



**INSTITUTO PERUANO DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS IPAE**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**PLAN DE NEGOCIO DE UN APLICATIVO MÓVIL PARA EL
MERCADO DE RUTAS Y VISITAS TURÍSTICAS EN IQUITOS**

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título en Administración de Negocios

JENNY JANETH ZA VALETA ROBALINO
(0009-0002-2309-5906)

Iquitos – Perú
2022

Dedicatoria

A nuestros padres

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	6
Introducción	7
CAPÍTULO I: PLAN DE NEGOCIO	8
Formulación de la idea de negocio.....	8
Análisis de la oportunidad.....	9
Presentación del modelo de negocio	11
CAPÍTULO II: PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL	16
Formulación de la idea de negocio.....	16
Descripción de la empresa.....	18
<i>Datos de la empresa</i>	<i>18</i>
Direccionamiento Estratégico	19
<i>Visión</i>	<i>19</i>
<i>Misión</i>	<i>19</i>
<i>Valores</i>	<i>19</i>
<i>Objetivos.....</i>	<i>20</i>
Matriz FODA - FODA cruzado	21
CAPÍTULO III: ANALISIS DEL ENTORNO Y PLAN DE MERCADEO	23
Análisis del Entorno Objetivo.....	23
<i>Factores Económicos</i>	<i>23</i>
<i>Factores Socioeconómicos.....</i>	<i>24</i>
<i>Factores Políticos y Legales.....</i>	<i>26</i>
<i>Factores Tecnológicos</i>	<i>29</i>
<i>Factores Ambientales.....</i>	<i>31</i>
Análisis de los Principales Actores	32
<i>Perfil de los Clientes o Consumidores</i>	<i>32</i>
<i>Perfil de Competidores</i>	<i>33</i>
<i>Perfil de Proveedores</i>	<i>35</i>
<i>Determinación del tamaño del mercado</i>	<i>36</i>
CAPÍTULO IV: PLAN DE MARKETING.....	47
Producto	47
Precio	49
Plaza.....	51
Promoción.	52
Persona	54

Marketing Mix	57
<i>Programa y pronóstico de ventas</i>	58
CAPÍTULO V: PLAN DE OPERACIONES	61
Producción de bienes y servicios (en función al plan de marketing)	61
Los procesos de producción (en función a los atributos del producto o servicio)	63
Logística de Entrada.....	65
<i>Compras</i>	67
<i>Almacenamiento</i>	67
Logística de salida.....	68
<i>Productos terminados</i>	68
<i>Despacho y distribución</i>	68
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	71
Estructura de la organización.....	71
Plan de Gestión del Talento	72
<i>Organigrama</i>	72
<i>Principales Funciones que se Requieren en el Negocio</i>	73
<i>Políticas y Estrategias para la Administración del Talento</i>	83
<i>La Planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones</i>	90
<i>Aspectos Legales y Tributarios</i>	91
Plan de Inversiones	100
Capital de Trabajo.....	102
Análisis de Costo: Determinar los Costos del Negocio	103
Análisis Financiero.....	104
<i>Balance General</i>	104
<i>Estado de Ganancia y Perdidas</i>	105
<i>Ratios Financieros</i>	106
Plan Financiero	107
<i>Presupuesto Operativo</i>	107
<i>Presupuesto Financiero</i>	108
Evaluación Financiera	113
<i>Flujo de Caja Proyectado</i>	113
<i>Análisis de Sensibilidad</i>	114
Definición de los Indicadores de Desempeño	115
Conclusiones	118
Recomendaciones	120
Bibliografía	122

Anexos	125
--------------	-----

Índice de Tablas

Tabla 1 Modelo de negocio Canvas	10
Tabla 2 Matriz de Macro Localización.	16
Tabla 3 Matriz Micro Localización	17
Tabla 4 Matriz FODA.....	21
Tabla 5 Matriz FODA Cruzado	22
Tabla 6 El crecimiento del PBI per cápita – Sector Turismo (% anual).....	24
Tabla 7 Productos Sustitutos.....	33
Tabla 8 Competidores directos/Actuales.....	34
Tabla 9 Amenazas de nuevos competidores	35
Tabla 10 Perfil de Proveedores	36
Tabla 11 Paquete #1: Full Day.....	49
Tabla 12 Paquete #2: 2 días 1 noche.....	50
Tabla 13 Paquete #3: Toma de Ayahuasca	50
Tabla 14 Plan Promocional.....	53
Tabla 15 Programa de acciones tácticas.....	57
Tabla 16 Pronostico de Ventas	60
Tabla 17 Compensaciones y beneficios	87
Tabla 18 Planilla de la Empresa.....	90
Tabla 19 Plan de Inversiones	100
Tabla 20 Capital de Trabajo.....	102
Tabla 21 Costos de Producción.....	103
Tabla 22 Balance General.....	104
Tabla 23 Estado de Ganancia y Perdidas	105
Tabla 24 Presupuesto Operativo	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 25 Flujo de Caja.....	113
Tabla 26 Medición de Valores de los Indicadores de Desempeño	117

