FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIOS RUTA IQUITOS TURÍSTICO, CIUDAD DE IQUITOS, 2023

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERIA

AUTORES:

MANUYAMA PINEDO, LENIN
SANGAMA ACHO, JAIRO ANTONIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS

IQUITOS - PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios por ser el autor de nuestras vidas, por bendecirnos para llegar hasta donde hemos llegado, a mi madre Zenaida y esposa Rita, porque con su ayuda y motivación hicieron realidad nuestros sueños de concluir nuestra carrera Profesional.

Jairo Sangama Acho

Quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado la vida y fortaleza, por ser el amigo incondicional, fuente de amor y sabiduría.

A mis Padres por estar ahí junto a mí brindándome su amor y su apoyo siempre, cuando más los necesité.

Lenin Manuyama

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el autor de nuestras vidas, por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño que tanto he anhelado.

Agradecimiento especial a nuestros familiares y amigos por su apoyo, consejos, razón fundamental para concluir la meta que nos trazamos

Los autores

FACULTAD DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N°742-2024-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 26 de setiembre de 2024, se autorizó la sustentación para el día viernes 04 de octubre de 2024.

Siendo las 11.00 horas del día 04 de octubre se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS RUTA IQUITOS TURISTICO, CIUDAD DE IQUITOS, 2023.

Presentado por:

MANUYAMA PINEDO LENIN
Para optar el título profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería

SANGAMA ACHO JAIRO ANTONIO
Para optar el título profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería

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

La sustentación es: Aprobado por Unanimidad

A las 12.30 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. NIT. Claudia Patricia Lozano Rocha, Mag.
Miembro del Jurado

Lic. Ketty Alarcón Ramírez, 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 NEGOCIOS RUTA IQUITOS TURÍSTICOS, CIUDAD DE IQUITOS, 2023

De los alumnos: **LENIN MANUYAMA PINEDO Y JAIRO ANTONIO SANGAMA ACHO**, de la Facultad de Negocios pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **12% de similitud**.
Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 29 de abril del 2024.

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

JLTF/rl-
a 155-
2024

Resultado_UCP_Negocios_2024_TSP_LeninManuyama_y_Jai…

INFORME DE ORIGINALIDAD

12 %

INDICE DE SIMILITUD

12%	2%	4%
FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	careturloreto.com Fuente de Internet	2%
2	www.undp.org Fuente de Internet	2%
3	iiap.org.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	1%
	Submitted to Universidad San Ignacio de	1%

6

Loyola

Trabajo del estudiante

1%

7 repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

8 iquitostravelguide.com

Fuente de Internet

turnitin

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:	Lenin Manuyama Pinedo
Título del ejercicio:	Quick Submit
Título de la entrega:	Resultado_UCP_Negocios_2024_TSP_LeninManuyama_y_Jairo…
Nombre del archivo:	CP_Negocios_2024_TSP_LeninManuyama_y_JairoSangama_Vi…
Tamaño del archivo:	1.19M
Total de páginas:	44
Total de palabras:	6,926
Total de caracteres:	33,857
Fecha de entrega:	29-abr-2024 07:44 p.m. (UTC-0300)
Identificador de la entre…	2365738176



RESUMEN

PLAN DE NEGOCIOS RUTA IQUITOS TURÍSTICO, CIUDAD DE IQUITOS, 2023

Lenin Manuyama Pinedo
Jairo Sangama Acho

El presente plan de negocios corresponde al sector servicios, el negocio se dedicara a suministrar servicios turísticos motivo de su creación, el mismo que ha creado una ruta denominada Iquitos turísticos con la participación de la comunidad, que incluye los importantes atractivos turísticos más concurridos de Iquitos.

En el análisis de plaza he resuelto que existen diversas necesidades que cumplir, diversos motivos por los que llena un turista al Perú, la empresa se centrara en el turista que disfruta de visitar los lugares turísticos, como monumentos históricos.

El estudio técnico ha establecido al distrito de Iquitos como origen de la provisión para la organización. En el caso del plan del talento de los colaboradores fue realizado de forma sencilla y practica con funciones claramente establecida e invariables.

El análisis económico señala el Valor Actual Neto Económico (VAN) de S/. 330,676 y un Valor Actual Neto Financiero de S/. 512, 007. La Tasa Interna de Retorno Económica (TIR) de 323% y la Tasa Interna de Retorno Financiera de 607%. El Índice Beneficio Costo Económico (BICE) de S/ 11.95 y el Índice Beneficio Costo Financiero (BICF) de S/31.28

Palabras claves: plan de negocio, ruta turísticas, turismo, lugar turístico.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Página

Dedicatoria……II

Agradecimiento……III

Acta de sustentación……..…IV

Hoja de antiplagio……...…V

Índice de contenido…….……VIII

Índice de cuadros…….....X

Índice de figuras…..……..……..……..……XII

RESUMEN……...01

ABSTRACT…….....02

I. INFORMACIÓN GENERAL……...03

1.1 Nombre del negocio…….....03

1.2 Actividad empresarial…….....04

1.3 Idea de negocio…….....05

II. PLAN DE MARKETING……..……06

2.1 Necesidades de los clientes…….....06

2.2 Demanda actual y tendencias…….....08

2.3 Oferta competitiva…….....12

2.4 Programa de marketing…….....15

2.4.1 El producto……..15

2.4.2 El precio……...25

2.4.3 La promoción……..26

2.4.4 La cadena de distribución…….28

III. PLAN DE OPERACIONES……19

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de la empresa Lemap Inversiones EIRL, 2021……..……..…….29
3.2 El proceso de aprovisionamiento de Lemap Inversiones EIRL, 2021……..……....29
3.3 El proceso de producción de Lemap Inversiones EIRL. 2021..30

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS……..…33
4.1 La organización de Lemap Inversiones EIRL……...…-…….....33
4.2 Puestos, funciones…….…….....33
4.3 Condiciones laborales…….....…35
4.4 Régimen tributario…….....…35

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO…….36
5.1 Estudio económico……...36
5.1.1 Mercado y ventas……...36
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos……36
5.2 Estudio financiero…….39
5.2.1 Inversiones de Lemap Inversiones EIRL….. …..……..39
5.2.2 Financiamiento de Lemap Inversiones EIRL ...……....39
5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....41
CONCLUSIONES.....43
BIBLIOGRAFÍA……44
ANEXOS……..…45

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadro Nº 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Lemap Inversiones EIRL., 2021…….....04
Cuadro Nº 02 Mercado total poblacional…….....08

Cuadro Nº 03 Cálculo de la línea de tendencia..……..……...……08

Cuadro Nº 04 Mercado proyectado…….08

Cuadro Nº 05 Mercado por preferencia de producto……08

Cuadro Nº 06 Cálculo del tamaño de la demanda……09

Cuadro Nº 07 Negocios con giros similares que la empresa Lemap Inversiones EIRL, ciudad de Iquitos, 2021……. 09

Cuadro Nº 08 Precio de los productos de Lemap Inversiones SRL, 202126

Cuadro Nº 09 Demanda del negocio a desarrollar……..…….36

Cuadro Nº 10 Ventas de los productos de Lemap Inversiones EIRL…...36

Cuadro Nº 11 Costo de ventas de Lemap Inversiones EIRL (soles).…….36

Cuadro Nº12 Gastos administrativos de Lemap Inversiones EIRL, 2021 (soles)…….....37

