

	Porcentaje	Total
Turistas nacionales que buscan alojamiento lodge	10%	54,832
Turistas extranjeros que buscan alojamiento lodge	40%	120,624
Total		175,456

Fuente: Mincetur, estadísticas.

Cuadro 8

Calculo del tamaño de la demanda

	Dias	Total
Turistas nacionales, alojamiento lodge	1	54,832
Turistas extranjeros, alojamiento lodge	3	361,872
Total		416,704

Fuente: Mincetur, estadísticas.

Los turistas demandan productos y servicios más personalizados, adaptados a sus gustos y necesidades (*tailored made*). Cada uno quiere ser el protagonista de su viaje. No quieren tener la misma experiencia “enlatada” que el resto de los turistas.

Y sus necesidades van más allá de poder elegir el tamaño o la dureza de su almohada. En los hoteles quieren poder elegir el tipo de menú del servicio de habitaciones, las sábanas, la iluminación, las opciones de entretenimiento, la ambientación de la habitación o los *amenities* que les ofrece el hotel. Quieren poder adaptar su habitación y su experiencia, para sentirse como en casa.

En relación a las actividades, quieren tours que se adapten en horarios y en temática a sus gustos y que no tengan todos los elementos cerrados, pudiéndose modificar sobre la marcha según como se sienta el cliente en cada momento. Estos turistas están dispuestos a pagar un precio extra por esta flexibilidad, ya que consideran que les aporta un gran valor añadido y se sienten más protagonistas.

También cambia la forma en la que elegimos nuestros compañeros de viaje. Antes era con familia, amigos o conocidos. Hoy estamos viendo como algunos turistas empiezan a elegir a sus compañeros de viaje en foros de agencias de viaje y comunidades de viajeros, en torno a diferentes motivaciones de viaje (como gastronomía, compras,

espectáculos deportivos o eventos culturales). El mayor número de solteros maduros, hace que surjan comunidades donde se busquen compañeros con los que viajar, que tengan los mismos gustos o necesidades.

El grafico siguiente nos muestra un mercado creciente y de manera sostenible. En el año 2011 los turistas extranjeros que llegaron al Perú, constituyeron 1.21 millones personas y el 2017 2,51 millones de personas.

2.3. Oferta competitiva

La oferta propuesta por los Ecolodge de la competencia se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 9
Negocios similares que Inversiones Maraón, 2019

Producto	Hutachay Pacaya Samiria Ecolodge soles	Amazon Reise Ecolodge soles	Samiria Ecolodge soles
Paquete Vip	160	200	600
Paquete Premium	250	350	900

Fuente: elaboración propia

El Perú tiene un desarrollo turístico progresivo que debe ser aprovechado en su totalidad pues contamos con una diversidad cultural y paisajística muy lujosa, donde su mayor objetivo debe ser el reconocimiento mundial debido a su biodiversidad y atractivos que ofrece el país; de esta manera tener un aumento de visitas turísticas que se les pueda brindar un servicio de calidad encontrando lugares ideales para su estadía.

Es importante contribuir con el desarrollo turístico del país en zonas rurales que contienen un alto potencial turístico, pero actualmente los habitantes que viven en estos lugares no tienen el adecuado asesoramiento para recibir a los turistas interesados en conocer estas áreas, pues, es importante proponer el desarrollo de diferentes centros turísticos que contribuyan y puedan difundir el turismo de estas zonas.

El maltrato y desinterés a la biodiversidad es un problema constante con fines de beneficios económicos que afectan sin reparo a la selva peruana, considerando una falta de conciencia y desarrollo cultural, por la falta de identificación de los mismos habitantes para poder proteger y cuidar su propio hábitat si el reconocimiento de la persona que habita el lugar fuera consciente del valor que tiene a su alrededor, se podría evitar los daños que se van causando al paso de los años.