Índice De Figuras

Figura 1 Rango de edad	40
Figura 2 ¿Cuenta con un celular Smartphone	40
Figura 3 ¿qué busca de un aplicativo móvil?	41
Figura 4 ¿Alguna vez visitaste la ciudad de Iquitos?	41
Figura 5 ¿Con qué frecuencia realizas turismo?.....	42
Figura 6 ¿Cuánto sueles gastar en un paquete turístico?	42
Figura 7 Age Range	43
Figura 8 Do you have a Smartphone?	44
Figura 9 What are you looking for in a mobile application?	44
Figura 10 Have you ever visited the city of Iquitos?.....	45
Figura 11 How often do you do turism?	45
Figura 12 How much do you usually spend on a tour package?	46
Figura 13 Canal de Distribución	51
Figura 14 Uniforme del Ingeniero de Sistemas	54
Figura 15 Uniforme del Personal de Atención al Cliente	55
Figura 16 Uniforme del Departamento de guías	56
Figura 17 reservación de paquetes turísticos.....	63
Figura 18 PAQUETE #1: Full Day	64
Figura 19 Cadena de Valor	70
Figura 20 Organigrama de la Empresa.....	72

Resumen Ejecutivo

El proyecto se basa en la descarga de un aplicativo móvil a través de las tiendas virtuales para el sector turismo con diferentes rutas en la ciudad de Iquitos, donde se ofrecerán tres paquetes turísticos: Paquete #1: Full Day, Paquete #2: 2 días y 1 noche, Paquete #3: Toma de ayahuasca. Para lograr lo planteado se hizo un análisis FODA y FODA cruzado y así poder determinar las fortalezas y debilidades que tendrá la empresa, a raíz de ello se pretende implementar estrategias de mejora. En el análisis del entorno se recopiló datos internos y externos que aportarán al desarrollo de la empresa. Así mismo, se desarrolló un proceso en el área logística donde se logró identificar nuestro canal de distribución, y como llegará nuestro servicio al cliente final, así como también los costos que se va a generar para cada paquete turístico y el pronóstico de las ventas anuales en el periodo de cinco años consecutivos. La cadena de valor servirá para identificar y detallar cada actividad que realice la empresa, lo cual nos dará una ventaja competitiva en el mercado, ya que los procesos que no estén bien implementados se tomará acciones de mejora en el momento oportuno. En cuanto al aporte de las actividades de este proyecto se necesitará una inversión inicial de S/15,345.00 de las cuales 67% será por aporte de los socios de la empresa y el 33% será un préstamo financiero que vendría a ser S/. 7,512.00, donde se puede determinar que el proyecto es viable, ya que el TIR es de 83%, y un VAN positivo de S/ 7,112, lo cual nos indica que ambos resultados son factibles para la inversión.

Introducción

El presente proyecto aborda el tema tecnológico y turístico mediante el lanzamiento de un aplicativo móvil en la ciudad de Iquitos, con el propósito de conocer la flora y fauna de la ciudad, teniendo en cuenta diferentes rutas turísticas. La obtención de informaciones específicas para el desarrollo de este proyecto fueron datos proporcionados por agencias de turismo ubicadas mayormente en el mismo centro de la ciudad de Iquitos, así mismo se indagó en las diferentes plataformas virtuales de cada entidad correspondiente para verificar datos estadísticos.