Cuadro Nº 13 Gastos comerciales de Lemap Inversiones EIRL (soles)..37

Cuadro Nº 14 Gastos pre operativo de Lemap Inversiones EIRL (soles).37

Cuadro Nº 15 Inversión en activos de Lemap Inversiones EIRL (soles).38

Cuadro Nº 16 Depreciación de los Activos de Lemap Inversiones ERRL. (soles).....38

Cuadro Nº 17 Costo laboral (%).....38 Cuadro Nº 18Programa de endeudamiento de Lemap Inversiones EIRL (soles).....39

Cuadro Nº 19 Capital de trabajo de Lemap Inversiones EIRL (soles)…...40

Cuadro Nº 20 Cálculo de la tributación de Lemap Inversiones SRL……..40

Cuadro Nº 21 Estado de resultados integrales de Lemap Inversiones EIRL (soles)……..…41

Cuadro Nº 22 Estado de flujo de caja de Lemap Inversiones EIRL (soles)…….41

Cuadro Nº 23 VAN, TIR, Y B/C Lemap Inversiones EIRL (soles)……..42

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figura Nº 01 Localización de la empresa Lemap Inversiones EIRL.2021

Figura Nº 02 Turistas visitando el Perú……..….07

Figura Nº 03 Puntos de ingreso al país…….……..……...…09

Figura Nº 04 Motivos de visita al Perú en %, …….....10

Figura Nº 05 Conformación del grupo de viaje en %, 2019…….10

Figura Nº 06 Actividades que realiza que realiza en el Perú en %,2019..10

Figura Nº 07 Red social usada por los turistas en %,2019.....……11

Figura Nº 08 Iglesia matriz de Iquitos…….....…….16

Figura Nº 09 La casa de Fierro de Iquitos…….....……...17

Figura Nº 10 La casa Pinasco de Iquitos…….....……...19

Figura Nº 11 Ex Hotel Palace de Iquitos…….....…….20

Figura Nº 12 Museo de cultura indígena Amazónica de Iquitos...……..21

Figura Nº 13 Centro artesanal turístico Anaconda…….....……...22 Figura Nº 14 Comunidad Padre Cocha…….....…….....23

Figura Nº 15 Reserva Nacional Alpahuayo Mishana…….....…….24

Figura Nº 16 Logo de la empresa Lemap Inversiones EIRL, 2021…..…..25

Figura Nº 17 Polo con el logo de Lemap Inversiones EIRL, 2021……..27

Figura Nº 18 Llavero de Lemap Inversiones EIRL, 2021…….....27

Figura Nº 19 Fan page de Lemap Inversiones EIRL, 2021.....…….28

Figura Nº 20 La cadena de Distribución de Lemap Inversiones EIRL, 2021……...28

Figura Nº 21 Proceso de aprovisionamiento de Lemap EIRL, 2021.....29

Figura 22 Proceso de al cliente de Lemap Inversiones EIRL, 2021.....30

Figura Nº 23 Estructura organización de Lemap Inversiones EIRL..…….32

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIOS RUTA IQUITOS TURÍSTICO, CIUDAD DE IQUITOS, 2023

Lenin Manuyama-Pinedo
Jairo Sangama-Acho

El presente plan de negocios corresponde al sector servicios, el negocio se dedicará a suministrar servicios turísticos motivo de su creación, el mismo que ha creado una ruta denominada Iquitos turísticos con la participación de la comunidad, que incluye los importantes atractivos turísticos más concurridos de Iquitos.

En el análisis de plaza ha resuelto que existen diversas necesidades que cumplir, diversos motivos por las que lleva un turista al Perú, la empresa se centrará en el turista que disfruta de visitar los lugares turísticos, como monumentos históricos.

El estudio técnico ha establecido al distrito de Iquitos como origen de la provisión para la organización. En el caso del plan del talento de los colaboradores fue realizado de forma sencilla y practica con funciones claramente establecida e integradas.

El análisis económico señala el Valor Actual Neto Económico (VAN) de S/. 536,076 y un Valor Actual Neto Financiero de S/. 512, 037. La Tasa Interna de Retorno Económica (TIR) de 323% y la Tasa Interna de Retorno Financiera de 807%. El Índice Beneficio Costo Económico (B/CE) de S/ 11.35 y el Índice Beneficio Costo Financiero (B/CF) de S/31.49

Palabras claves: plan de negocio, ruta turística, turistas, lugar turístico.

SUMMARY

IQUITOS TOURIST ROUTE BUSINESS PLAN, CITY OF IQUITOS, 2023

Lenin, Manuyama-Pinedo

Jairo Sangama-Acho

This business plan corresponds to the services sector, the business will be dedicated to providing tourist services, the reason for its creation, which has created a route called Iquitos tourist with the participation of the community, which includes the most important tourist attractions in Iquitos.

.

In the market analysis, it has been resolved that there are various needs to be met, various reasons why a tourist takes to Peru, the company will focus on the tourist who enjoys visiting tourist places, such as historical monuments.

The technical study has established the Iquitos district as the origin of the provision for the organization. In the case of the employee talent plan, it was carried out in a simple and practical way with clearly established and integrated functions.

The economic analysis indicates the Economic Net Present Value (NPV) of S/. 536,076 and a Net Financial Present Value of S/. 512, 037. The Economic Internal Rate of Return (IRR) of 323% and the Financial Internal Rate of Return of 807%. The Economic Cost Benefit Index (B/CE) of S/ 11.35 and the Financial Cost Benefit Index (B/CF) of S/31.49

Keywords: business plan, tourist route, tourists, tourist place.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Ruta Iquitos Turístico

Razón social: LEMAP Inversiones E.I.R.L

Sector de la actividad: servicios turísticos

Localización: San Antonio Nro. 1501, distrito Iquitos, provincia Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicio

Figura 01 Ubicación de Lemap Inversiones EIRL, 2023



Fuente: https://www.google.com/maps/dir

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 01

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Lemap Inversiones EIRL, 2023

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

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se persigue retribuir la necesidad de turismos de las personas tanto nacionales como extranjeras, para aquellas personas que desean conocer los puntos turísticos de Iquitos, ciudad principal de la selva peruana.

Los segmentos al cual se va dedicar la empresa son los visitantes nacionales y extranjeros que visiten Iquitos, entre las edades de 25 a 40 años, que estén apasionado por conocer la selva peruana. También, los turistas entre los 41 y 60 años quienes ya conocen la selva y desean tener una experiencia inolvidable.

La empresa se va a dedicar a brindar servicios turísticos para el cual ha creado una ruta denominada Iquitos turísticos con la participación de la comunidad, que incluye los principales atractivos turísticos de nuestra ciudad, el mismo que se deberá brindar en un tiempo de 12 horas, en el cual se va involucrar a los vecinos de la zona, quienes formaran parte de la guía turística. Se admitirán diversos métodos de cancelación, tanto tarjetas de crédito como de débito.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

Con el siguiente plan de negocios se satisfacerá diversas necesidades, dentro de ellas:

Necesidad de realizar turismo. Siendo uno de los rubros golpeados por el Covid-19 que ha afectado la economía de los países, los factores de subsistencia, los servicios colectivos y las alternativas de negocio en todo el mundo.