2.4 Programa de marketing.

2.4.1 El producto

De acuerdo a la investigación realizada podemos definir el Ecolodge como:

Establecimiento de Hospedaje Clasificado y Categorizado donde se presta habitualmente el servicio de alojamiento no permanente, al efecto que sus huéspedes o usuarios pernecten en dicho local, cuyas operaciones son turísticamente dependientes de la naturaleza y el paisaje, reuniendo y aplicando los principios del Ecoturismo. Básicamente debe ofrecer al huésped o usuario, una experiencia educativa y participativa, debiendo ser operado y administrado de una manera sensible a todo lo relacionado con el cuidado y protección del medio ambiente. (MITINCI, DS 023-2001MITINCI).

El Ecolodge *La ruta del Marañón*, contará con dos servicios turísticos, diseñados en función a las necesidades de los turistas:

- a. Paquete turístico VIP – 01 día
- b. Paquete turístico Premium – 02 días

1.- Paquete Turístico VIP: Desarrollado en 1 días

- a. Traslado al ecolodge
- b. Caminata – aventura en la Selva
- c. Avistamiento de manatíes
- d. Avistamiento de aves
- e. Visita a la comunidad

2.-Paquete turístico Premium: Desarrollado en 2 días

- a. Traslado al ecolodge
- b. Caminata – aventura en la selva
- c. Avistamiento de manatíes

- d. Avistamiento de lagartos – actividad desarrollada en la noche
- e. Avistamiento de aves
- f. Visita a la reserva Pacaya Samiria
- g. Visita a la comunidad

Figura 5
Aventura en la Selva.



Fuente: gooble.com.pe

Figura 6
Avistamiento de bufeo colorado, Perú- 2019.



Fuente: elaboración propia

Figura 7
Avistamiento de aves, Perú- 2019.



Fuente: www.google.com.pe/search?biw

Figura 8
Avistamiento de lagartos en la noche, Perú- 2019.



Fuente: h/www.google.com.pe/search?biw=1093&bih=530&tbm

a) La marca

La marca es un signo que diferencia a una empresa de otra, cuya función principal es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de la competencia. La marca es, por así decir, es el factor identificador de los producto o servicio de una empresa.

Para el presente proyecto se ha diseñado el presente logo:

Figura 9
Logo de Inversiones Marañón SRL.



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

El Ecolodge *La ruta del Marañón*, ha considerado en sus políticas de precios, establecerlos en función a la competencia y a los costos de empresa, se detalla a continuación:

Cuadro 10

Precio de los productos de la empresa, 2020

Servicio	Días	Precio (soles)
Paquete VIP	2	150.00
Paquete Premium	3	250.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción.

La empresa tiene como política de promoción el uso de las redes sociales, como fan page, twitter, correo electrónico, etc. Buscando siempre que nuestros clientes prospectos tengan conocimiento de nuestros productos, tanto para los turistas nacionales como extranjeros. Se detalla a continuación:

- Facebook: creación de un fan page, para brindar información sobre la empresa y las actividades, se subirán fotos, videos, se premiarán a los que den like o compartan nuestras fotos y videos.
- Twitter: su objetivo principal es tener un buen número de seguidores y se realizaran publicaciones constantes para que puedan ver nuestros clientes y seguidores.
- Instagram: su principal objetivo es ganar seguidores, además de publicar fotos para puedan apreciar, la visita de turistas nacionales e internacionales.
- YouTube: subir y compartir videos de diversas modalidades, con la finalidad que se convierta en un canal de comunicación para atraer a nuestros clientes prospectos.

Figura 10
Fan page de la empresa, 2020



Fuente: Elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

a. Objetivo de distribución

El problema de toda empresa es el de la entrega de producto terminado al cliente, o puesta a disposición del producto objeto de la transacción. Principal problema de la distribución alcanzar el máximo de puntos de venta según el costo dado.

Inversiones Marañón SAC, estará ubicado en la calle Calvo de Araujo N° 2047, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto. (Oficina de coordinación) y el Ecolodge se encuentra ubicado comunidad San Jorge, a orillas del río Marañón a 45 minutos en deslizador de la ciudad de Nauta. (Frente a un extremo de la reserva nacional pacaya Samiria).

b. Funciones que debe cumplir el canal

Para el presente plan de negocios la función principal del canal de distribución es la de reducir el costo.