Esta idea de negocio nació porque observamos que el sector turismo debería innovar en sus propuestas, ya que trabajan de forma tradicional sin la necesidad de actualizar el tipo de servicio que se ofrecen, sabiendo que el fenómeno digital se va actualizando constantemente, para ello se recaudaron datos importantes mediante el estudio de mercado, realizado por diferentes fuentes primarias del INEI, MINCETUR, PROMPERÚ, entre otros, con el fin de conocer a fondo cuales fueron los datos estadísticos de la población nacional y extranjera que visitan frecuentemente la ciudad de Iquitos, para conocer cuál es el comportamiento de compra y consumo de nuestro público objetivo, de acuerdo a este resultado se hizo las encuestas virtuales, que nos sirvió como fuentes secundarias para poder medir el nivel de aceptación de nuestro público objetivo.

El objetivo de este proyecto es aprovechar los avances tecnológicos que será el apoyo principal para dar a conocer esta idea de negocio que es innovadora en el sector turismo, ya que agilizará los procesos de compra del cliente para darles mayor satisfacción, así mismo poder promocionar la cultura peruana en toda su extensión y una de una de las tres regiones del Perú para ser la primera opción entre los turistas de otros países y ciudades.

CAPÍTULO I: PLAN DE NEGOCIO

Formulación de la idea de negocio

Los turistas nacionales y extranjeros suelen visitar la región Loreto, y en especial la ciudad de Iquitos, ya que es una zona altamente turística que cuenta con varias zonas de atractivo cultural que la naturaleza le brindó, lo cual atrae no solo al turista nacional e internacional, sino también al mundo entero. Siendo los atractivos los siguientes lugares: el río Amazonas, la reserva nacional pacaya Samiria, el complejo turístico quisto cocha, la reserva nacional Allpahuayo Mishana , el serpentario, la isla de los monos, el mariposario Pilpintuwuasi, también están las comunidades nativas que se encuentran en los alrededores de la ciudad de Iquitos que son: los boras, los yaguas, y los kukamas , recibiendo a diario visitas locales, nacionales e internacionales de diferentes partes del mundo, ya que es considerado el bosque tropical más extenso y biodiverso de nuestro planeta. (iquitosperu.net, 2022).

Se pretende aprovechar al máximo la cultura, el espacio, la gastronomía y la gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros, lo cual nos motivó a proponer esta idea de negocio que resulta ser bastante atractivo y novedoso de la mano con la tecnología para llegar a ser competitivos en el mercado, teniendo diferentes rutas propuestas en nuestro aplicativo móvil para que ellos puedan elegir la ruta de su preferencia, sobre todo que sea seguro y de fácil uso al momento de su descarga. Por lo que la idea de negocio plantea ayudar a que los turistas tengan una mejor experiencia en la ciudad de Iquitos haciendo el uso de sus aparatos digitales que está ligado al sector tecnológico, lo cual se ha vuelto una tendencia en el mundo sobre el uso de diferentes aplicativos móviles que suelen ser propuestas integradas lo cual facilitan la vida cotidiana de las personas. (Diario Gestión, 2020)

Análisis de la oportunidad

Esta idea de negocio que se basa en la implementación de un aplicativo móvil, se enfocó principalmente en las necesidades que queremos resolver para los turistas que nos visitan tanto nacional e internacional, teniendo acceso directo al aplicativo móvil haciendo su respectiva descarga en Google Play Store y Apple Store, que es la tienda para los dispositivos Android, donde podrán visualizar los lugares más visitados y conocidos de la ciudad de Iquitos. Lo cual se llevará a cabo en conjunto con nuestros socios y aliados claves, teniendo en cuenta que esta alternativa de negocio es una idea innovadora, ya que aún no existe en el mercado loreto, por ende, no tiene competencia alguna, siendo “IQUITOUR’S” la única empresa que brindará este servicio integral a los dispositivos móviles de los turistas, teniendo un costo de acuerdo al paquete que se ofrecerá.

Con esta idea de negocio se pretende ayudar a los turistas optimizando el corto tiempo de estadía que tienen en la ciudad de Iquitos, como también aprovechar la oportunidad de la gran afluencia del turismo extranjero y nacional que, a pesar que se paralizó por el COVID-19 en el 2020, aún sigue en aumento cada vez, teniendo en cuenta que es una de las principales fuentes de ingreso que genera ganancias al país, llegando a un 16,5%, ya que cada turista extranjero gasta en promedio US\$ 950 por su estadía que tiene un plazo de 7 a 10 días. A comparación de un turista nacional que gasta en promedio US\$ 100, (HOSTELTUR 2022), llegando a usar los servicios que son los hoteles para su estadía, en el año 2020 de enero a marzo fue de 1,9% y en el año 2021 fue de 1,7% del turismo receptivo (extranjero), así como también del turismo nacional en el año 2020 fue de 1,4%, y en el año 2021 fue de 1,3%. (INEI, 2022).