Es de prioridad sustentar la forma de subsistencia que se mantienen del sector turístico, existen un sin número de actividades relacionadas al sector turístico que necesitan ser activadas, en su totalidad, de inmediato.

Existe una demanda suspendida que pronto se activará con mayor fuerza, necesidad que fue alimentada con el confinamiento que vivieron las personas en todo el mundo. Si bien la actividad tuvo una tenue recuperación, pero aun no del todo que se haga sentir y pronto se dará ese salto enorme de reactivación.

Desde los inicios de esta época, el hombre ha visto la necesidad de evadirse de su contexto acostumbrado por diversos incentivos, y una de las más importantes formas era viajar para lograr el descanso esperado y deligación de la rutina diaria. En estas épocas, esa estimulación se ha transfigurado en un tema de necesidad esencial.

Abraham Maslow a planteado un teorema basada en las necesidades del hombre basada con un enfoque piramidal, la que sostiene que tales necesidades se distribuyen en cinco grados de jerarquía -empezando del principio: necesidades fisiológicas, seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización-. Según Maslow, de acuerdo a lo que se satisfacen las necesidades más fundamentales, el hombre desarrolla necesidades y deseos de mayores niveles.

La invulnerabilidad física y psíquica las ubicamos en el segundo lugar del poliedro, ya que el hombre requiere sentirse inmune y custodiado

para poder saciar las necesidades de los niveles superiores y, de esa manera, poder subsistir todos los días con naturalidad.

Considerando éste teorema, en el área de análisis del entusiamos turístico, estableciendo la pirámide de esta forma:

- Necesidad de relajación
- Necesidad de estimulación
- Necesidades sociales
- Necesidades de autoestima
- Necesidades de autorrealización

La certidumbre es parte de vuestra existencia y se ha transformado en uno de los aspectos más relevantes a momento de seleccionar una propuesta turística. Según la investigación de Tourspain, la certeza es una de los motivos fundamentales por las que los visitantes decidan como lugar turístico, após del clima y del vinculo calidad-precio.

Figura 02

Turistas visitando el Perú



Fuente: google.com/search?q=turistas+relajandose+en+el+peru&rlz

2.2 Demanda actual y tendencias

En la presente investigación se ha prestado atención a la información del Instituto Nacional de Estadística e Informática para la construcción de los distintos formatos de la extensión requerida, referencia asumida como relevante.

Cuadro 2

Mercado por total de la población

	2015	2016	2,017	2018	2019	2021	2022	2023
	1	2	3	4	5	6	7	8
Turistas nacionales (arribos)	710 873.	685 763.	644 795.	614 399.	581 360.	548 321.	515 282.	482 243.
Turistas extranjeros (arribos)	145 487.	158 124.	210 570.	236 476.7	269 018.2	301 559.7	334 101.2	366 642.7
Fuente: Mincetur, estadísticas								

Fuente: INEI

Cuadro 3

Calculo de la línea de Tendencia

	Nacionales	Extranjeros
a (intersección en al recta)	746,555	106,311
b (coeficiente o pendiente)	(33,039.0)	32,541.5
X (año 2023)	8	8

Fuente: INEI

Cuadro 4

Mercado proyectado

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Y (demanda proyectada) = a + bx	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Turistas nacionales proyectados (arribos)	713,516	680,477	647,438	614,399	581,360	548,321	515,282	482,243	449,204
Turistas extranjeros proyectados (arribos)	138,852	171,394	203,935	236,477	269,018	301,560	334,101	366,643	399,184

Fuente: INEI

Cuadro 5

Mercado por preferencia de producto

	Porcentaje	Total
Visitantes nacionales	10%	44,920
Visitantes extranjeros	40%	159,674
Total		204,594

Fuente: INEI

Cuadro 6

Calculo del tamaño de la demanda

	Dias alojamiento	Total
Turistas nacionales	1	44,920
Turistas extranjeros	3	479,021
Total		159,405

Fuente: INEI

A continuación, se muestra información sobre el perfil del turista que visitó el Perú el año 2019, primero se mostrará sobre las características del viaje.

Figura 3

Puntos de ingreso al país en %, 2023

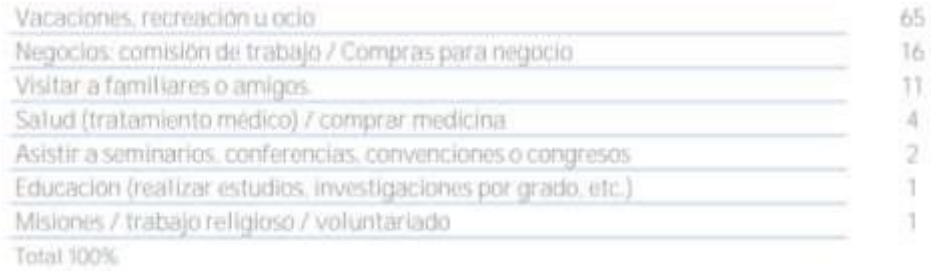


Fuente: promperu.gob.pe

Los turistas que arriban a nuestro país lo hacen principalmente por Lima y por Tacna el que representa un 89%.

Figura 04

Motivos de visita al Perú en %, 2023



En cuanto a la razón de viaje un 65% lo realiza por viaje de distracción u descanso, mientras que un 16% lo hace por negocio: comisión de trabajo o por compra para negocio y un 11% lo realiza por visitar a un familiar. Entre los tres motivos representan el 92%,

Figura 05

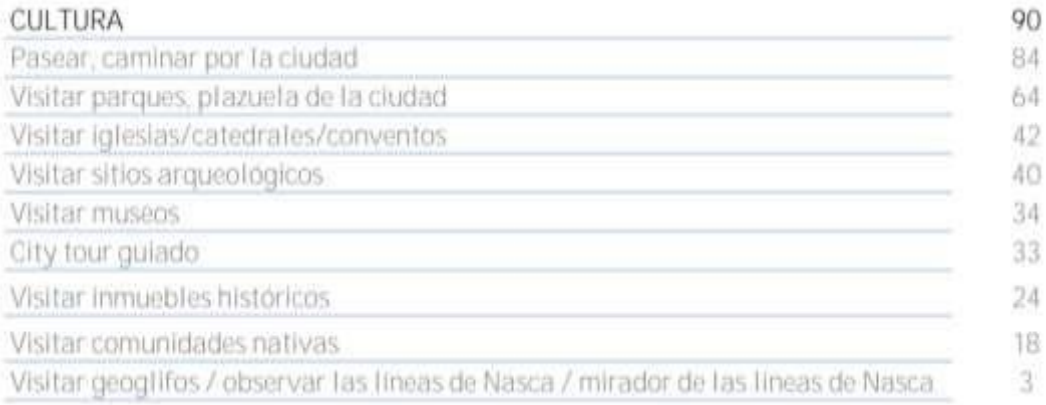
Conformación del grupo de viaje en %, 2023



En cuanto a la conformación del grupo de viaje el 37% lo realiza solo, mientras que el 29% lo hace con amigos o parientes distintos sin niños y el 23% lo realiza con su pareja. Entre los tres principales representan el 89%.