Figura 11
Distribución directa, 2020



Fuente: Elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

Se ha diseñado el proceso de servicio al cliente de forma simple con el fin de buscar la satisfacción plena del cliente.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La fuente de aprovisionamiento se inicia desde la compra de los insumos, materiales y accesorios que se utilizarán en el servicio, hasta el almacenamiento para el control y estos se realizarán en la ciudad de Iquitos, en algunos casos en la ciudad de Nauta.

3.2 El proceso de abastecimiento

Nuestros proveedores han sido seleccionados, con el fin de abastecer productos de calidad, frescos, que cuenten con entrega inmediata y nos brinde beneficio para los pagos.

3.3 El proceso de servicio al cliente

La atención al cliente es todos los días de la semana, los treinta días del mes. En el siguiente grafico se aprecia el proceso de servicio al cliente.

Figura 12
Proceso de servicio al cliente, 2020



Fuente: Elaboración propia

Proceso del servicio de la empresa:

1. Cliente:

Cliente interesado en nuestros servicios y solicita información

2. Se cierra la venta:

Cliente confirma el interés y adquiere uno de los paquetes de nuestros servicios

3. Cliente cancela el servicio por adelantado:

La cancelación debe ser en efectivo o abono en cuenta cte.

4. Se recepciona al cliente:

Según lo acordado fecha y hora se recepciona al cliente en el aeropuerto Francisco Secada o según lo indicado por el cliente.

5. Desarrollo de las actividades según el paquete contratado:

Se brinda el servicio según el paquete contratado por el cliente

6. Se emite comprobante de pago:

Se emite comprobante de pago según o coordinado con el cliente

7. Retorno al aeropuerto:

Según la conclusión del servicio, en función al paquete adquirido, se lo retorna al aeropuerto o en el lugar indicado por el cliente.

8. Agradecimiento a cliente:

Se procede a agradecer al cliente

9. Fin del servicio

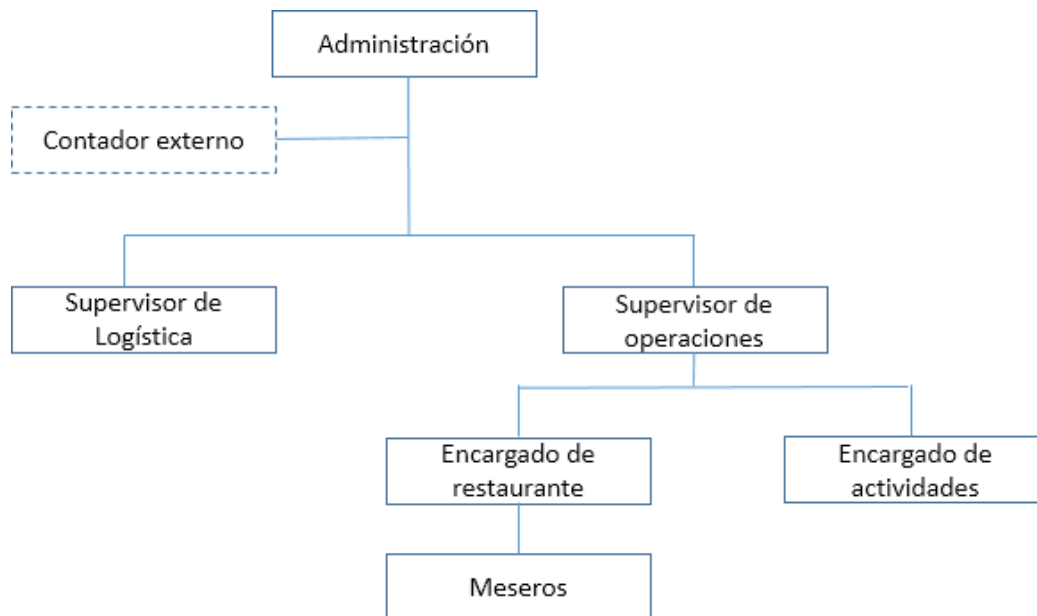
Se da por finalizado el servicio

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional de la empresa Inversiones Marañón S.R.L., 2020.