Figura 06

Actividades que realiza en el Perú en %, 2023



Los turistas que visita el Perú realizan principalmente 4 actividades, actividades de cultura, seguido de pasear, caminar, conocer parques, plazuelas de la ciudad y ver iglesias, catedrales y conventos.

Figura 07

Red social más usada por los turistas en %, 2023



Las tres redes sociales más usadas por los turistas son, el Facebook, el Whatsapp y el Instagram.

2.3 Oferta competitiva

Se ha encontrado un sin número de similares negocios con el giro similar al nuestro, las que brindan todo tipo de paseos turísticos tanto en el radio urbano como en el radio rural de la región.

Cuadro 7 Negocios con giros similares, 2023 (Soles)

Servicio	Unidad	Empresas Turísticas		
		Paseos Turísticos Iquitos	Servicio Turísticos Jungla	Yakumama Amazon Tours
Paseo - Ruta turística	Ruta	S/150.00	S/250.00	S/180.00

Fuente: elaboración propia

El sector turístico estuvo en cuarentena en todo el globo y Perú no es la distinción. A partir de entonces la vía aérea, los hoteles, el sector gastronómico incluso los emprendimientos rurales, la oferta turística en su totalidad, que brinda empleo a 1,3 millones de trabajadores, está detenida para nivelar la curva de la COVID-19 en el acto.

Nuestro país es un punto turístico por supremacía. El año anterior arribaron 4.4 millones de turistas a Lima, Cusco, Tacna, Puno y Arequipa. El sector turístico compone el 3.6% del Producto Bruto Interno, en consecuencia, esta pandemia, que ha previsto un significativo decremento del flujo de visitantes europeos y americanos a todo Latinoamérica, el que soporta una considerable desaceleración para este rubro, tras un permanente incremento conseguido más de 20 años.

De acuerdo a la Cámara Nacional de Turismo, portavoz del sector privado en el país, este cambio repercutirá en aproximadamente 800 mil empleos y será la causa para generar una pérdida de 2000 mil millones de dólares, que se harán percibir en mayor cantidad en las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), las que representan

el 92% del tejido empresarial del sector. En este sector mipymes, uno de los anfitriones más vulnerables son los emprendimientos de la periferia, los que llevan muchos años considerando poco a poco en esta actividad dentro su estructura de productiva.

Esta dificultad lleva consigo una doble contienda. Por una parte, el constituir junto con el estado peruano las condiciones para respaldar la reactivación de los emprendimientos turísticos tras la pandemia, y por su parte, el no dejar de brindar seguridad en el ofrecimiento del país. Esta seguridad también responderá a esta pandemia, formatos recientes de consumismo y la clave de revisar, igualmente que aquellos requerimientos de confianza; mas que a las personas que descubrieron en el turismo una alternativa de crecimiento e inserción económica y comunitario.

Ante este reto, el estado de peruano puso en actividad muchos de tipo tributario para los negocios turísticos y un monto para las cuarentenas de los negocios hoteleros ante posible contaminación del covid19; por otro lado, la Cámara Nacional de Turismo ha fomentado alianzas de cooperación con los demás ministerios.

Así mismo, PromPerú está realizando un proyecto que incluyen actividades con el fin de reactivar los destinos del interior del país como una medida para palear el crecimiento poco rápido de los destinos internacionales; paralelo a eso desarrolla una campaña para recuperar la confianza de los peruanos para reactivar sus destinos internos del Perú. La ocasión está, para los emprendedores turísticos de la zona rural, con una oferta adaptable superior a los nuevos visitantes posterior a la emergencia sanitaria y con muchas fortalezas en los procesos de seguridad sanitaria.

Es imprescindible, y la crisis sanitaria lo ha demostrado, el logro digital en el sector del turismo. Este logro, abarca el crecimiento de las capacidades, en particular de los emprendedores emergentes, tal como la promoción de los recorridos digitales y los conceptos de la oferta local de la gastronomía, arte entre otros.

Si se diligencia de forma consecuente, el sector turístico puede sobresalir fácilmente esta crisis, y será considerado como un sector que va continuar creando ocasiones de crecimiento para la población peruana y para el mundo. Así, quedan definidas la estructura de la visión para el desafío.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

La empresa brindará servicios turísticos para el cual ha creado una ruta denominada Iquitos turísticos comunitario, que incluye los principales atractivos turísticos de nuestra ciudad, el mismo que se deberá brindar en un tiempo de 12 horas, en el cual se va involucrar a los vecinos de la zona, quienes formaran parte de la guía turística

a) Categorías de productos.

Guía turística urbana, el mismo que incluye:

- Ruta Iquitos Turístico y Comunitario
- ✓ Plaza de armas de la ciudad de Iquitos
- ✓ Iglesia matriz de la ciudad de Iquitos
- ✓ Casa de fierro
- ✓ La casa Pinassco
- ✓ Malecón Tarapacá de la ciudad de Iquitos
- ✓ Ex Hotel Palace

- ✓ Museo de las culturas indígenas
- ✓ Museo Amazónico
- ✓ Biblioteca Amazónica
- ✓ Centro Artesanal Anaconda
- ✓ Seminario mayor San Agustín
- ✓ Museo Barco Historia Ayapua
- ✓ La casa Morey

- Ruta Iquitos Exótico

- ✓ Bellavista Nanay
- ✓ Encuentro de las aguas del rio Nanay/Amazonas.
- ✓ Comunidad Padre Cocha
- ✓ Comunidad los Boras de San Andrés
- ✓ Comunidad los Yaguas del Rio Momón
- ✓ Centro de Rescat y Mariposario Pilpntuwasi
- ✓ Fundo Pedrito
- ✓ Serpentario Javier
- ✓ Isla de Monos

- Ruta Selva exótica

- ✓ Centro de rescate Amazónico (CREA)
- ✓ Reserva nacional de Alpahuayo Mishana
- ✓ Complejo Turístico y Zoológico de Quistococha

El servicio que empezará la empresa es Iquitos Turístico y comunitario como primera eta, posteriormente se irán desarrollando los demás servicios.

Líneas siguientes, se ofrecen ilustraciones referenciales de la ruta turística que ofertará la empresa:

Figura 8 Iglesia matriz de Iquitos



Fuente: https://iquitostravelguide.com/lugares-turisticos-mas-visitados-en-iquitos/

La catedral de ciudad de Iquitos está situada en la Plaza de Armas de dicha ciudad; presenta un estilo Neogótico, este sugerente punto turístico, empezó su construcción en 1911, el mismo que culminó en 1924, fue primeramente inaugurada en 1919, para ser luego restaurada entre 1944 y 1949 por el Párroco Avencio Villarejo. En cuanto a la forma estructural es de una sola nave, se trató de mantener el estilo Europeo.

Cuenta con un reloj que fue comprado en Suiza por los años 1925, el que fue ubicado en la torre de la Iglesia a unos 20 metro, junto a la campa y a la cruz metálica que también forman parte de la misma torre.

Cuenta con un ambiente de 800 m2 aprox. donde se reciben a feligreses, este punto turístico pertenece a la Iglesia católica la misma que fue considerada como patrimonio histórico de la Iglesia de la nación. Está considerado como uno de los patrimonios con mejor conservación de Iquitos.

Figura 9 Casa de Fierro



Fuente: https://iquitostravelguide.com/lugares-turisticos-mas-visitados-en-iquitos/

Fue levantada en 1187, es uno de los atractivos turismos más emblemáticos de la ciudad de Iquitos. Diseñada por el Gustave Eiffel, quien fue un arquitecto francés. Pertenece a la época del Caucho, finalmente fue comprada por un boliviano de nombre Baca Díaz, quien se dice que fue socio de Carlos Fermin Fitzcarrald.

Se sabe que las piezas para la construcción llegaron desde Francia a través de rio Amazonas, con la finalidad de llevarlo hasta el rio Mishagua, el que se encuentra ubicado en Madre de Dios, al haber problemas de transporte deciden ofrecer a un cauchero de nacionalidad española de nombre Anselmo del Águila, el que logró ensamblar todas las partes.

Este relevante lugar turístico, en su estructura cuenta con dos niveles, cuenta con balcones en ambas calles, de donde se puede apreciar una bonita vista a la Plaza de Armas de la ciudad. En cuanto al techo es de forma piramidal, sostenida por 4 agujas, con pilares de fierro. En su apogeo, los amplios y ostentosos recintos fuero el lugar de significativas actividades culturales y sociales. Este lugar está considerado como Patrimonio Histórico Cultural de la Nación.

Este punto turístico se situado entre el Jr. Próspero y la calle Putumayo, exactamente al frente la plaza de Armas de la ciudad, el segundo piso cuenta con un restaurante ya que en el primero fue alquilado a varias empresas turísticas, se permite tomarse fotografías.

Figura 10 Casa Pinasco



Fuente: Fuente://iquitostravelguide.com/lugares-turisticos-mas-visitados-en-iquitos

Este atractivo turístico fue construido conjuntamente con una colonia de inmigrantes italianos y alemanes, residentes en esta ciudad, y de paso en la época del Caucho, en su primer momento fue administrado por la empresa Luis Pinasco & Cia.

En el primer nivel se acondicionó para almacenes dedicados a la venta de todo tipo de mercadería, llegas del continente europeo, como azulejo y vinos, todos productos exclusivos de alta demanda; como también contaba con un bar muy elegante.

Finalizada la época del Caucho la casa clausuró sus puertas, para luego ser arrendada al Instituto Nacional de Cultura. Posteriormente regreso al mando de los Pinascos para luego ser vendida a un empresario turístico.

Figura 11 Ex Hotel Palace



Fuente: Fuente://iquitostravelguide.com/lugares-turisticos-mas-visitados-en-iquitos

También, data de la época del Caucho, empezando a construirse el 2 de enero del 1908, finalizando el 10 de junio de 1912. Su destino era brindar alojamiento a las personas que se dedicaban a extraer caucho como a los que se dedicaban al comercio, que buscan estar en un lugar según sus necesidades, el estilo que presentaba fue Art Noveau.

Cuenta con tres niveles y con un mirados al rio Itaya, adornada con azulejos la parte frontal, los mismos que fueron traídos desde Italia, embellecido manualmente, las puertas y ventanas acabadas en arco, con barandas hechas de hierro producidas en Alemania con detalles de hojas y flores.

Fue considerado como el exclusivo hotel de la ciudad y una de las obras más embellecidas. Por estas y muchas razones este punto turístico es uno de los sugeridos al visitar la ciudad de Iquitos.

Figura 12 Museo de cultura indígena Amazónica



Fuente: Fuente://iquitostravelguide.com/lugares-turisticos-mas-visitados-en-iquitos

Esta sala cultural indígena amazónica, mediante el cual se puede apreciar como interactuaban los animales, plastas, bosques y ríos en los cuales ellos viven. Como también se pude apreciar la variada colección de materiales que fueron de los miembros de las distintas culturas radicada en la Amazonia, dentro de ellos artículos musicales, de cocina, armas de caza, como materiales para decorar y objetos

como es el caso de instrumentos musicales, utensilios para cocinar, armas para poder cazar, además de elementos decorativos y objetos con

los cuales realizaban rituales, como otros materiales que sorprenden a los turistas que visitan la ciudad, en vista que es una manera de acercamiento a todas estas culturas que han radicado en varios espacios de la amazonia.

Figura 13 Centro artesanal turístico Anaconda



Fuente: Fuente://iquitostravelguide.com/lugares-turisticos-mas-visitados-en-iquitos

En la ribera del rio Itaya, está ubicado el Centro Artesanal Anaconda con un total de 20 módulos que comercializan a los visitantes. Este sitio se ha convertido en una parte de la zona monumental de la ciudad, además cuenta con vista espectacular a los ríos como a la zona de Belen.

Figura 14 Comunidad Padre Cocha



Fuente: Fuente://iquitostravelguide.com/lugares-turisticos-mas-visitados-en-iquitos

Esta comunidad se encuentra ubicada a 20 minutos de la localidad Bellavista Nanay, al cual se llega en deslizador por el rio Nanay. Esta comunidad está habitada por la etnia Cocama Cocamilla. Las persona se dedican a la artesanía.

Este lugar de la ciudad es una comunidad Amazónica, las casas están construidas de árboles extraídas de la misma zona y con caminos angostos para los habitantes, toda la comunidad está rodeada de vegetación.

Desde este centro poblado es factible realizar diversas excursiones muy recreativas, dentro de ellas “La quebrada del amor”, lugar concurrido por parejas y donde una pareja de personas de la tercera edad alquila un refugio en plena selva.

Otro punto sugerido para visitar son las comunidades indígenas como los Boras, destino importante, como también, el mariposario Pilpintuwasi para apreciar las mariposas nativas de la zona.

Figura 15 Reserva Nacional Alpahuayo Mishana



Fuente: Fuente://iquitostravelguide.com/lugares-turisticos-mas-visitados-en-iquitos

Esta reserva, cuenta con 58,000 hectáreas de selva, y cuida la más grande extensión de bosque de arena blanda y varillales de la selva peruana. También, viven un sin número de especies de plantas y animales que son únicas en su especie. Abarca su protección a un área de bosques inundables producto de las aguas oscuras del rio Nanay, que es única en la selva amazónicas.

Se puede encontrar una variedad patrimonio biológico y gran variedad de flora endémica y de la fauna, en gran número sin clasificación científica. Hasta la fecha se han determinado un promedio de 1,780 especies de flora, 522 de mariposas, 155 de peces y 83 de anfibios, 120 de reptiles, 476 de aves, 145 de mamíferos.

b) La marca

La marca apoyará a la empresa en el posicionamiento, servirá como un elemento diferenciador que permita distinguir a la empresa del resto de empresas idénticas, en la plaza nacional como internacional.

Figura 16 Logo de Lemap Inversiones EIRL, 2023



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

En cuanto al precio es considerado como un punto influyente que estipula la demanda que la plaza realiza del producto. El dinero se genera en una organización por medio del precio. Motivo por el cual impacta en el lugar de competencia de una organización, en sus ingresos y beneficios.

Cuadro 8

Precio de los servicios de Lemap Inversiones EIRL., 2023

Ruta:	Unidad	Precio
Ruta Iquitos turistico	persona	S/120.00
Ruta Iquitos exotico	persona	S/220.00
Ruta Selva exótica	persona	S/280.00

Fuente: elaboración propia

El precio que considera una organización podría ser considerado como un precio bajo, que no brinda beneficios, o muy alto que no produce demanda.