Figura 13

Estructura organizacional de la empresa, 2020



Fuente: Elaboración propia

4.2 PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES

Puesto: Administrador

Funciones:

- Planea, organiza, dirige y controla las actividades internas y externas de la empresa.
- Define las políticas de aprovisionamiento, costos, precios, descuentos y promociones.
- Establece los indicadores de gestión para cada área, controla y evalúa y controla, sanciona o premia el cumplimiento.
- Establece, monitorea, controla al área de ventas y marketing para el cumplimiento de la meta de ventas

- e. Realiza los pagos a los proveedores previa programación del mismo

Puesto: Supervisor de logística

- a. Consolida el cuadro de necesidades, según lo solicitado por las demás áreas
- b. Prepara el cuadro comparativo de cotizaciones
- c. Ejecuta las compras
- d. Supervisa y controla al asistente de logística
- e. Reporta al administrador
- f. Custodia, controla, los bienes de la empresa.

Puesto: Supervisor de operaciones

Funciones:

- a. Recepciona a los turistas en el aeropuerto Francisco Secada
- b. Traslada al ecolodge a los turistas
- c. Entrega al guía de turismo para la atención al cliente
- d. Retorna a los turistas al aeropuerto o lugar donde señala.

Puesto: Encargado de actividades

Funciones:

- a. Dirige, supervisa y evalúa el buen funcionamiento de las actividades según el paquete adquirido por el cliente.
- b. Mantiene comunicación con el jefe de atención al cliente

Puesto: Encargado de Restaurante

Funciones:

- a. Recepciona la comanda del jefe de restaurante.
- b. Prepara la cantidad de platos solicitados
- c. Tiene a su cargo al mesero

4.3 CONDICIONES LABORALES

El ecolodge La ruta del Marañón, contará con trabajadores a tiempo completo. La empresa se acogerá a la Ley de la Micro y Pequeña empresa por los beneficios que le brinda. Posteriormente evaluará su paso al régimen general laboral. Es decir, pagará todos sus beneficios sociales normados en la ley.

Los trabajadores serán en la mayoría de casos pobladores de la comunidad. Se contará con una jornada laboral de 8 horas. Se organizará por turnos, según la necesidad de la empresa.

4.4 .-RÉGIMEN TRIBUTARIO.

En ese sentido en nuestro país existe 5 régimen al cual se puede acoger una empresa en formación:

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

La empresa se acogerá al Régimen Mype Tributario, con pagos mensuales del 1% de las ventas y con un pago anual del 10% por el impuesto a la renta, siempre y cuando nos e supere las 300 UIT de ventas al año.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro 11

Demanda de mercado: tendencia y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (unidades)	416,704		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	3%	5%
Demanda estimada (unidades)	416,704	429,205	450,665
Participación de mercado (decisión empresa)	0.78%	0.87%	0.90%
Demanda del proyecto (unidades)	3,250	3,734	4,056

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12

Ventas de los productos de Inversiones Maraón SRL.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	3,250	3,734	4,056
Precio venta - decisión empresarial (soles x uniades)	150.00	150.00	153.00
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	3%
Precio de venta unitarios	S/.150.00	S/.153.00	S/.157.59
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.487,543	S/.571,315	S/.639,183

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro13

Costo de ventas de Inversiones Maraón SRL. (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	3,250	3,734	4,056
Costo compra (unidades)	S/1	S/1	S/1
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/3,250	S/3,771	S/4,219

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14

Gastos administrativos de Inversiones Maraón SRL. (soles)

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 2,000	S/. 2,200	S/. 2,500
Supervisores:Logistica/operacione	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,800	S/. 2,000	S/. 2,200
Jefe de restaurante/actividades	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,600
Meseros	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	S/. 9,860	S/. 11,000	S/. 12,500
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 10,715	S/. 11,953	S/. 13,583
Servicios públicos	S/. 620	S/. 650	S/. 675
Utiles oficina	S/. 330	S/. 355	S/. 360
Servicio contable	S/. 210	S/. 220	S/. 284
Otros	S/. 320	S/. 355	S/. 375
Total mensual	S/. 12,195	S/. 13,533	S/. 15,277
TOTAL ANUAL	S/.146,334	S/.162,400	S/.183,328

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15

Gastos comerciales de Inversiones Maraón SRL. (soles)

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 315.00	S/. 325.00	S/. 385.00
Alquiler local	S/. 550.00	S/. 630.00	S/. 750.00
Promociones	S/. 220.00	S/. 280.00	S/. 300.00
Otros	S/. 200.00	S/. 220.00	S/. 250.00
Total mensual	S/. 1,285.00	S/. 1,455.00	S/. 1,685.00
TOTAL ANUAL	S/.15,420.00	S/.17,460.00	S/.20,220.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16

Gastos pre operativos de Inversiones Marañón SRL. (soles)

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

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de Inversiones Marañón SRL.