Para ser conveniente, el fin de la determinación de los precios que la empresa establece tiene que ser coincidente con los objetivos generales que de estipula en la organización y con los objetivos del plan de marketing.

2.4.3 La promoción

Es imprescindible que la organización haga conocer a la plaza la existencia de los servicios y los beneficios que transmite al consumidor.

En ese sentido la empresa ha diseñado como instrumento de su promoción, principalmente los medios sociales, como herramienta para la comunicación, entre ellos tenemos:

En las siguientes líneas abajo se detallan las redes sociales que la empresa contará:

Facebook: Es la más usada por los clientes, se puede realizar actividades como sorteos, subir, fotos videos, se elaborará el fan page de la empresa.

Twitter: El contener con una significada cantidad de seguidores implica la validación de la aceptación de los servicios del cliente.

Instagram: Esta red social ayuda a incluir historia del día a día, como también fotos y videos relacionados a nuestros servicios.

Figura 17 Polo con logo de Lemap Inversiones EIRL, 2023



Fuente: elaboración propia

Figura 18

Llaveros de Lemap Inversiones EIRL, 2023



Fuente: elaboración propia

Figura 19 Fan page de Lemap Inversiones EIRL, 2023

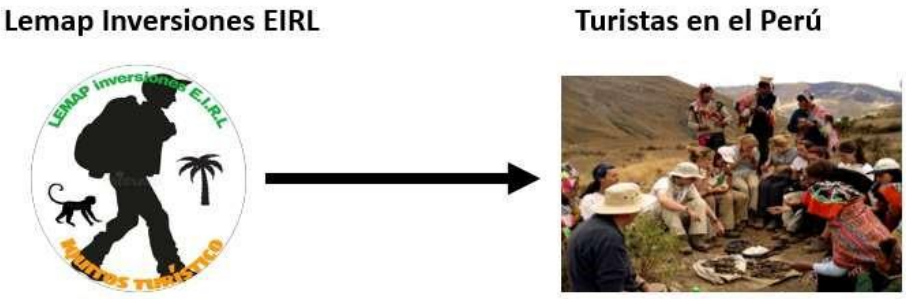


Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

Como función principal de distribución es relacionar al negocio con el gastar del consumidor. En el siguiente plan de negocios se encuentra con una oficina administrativa situado en San Antonio Nro. 1501, del distrito de Iquitos. Por tanto, la cadena de distribución será directa.

Figura 20 La cadena de distribución de Lemap EIRL, 2023



Fuente: elaboracion propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Lemap

Inversiones EIRL, 2023

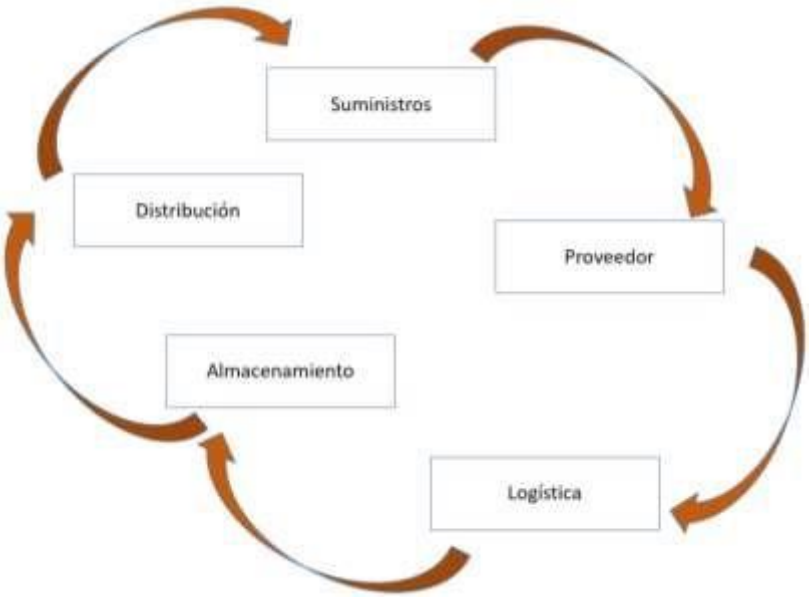
La fuente de aprisionamiento de la empresa será la ciudad de Iquitos, en el cual se ubicó los abastecedores tanto insumos como de servicios que la empresa necesitará para el desarrollo de sus actividades.

3.2 El proceso de aprovisionamiento de Lemap Inversiones EIRL.

Consiste comprar y registrar los productos y servicios afines para el desarrollo del negocio. Los que podrían ser desde materias primas hasta recurso humanos. El objetivo es realizar cada paso operacional de la organización.

A continuación, se describe paso a paso el proceso de abastecimiento de la organización.

Figura 21 Proceso de aprovisionamiento de Lemap Inversiones EIRL, 2023



Fuente: elaboracion propia

La fuente de abastecimiento se inicia con los suministros, cada área maneja la relación de artículos y servicios que requiere para ejecutar su objetivo, como siguiente paso se da el de elegir el proveedor, el que debe presentar todas las exigencias, condiciones y necesidades del negocio.

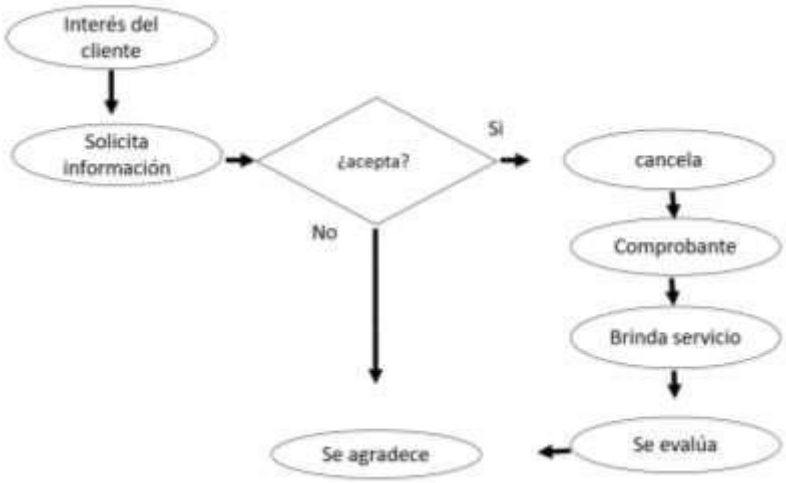
Como siguiente paso se da la logística, en este paso se debe coordinar la entrega de la mercadería, la cantidad, el lugar, el medio de transporte. Seguidamente se da el almacenamiento de los bienes adquiridos.

La distribución se da en la medida de la necesidad de cada área, el mismo que debe controlar el buen uso de los bienes asignados, como el control de los servicios contratados.

3.3 El proceso de atención al cliente de Lemap Inversiones EIRL.

Para llevar a cabo el procedimiento para el servicio se desarrolla un conjunto de actividades de parte de la organización, juntando varias áreas de la organización, las que deben garantizar una experiencia sólida y totalmente satisfactoria a cada consumidor.

Figura 22 Proceso de atención al cliente de Lemap Inversiones EIRL, 2023



Fuente: elaboración propia.

Proceso de atención al cliente:

1. Interés del cliente:

   Es en esta etapa que nos muestra interés el cliente por los nuestros servicios, con una llamada, un correo, un mensaje u otro medio de comunicación.

2. Solicita información:

Al contactarse con la empresa solicita información de los servicios, para el cual se debe detallar los pormenores de todos los servicios que brindan la empresa, tiempo, precio, condiciones, lugares, servicios.

3. ¿Acepta?:

   No: cliente no interesado, se procede a agradecer

   Si: cliente interesado en los servicios se sigue con el proceso.

4. Cancela:

   El servicio será cancelado por adelantado, para el cual se manejarán todos los medios posibles, para brindar facilidades a los clientes.

5. Comprobante:

   Seguidamente se emite el comprobante, según las necesidades del cliente.

6. Brinda servicio:

   Se realiza el servicio al cliente según lo programado y al servicio contratado.

7. Se evalúa el servicio:

   Es necesario conocer la percepción del cliente después de cada servicio, para el cual se elaborará una encuesta que el cliente lo debe llenar al finalizar el servicio.

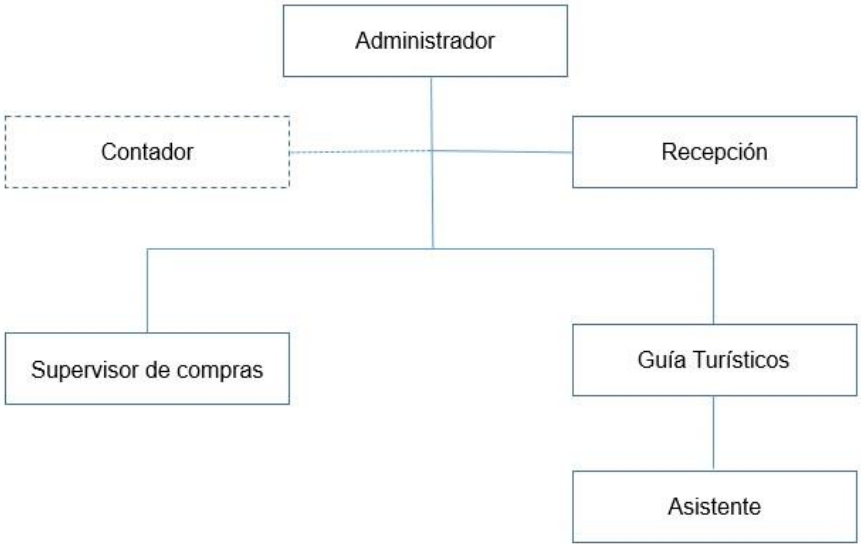
8. Se agradece:

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

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional de Lemap Inversiones EIRL

Figura 23 Estructura organizacional de Lemap Inversiones EIRL, 2023



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Administrador Funciones:

1. Planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de la empresa
2. Elaborar las políticas de ventas que regirá la empresa
3. Organizar las funciones de las distintas áreas.
4. Organizar las actividades propias del área de administración
5. Elaborar, dirigir y controlar los objetivos de la empresa
6. Supervisar el cumplimiento de las funciones del contador
7. Controlar el avance del cumplimiento de los objetivos
8. Gestionar el apalancamiento para capital de trabajo y para activo fijo
9. Toma la representación de la organización.

b) Puesto: Supervisor de compras

Tareas:

1. Se encarga del abastecimiento de la organización

2. Es responsable de todos pasos para la adquisición de bienes y servicios.
3. Actualiza permanentemente el registro de proveedores
4. Controlar de los bienes de la empresa
5. Cuidar los intereses de la empresa
6. Mantiene el capital de la empresa en valor presente
7. Controlar y custodiar los bienes asignados a su área
8. Reportar los informes de su área al administrador

c) Puesto: Guía de Turismo

Tareas:

1. Planificar la realización de las actividades
2. Realizar el acompañamiento a los turistas en toda la ruta
3. Desarrollar el acompañamiento en el idioma de la mayoría de turistas
4. Requerir los bienes y servicios a ejecutar los servicios
5. Solicitar el recorrido de la ruta
6. Recibir quejas y reclamos de los turistas
7. Evalúa y propone el desarrollo de otras rutas
8. Reporta al administrador

d) Puesto: Recepción

Tareas:

1. Planificar ejecución de las actividades
2. Recepcionar llamadas de clientes
3. Brinda información de las rutas de la empresa
4. Realiza el cobro adelantado por los servicios a brindar

4.3 Condiciones laborales

La organización ha decidido acogerse al régimen laboral y se registrará antes en el régimen de la micro y pequeña empresa. Por los privilegios otorgados, además, por reducir el costo laboral. Se mantendrá

el trabajo laboral de ocho horas y todos los empleados gozan de contar con un acuerdo de trabajo.

4.4 Régimen tributario.

EL negocio a constituir con el presente plan, por ser una empresa nueva, se constituirá bajo el régimen de la amazonia, para lograr acogerse al impuesto a la renta de 5% al año.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

5.1.1 Mercado y ventas

Cuadro 09 Demanda de negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (turistas)	159,405		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	1%
Demanda estimada (turistas)	159,405	160,999	162,609
Participación de mercado (decisión empresa)	3.00%	4.00%	4.50%
Demanda del proyecto (turistas)	4,782	6,440	7,317

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10 Ingresos por ventas de Lemap Inversiones EIRL

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	4,782	6,440	7,317
Precio venta (soles x turistas)	120.00	120.00	126.00
Tendencia del precio en el mercado	0%	5%	8%
Precio de venta	S/.120.00	S/.126.00	S/.136.08
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.573,858	S/.811,435	S/.995,753

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro 11 Costo de Lemap Inversiones EIRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	4,782	6,440	7,317
Costo compra	S/55	S/56	S/57
COSTO DE LA MERCADERÌA VENDIDA	S/263,018	S/357,740	S/418,676

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12 Gastos administración de Lemap Inversiones EIRL (soles)

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,600	S/. 1,800
Supervisores	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,500	S/. 1,600
Recepción	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,500
Asistente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,100	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	**S/. 6,430**	**S/. 7,100**	**S/. 7,700**
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	**S/. 6,987**	**S/. 7,715**	**S/. 8,367**
Servicios públicos	S/. 250	S/. 280	S/. 300
Utiles oficina	S/. 334	S/. 385	S/. 415
Servicio contable	S/. 250	S/. 350	S/. 450
Otros:	S/. 350	S/. 480	S/. 525
Total mensual	**S/. 8,171**	**S/. 9,210**	**S/. 10,057**
TOTAL ANUAL	**S/.98,055**	**S/.110,524**	**S/.120,688**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13 Gastos comerciales de Lemap Inversiones EIRL (soles)

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 400.00	S/. 550.00	S/. 600.00
Alquiler local	S/. 800.00	S/. 900.00	S/. 1,000.00
Promociones	S/. 300.00	S/. 400.00	S/. 500.00
Otros	S/. 450.00	S/. 550.00	S/. 620.00
Total mensual	S/. 1,950.00	S/. 2,400.00	S/. 2,720.00
TOTAL ANUAL	S/.23,400.00	S/.28,800.00	S/.32,640.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14 Gastos pre operativos de Lemap Inversiones EIRL (soles)