Cuadro 17

Inversión en activos de Inversiones Marañón SRL. (soles)

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local/acondicionamiento	S/. 90,000	1	S/. 90,000	20	S/. 4,500
Terrenos	S/. 4,000	5	S/. 20,000	0	S/. 0
Equipos	S/. 8,000	1	S/. 8,000	5	S/. 1,600
Vehiculos	S/. 12,000	1	S/. 12,000	5	S/. 2,400
Muebles	S/. 15,000	1	S/. 15,000	5	S/. 3,000
Total			S/. 145,000		S/. 11,500

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18

Depreciación de los activos de Inversiones Marañón SRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.145,000	-S/.11,500	-S/.11,500	-S/.11,500	S/.110,500
Amortización activo intangible	S/.2,100	-S/.420	-S/.420	-S/.420	S/.840
Total	S/.147,100	-S/.11,920	-S/.11,920	-S/.11,920	S/.111,340

Fuente: elaboración propia

Cuadro 19
Costo laboral (%)

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

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Financiamiento de Inversiones Maraón SRL.

Cuadro 20

Programa de endeudamiento de Inversiones Maraón SRL (soles)

Deuda a tomar	S/. 120,000			
34.49%	Anual	2.5%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	120,000	3,000	3,333	6,333
2	116,667	2,917	3,333	6,250
3	113,333	2,833	3,333	6,167
4	110,000	2,750	3,333	6,083
5	106,667	2,667	3,333	6,000
6	103,333	2,583	3,333	5,917
7	100,000	2,500	3,333	5,833
8	96,667	2,417	3,333	5,750
9	93,333	2,333	3,333	5,667
10	90,000	2,250	3,333	5,583
11	86,667	2,167	3,333	5,500
12	83,333	2,083	3,333	5,417
		30,500	40,000	
	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	80,000	2,000	3,333	5,333
14	76,667	1,917	3,333	5,250
15	73,333	1,833	3,333	5,167
16	70,000	1,750	3,333	5,083
17	66,667	1,667	3,333	5,000
18	63,333	1,583	3,333	4,917
19	60,000	1,500	3,333	4,833
20	56,667	1,417	3,333	4,750
21	53,333	1,333	3,333	4,667
22	50,000	1,250	3,333	4,583
23	46,667	1,167	3,333	4,500
24	43,333	1,083	3,333	4,417
		18,500	40,000	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	40,000	1,000	3,333	4,333
26	36,667	917	3,333	4,250
27	33,333	833	3,333	4,167
28	30,000	750	3,333	4,083
29	26,667	667	3,333	4,000
30	23,333	583	3,333	3,917
31	20,000	500	3,333	3,833
32	16,667	417	3,333	3,750
33	13,333	333	3,333	3,667
34	10,000	250	3,333	3,583
35	6,667	167	3,333	3,500
36	3,333	83	3,333	3,417
		6,500	40,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21

Capital de trabajo de Inversiones Maraón SRL. (soles)

CAMBIO EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	5.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.24,377	-S/.838	-S/.679	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.9,480	-S/.1,629	-S/.1,320	
Inventario					
Número de días		45	45	45	
Monto		-S/.406	-S/.65	-S/.56	
Cuentas x pagar					
Número de días		15	15	15	
Monto		S/.135	S/.22	S/.19	
TOTAL	-S/.24,377	-S/.10,589	-S/.2,351	-S/.1,357	S/.38,674

Fuente: elaboración propia

Cuadro 22

C  culo de la tributación de Inversiones Maraón SRL. (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)	0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (TAX)	29.50%	29.50%	29.50%
Para efectos de pago a SUNAT Regimen MYPE			
Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)	0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)	10%	10%	10%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2020	Cantidad	Importe
Unidad Impositiva Tributaria	4,300	15	64,500

Fuente: elaboración propia

Cuadro 23

Estado de resultados integrales de Inversiones Maraón SRL. (soles)

	A�� 1	A�� 2	A�� 3
Ingresos por ventas	S/.487,543	S/.571,315	S/.639,183
Costo ventas	-S/.3,250	-S/.3,771	-S/.4,219
Margen Bruto	S/.484,293	S/.567,543	S/.634,963
Gastos administrativos	-S/.146,334	-S/.162,400	-S/.183,328
Depreciación	-S/.11,920	-S/.11,920	-S/.11,920
Gastos comerciales	-S/.15,420	-S/.17,460	-S/.20,220
Margen operativo	S/.310,619	S/.375,763	S/.419,495
Gastos financieros	-S/.30,500	-S/.18,500	-S/.6,500
Margen antes de tributos	S/.280,119	S/.357,263	S/.412,995
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/280,119	S/357,263	S/412,995
Pago impuesto a la renta	-S/.82,635	-S/.105,393	-S/.121,834
Utilidad neta	197,484	251,870	291,162

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad

Cuadro 24

Flujo de caja de Inversiones Maraón SRL. (soles)

FLUJO DE CAJA	A�� 0	A�� 1	A�� 2	A�� 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.487,543	S/.571,315	S/.639,183	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.147,100				S/.111,340
Capital de trabajo	-S/.24,377	-S/.10,589	-S/.2,351	-S/.1,357	S/.38,674
Compras		-S/.3,250	-S/.3,771	-S/.4,219	
Gastos administrativos		-S/.146,334	-S/.162,400	-S/.183,328	
Gastos comerciales		-S/.15,420	-S/.17,460	-S/.20,220	
Pago impuestos		-91,632	-110,850	-123,751	
Flujo Caja Econ��mico (FCE)	-S/.171,477	S/.220,318	S/.274,482	S/.306,307	S/.150,014
Pr��stamo recibido	S/.120,000				S/0
Amortizaci��n		-S/.40,000	-S/.40,000	-S/.40,000	
Gastos financieros		-S/.30,500	-S/.18,500	-S/.6,500	
Escudo fiscal		S/.8,998	S/.5,458	S/.1,918	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.51,477	S/.158,815	S/.221,439	S/.261,725	S/.150,014
FCE	-S/.171,477	S/.220,318	S/.274,482	S/.456,321	
FCF	-S/.51,477	S/.158,815	S/.221,439	S/.411,738	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 25

VAN, TIR y B/C de Inversiones Maraón SRL (soles)

VAN Económico	S/.514,590
Tasa de descuento (CAPM)	16.02%
TIR Económica	141%
Indice B/C	4.00
VAN Financiero	455,833
Tasa de descuento (WACC)	21.82%
TIR Financiero	345%
Indice B/C	9.86

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- a.- El presenta plan de negocios ha sido elaborado con la finalidad de constituir la empresa Inversiones Marañón SRL, la que se dedicará a brindar servicios turísticos, a través de dos paquetes diseñados para turistas nacionales y extranjeros. El mismo que arroja rentabilidad, presenta factibilidad, por ser un proyecto viable con alta proyección de crecimiento.
- b.- En cuanto al plan de operaciones, se ha elaborado procesos cortos, eficientes, de forma ordenada. Los procesos presentan alta importancia en una empresa, porque principalmente de ello depende que los clientes reciban un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades.
- c.- En cuanto al plan de recurso humano, se ha elaborado el manual de organización y funciones de los órganos de gobierno de la empresa. La estructura organización es simple, con funciones bien definidas para cada miembro.
- d- En cuanto al plan económico y financiero, el plan de negocio nos arroja ingresos proyectados para 3 años, con resultados positivos desde el primer año. Las ratios económicas son alentadores para la inversión, arrojan beneficio positivo y alta rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA:

Dirección regional de comercio exterior y artesanía (DIRCETURA)
Llegada de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Iquitos
periodo 2011-2017.

Edición Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Lima, Perú.