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

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de Lemap Inversiones EIRL

Cuadro 15 Inversión en activos de Lemap Inversiones EIRL (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	-	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	-	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 3,600	1	S/. 3,600	5	S/. 720
Vehiculos	S/. 7,500	2	S/. 15,000	5	S/. 3,000
Muebles	S/. 2,400	1	S/. 2,400	5	S/. 480
Total			S/. 21,000		S/. 4,200

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16 Depreciación de los activos de Lemap Inversiones EIRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.21,000	-S/.4,200	-S/.4,200	-S/.4,200	S/.8,400
Amortización activo intangible	S/.2,100	-S/.420	-S/.420	-S/.420	S/.840
Total	S/.23,100	-S/.4,620	-S/.4,620	-S/.4,620	S/.9,240

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17 Costo laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	16.67%	8.33%	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%	9.00%
Total				42.33%	25.67%	13.17%

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Financiamiento de Lemap Inversiones EIRL

Cuadro 18

Cuadro de financiamiento de Lemap Inversiones EIRL. (soles)

Deuda a tomar	S/. 35,000			
26.82%	Anual	2.0%	mensual	
		48	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	35,000	700	729	1,429
2	34,271	685	729	1,415
3	33,542	671	729	1,400
4	32,813	656	729	1,385
5	32,083	642	729	1,371
6	31,354	627	729	1,356
7	30,625	613	729	1,342
8	29,896	598	729	1,327
9	29,167	583	729	1,313
10	28,438	569	729	1,298
11	27,708	554	729	1,283
12	26,979	540	729	1,269
		7,438	8,750	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	26,250	525	729	1,254
14	25,521	510	729	1,240
15	24,792	496	729	1,225
16	24,063	481	729	1,210
17	23,333	467	729	1,196
18	22,604	452	729	1,181
19	21,875	438	729	1,167
20	21,146	423	729	1,152
21	20,417	408	729	1,138
22	19,688	394	729	1,123
23	18,958	379	729	1,108
24	18,229	365	729	1,094

		5,338	8,750	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	17,500	350	729	1,079
26	16,771	335	729	1,065
27	16,042	321	729	1,050
28	15,313	306	729	1,035
29	14,583	292	729	1,021
30	13,854	277	729	1,006
31	13,125	263	729	992
32	12,396	248	729	977
33	11,667	233	729	963
34	10,938	219	729	948
35	10,208	204	729	933
36	9,479	190	729	919
		3,238	8,750	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 19 Capital de trabajo de Lemap Inversiones EIRL (soles)

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	5.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.28,693	-S/.2,376	-S/.1,843	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de dias		7	7	7	
Monto		-S/.11,158	-S/.4,620	-S/.3,584	
Inventario					
Número de dias		45	45	45	
Monto		-S/.26,900	-S/.9,687	-S/.6,232	
Cuentas x pagar					
Número de dias		15	15	15	
Monto		S/.8,967	S/.3,229	S/.2,077	
TOTAL	-S/.28,693	-S/.31,467	-S/.12,921	-S/.7,739	S/.80,820

Fuente: elaboración propia

Cuadro 20 Cálculo del impuesto de Lemap Inversiones EIRL (soles)

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)		0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)		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 trabajador		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 2021	Cantidad	Importe	
Unidad Impositiva Tributaria	4,950	15	74,250	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21

Estado de resultados integrales de Lemap Inversiones EIRL (soles)

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.573,858	S/.811,435	S/.995,753
Costo ventas	- S/.215,197	- S/.292,696	-S/.342,553
Margen Bruto	**S/.358,661**	**S/.518,739**	**S/.653,199**
Gastos administrativos	- S/.101,527	- S/.114,358	-S/.124,846
Depreciación	-S/.4,620	-S/.4,620	-S/.4,620
Gastos comerciales	-S/.23,400	-S/.28,800	-S/.32,640
Margen operativo	**S/.229,114**	**S/.370,961**	**S/.491,093**
Gastos financieros	-S/.7,438	-S/.5,338	-S/.3,238
Margen antes de tributos	**S/.221,676**	**S/.365,623**	**S/.487,856**
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/221,676	S/365,623	S/487,856
Pago impuesto a la renta	-S/.50,916	-S/.93,380	-S/.122,014
Utilidad neta	**170,761**	**272,243**	**365,842**

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Cuadro 22

Flujo de caja de Lemap Inversiones EIRL (soles)

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.573,858	S/.811,435	S/.995,753	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.23,100				S/.9,240
Capital de trabajo	-S/.28,693	-S/.31,467	-S/.12,921	-S/.7,739	S/.80,820
Compras		-S/.215,197	-S/.292,696	-S/.342,553	
Gastos administrativos		-S/.101,527	-S/.114,358	-S/.124,846	
Gastos comerciales		-S/.23,400	-S/.28,800	-S/.32,640	
Pago impuestos		-67,589	-109,433	-144,873	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.51,793	S/.134,678	S/.253,226	S/.343,102	S/.90,060
Préstamo recibido	S/.35,000				-S/.8,750
Amortización		-S/.8,750	-S/.8,750	-S/.8,750	
Gastos financieros		-S/.7,438	-S/.5,338	-S/.3,238	
Escudo fiscal		S/.2,194	S/.1,575	S/.955	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.16,793	S/.120,685	S/.240,713	S/.332,070	S/.81,310

FCE	-S/.51,793	S/.134,678	S/.253,226	S/.433,162	
FCF	-S/.16,793	S/.120,685	S/.240,713	S/.413,379	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 23

VAN, TIR y B/C de Lemap Inversiones EIRL (soles)

VAN Financiero	512,037
Tasa de descuento (WACC)	17.80%
TIR Financiero	807%
Indice B/C	31.49
VAN Económico	S/.536,076
Tasa de descuento (CAPM)	15.47%
TIR Económica	323%
Indice B/C	11.35

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

a. El desarrollo del presente plan de negocios tiene por objetivo la constitución de una empresa cuyo nombre será Lemap Inversiones EIRL, dedicada a brindar servicios turísticos para el cual ha creado una ruta denominada Iquitos turísticos comunitario, que incluye los interesantes puntos turísticos de la ciudad de Iquitos.

b. Se determinó en la presente investigación la presencia de una plaza con mucha potencia de crecimiento de las personas que, después de la pandemia, desean salir de vacaciones, desestresarse después de un tiempo en confinamiento.

c. Al tratarse de una micro empresa se elaboró procesos simples cortos, que garanticen brindar un buen servicio. La fuente de abastecimiento de la empresa Lemap Inversiones será la ciudad de Iquitos.

d. Las funciones establecidas en el plan de recursos humanos son claras, integradas, específicas que buscan elevar la productividad de los colaboradores.

e. Los factores económicos y financieros encontrados, arrojados por los estados financieros, demuestra la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Los numero son positivos desde el primer año y los demás años. La empresa puede cumplir con sus deudas en el corto y mediano plazo.

BIBLIOGRAFÍA:

Dirección regional de comercio exterior y artesanía (DIRCETURA) Llegada de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Iquitos periodo 2011-2019.

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. 2019. *Guía introductoria 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)