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

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

Marketing para turismo por Philip kotler, Jhon Bowen y James Makens
(2004) p6.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. 2010. *Guía
introdutoria de buenas prácticas ambientales para el sector
turismo.*

Organización mundial del turismo-OMT (2017)

PROMPERU. Disponible en: www.promperu.gob.pe

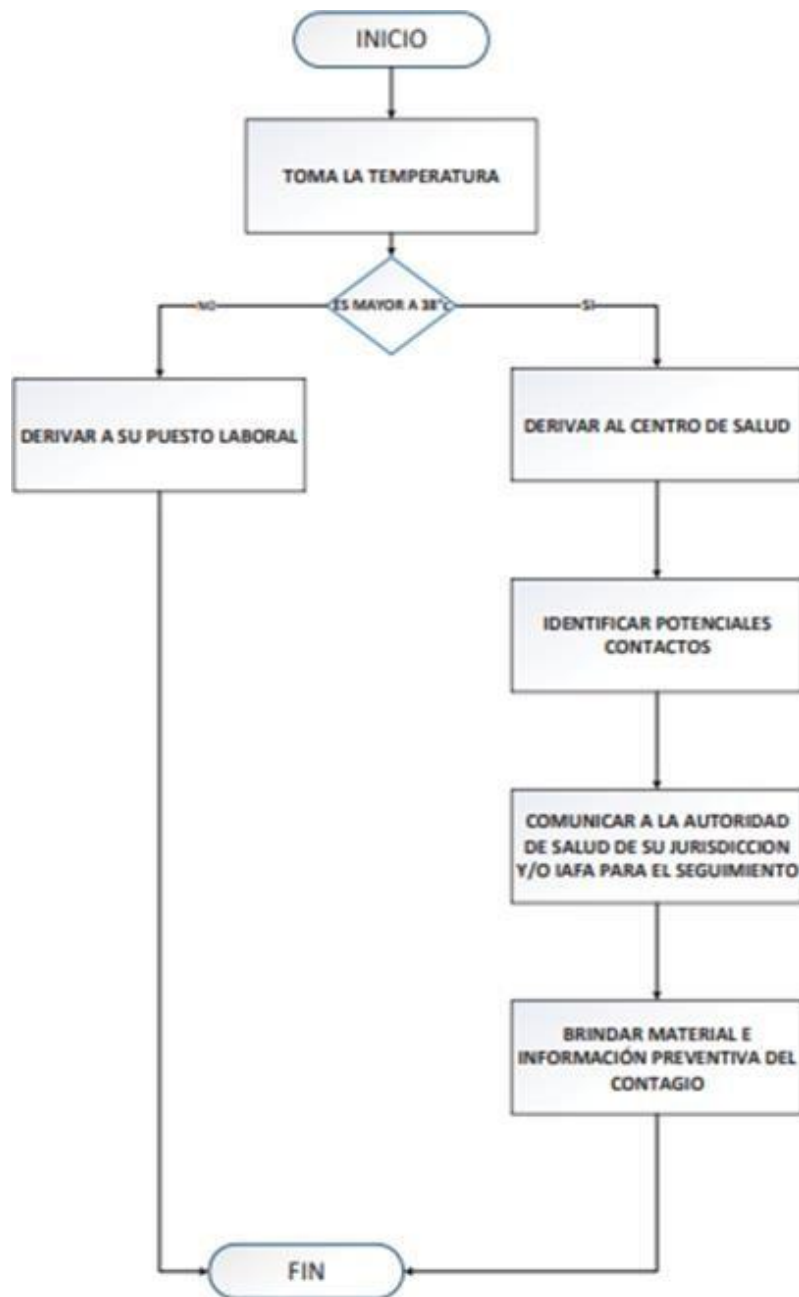
Teoría y diseño organizacional Richard L. Daft (Décima edición).

TripAdvisor Perú (2019)

Touroperador Thompson (2017)

ANEXO 01

PROCEDIMIENTO INTERNO DE CASO SOSPECHOSO O POSITIVO COVID-19



ANEXO 02

INSTRUCTIVO DE USO DE MASCARILLA

1. Antes de ponerte la mascarilla, lávate con agua y jabón y/o desinféctate las manos según la técnica establecida	
2. Verifica la mascarilla que no se encuentre dañada.	
3. Asegúrate que el lado exterior de la mascarilla quede hacia fuera.	
4. Cúbrete la boca y la nariz con la mascarilla, sujeta las tiras o elástico alrededor de las orejas o en la parte posterior de la cabeza y ajusta la tira rígida sobre la nariz.	
5. Evita tocar la mascarilla mientras lo usas; si lo haces, lávate las manos con agua y jabón.	
6. Quítate la mascarilla sin tocar la parte delantera y deséchala en un recipiente cerrado. Luego lávate con agua y jabón y/o desinféctate las manos.	
¿Cuándo cambiar de mascarilla? - Cuando está húmeda o presente rotura. - Las mascarillas de tela se lavan y se desinfectan preferentemente con plancha.	
Acciones correctivas: Cuando se detecta que se está colocando incorrectamente la mascarilla, se debe corregir de inmediato; si el hecho ya hubiera ocurrido, desinfectar.	

ANEXO 03

INSTRUCTIVO DE LAVADO Y DESINFECCIÓN DE MANOS

Procedimiento:

¿Cómo lavarse las manos?

¿Lávate las manos solo cuando están visiblemente sucias? Si no, límpialas regularmente.

1 Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos

1. Moja las manos con agua.
2. Después de la palma de la mano una cantidad de jabón suficiente para cubrir todas las superficies de las manos.
3. Frota las palmas de las manos entre sí.
4. Frota la palma de la mano derecha sobre el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa.
5. Frota las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados.
6. Frota el dorso de las manos de una mano con la palma de la mano opuesta, apretando los dedos.
7. Frota la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa.
8. Frota la palma de la mano izquierda contra el dorso de la mano derecha entrelazando los dedos y viceversa.
9. Frota con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo contra la palma de la mano derecha, cambiando con movimiento de rotación y viceversa.
10. Frota la punta de los dedos de la mano izquierda contra la palma de la mano derecha, cambiando con movimiento de rotación y viceversa.
11. Enjuaga las manos con agua.
12. Seca de la mano para evitar el grito.
13. Sea sucio con agua.

¿Cómo desinfectarse las manos?

¿Desinfecta las manos por frotamiento? Lávate las manos solo cuando están visiblemente sucias.

1 Duración de todo el procedimiento: 20-30 segundos

1. Moja las manos con agua.
2. Después de la palma de la mano una cantidad suficiente para cubrir todas las superficies.
3. Frota las palmas de las manos entre sí.
4. Frota la palma de la mano derecha sobre el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa.
5. Frota las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados.
6. Frota el dorso de las manos de una mano con la palma de la mano opuesta, apretando los dedos.
7. Frota la palma de la mano izquierda contra el dorso de la mano derecha entrelazando los dedos y viceversa.
8. Frota con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo contra la palma de la mano derecha, cambiando con movimiento de rotación y viceversa.
9. Frota la punta de los dedos de la mano izquierda contra la palma de la mano derecha, cambiando con movimiento de rotación y viceversa.
10. Una vez hecho, las manos están secas.

Organización Mundial de la Salud | Seguridad del Paciente | **SAVE LIVES** | Open Your Hands

Organización Mundial de la Salud | Seguridad del Paciente | **SAVE LIVES** | Open Your Hands

Además:

- Δ Lavarse las manos con agua y jabón siempre es más efectivo que los desinfectantes con alcohol.
- Δ Usa los desinfectantes de alcohol cuando no cuentes con puntos de lavado de mano.
- Δ Evita tocarte los ojos, la nariz y la boca con las manos sin lavar.
- Δ Lávatelo con agua y jabón hasta los codos para obtener una limpieza integral.

Lávate las manos con agua y jabón :

- Δ Después de haber estado en un lugar público.
- Δ Después de sonarte la nariz, toser, estornudar o usar los servicios higiénicos.
- Δ Antes de preparar o manipular alimentos.

Acciones correctivas: Cuando se detecta que el personal no se lavó las manos, debe realizarse el lavado de manos correctivamente vigilado por el responsable. Debe recibir capacitación sobre técnica de lavado de manos.