Presentación del modelo de negocio.

Tabla 1

Modelo de negocio Canvas

<p><u>8-Socios y aliados Claves</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de equipos de cómputo: Coolbox • Proveedor de mantenimiento para los equipos de cómputos: Ungurahui Computer • Proveedor de hosting y dominio: Hostinger • Proveedor de mueblería: Multimuebles Perú • Tiendas virtuales de App: Google Play Store y App Store • Aliados Claves: Restaurantes, Lodge y Agencias de Turismo 	<p><u>7-Actividades Claves</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento del aplicativo móvil • Capacitación al personal. • Mantenimiento de los equipos de cómputo. • Mantenimiento y limpieza del local. • Adquisición de compras de muebles para realizar las actividades. 	<p><u>2- Propuesta de Valor</u></p> <p>Nuestros clientes tendrán la facilidad de encontrar los mejores lugares turísticos para relajarse en la ciudad de Iquitos, brindándoles el beneficio de seguridad y confianza, así mismo le ahorraremos tiempo para que su visita pueda ser más extensa en la ciudad.</p>	<p><u>4- Relación con Clientes</u></p> <p>A través del App se ofrecerán paquetes turísticos promocionales que estén de acuerdo con las necesidades de los clientes, con las mejores alternativas para ellos.</p>	<p><u>1-Segmentación de Clientes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Segmentación Nacional</u> <p>Geográfico: Lima, Ucayali, San Martín.</p> <p>Demográfico: 22 años-60 años.</p> <p>Género: Hombre y Mujeres</p> <p>Nivel Socioeconómico: A, B y C</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Segmentación Internacional</u> <p>Geográfico: EE. UU, España y Alemania.</p> <p>Demográfico: 25 años- 64 años</p> <p>Género: Hombre y Mujeres</p> <p>Nivel Socioeconómico: A, B Y C</p>
<p><u>9- Estructura de Costes</u></p> <p><u>Costos Fijos</u> Desarrollo de la App Servicios Públicos (Internet, luz, agua). Sueldos de los trabajadores Subida a la plataforma</p>	<p><u>6- Recursos Claves</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital Humano calificado. • Equipos de cómputo. • Internet. • Capital Financiero. • Infraestructura Propia. mueblería. 		<p><u>3- Canales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Google Play Store Y Apple Store. • Publicidad en redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, tik tok, correos electrónicos). • Publicidad mediante empresas asociadas. 	
<p><u>9- Estructura de Costes</u></p> <p><u>Costos Variables</u> Mueblerías Mante. de la App</p>		<p><u>5- Fuentes de Ingresos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cobro por publicidad de empresas nacionales o locales de nuestra App. • Comisión del 5% por cada paquete turístico contratado a través de nuestra App. • Cobrar por derechos de membresía a través de los intermediarios. (Aliados claves). • Transferencias Bancarias, tarjeta de crédito o débito, PayPal, Yape y Plin. 		

➤ Descripción del modelo Canvas

1. Segmentación de clientes

.Segmentación Nacional:

- Geográfico:

Según el Ministerio de comercio exterior y turismo durante el año 2018, pre-pandemia, el potencial vacacionista nacional que visitan Loreto residen principalmente, en las regiones de Lima con el 37% de arribos, Ucayali con el 6,8% y San Martín con el 6,4%.

- Demográfico:

En lo que respecta el rango de edad, comprendido entre los 22 hasta 60 años, fue seleccionado puesto a que las personas en ese rango de edad cuentan con una carrera universitaria, además están en la capacidad de sustentar sus gastos sin depender de alguien más.

- Género:

Para este tipo de negocio no es relevante el sexo del usuario. Cualquier persona que guste realizar turismo puede descargar la aplicación móvil.

- Nivel Socioeconómico:

Mediante un informe proporcionado del INEI 2021, el nivel socioeconómico segmentado sería el A, B y C, puesto a que generan ingresos con un promedio de 12,647 hasta 3,184 por ende contarían con la capacidad de adquirir paquetes de turismo completo.

Segmentación Internacional:

- Geográfico:

En un reporte publicado en el año 2019 por Prom Perú, indica que durante dicho año los principales vacacionistas a la región Loreto residen de EE. UU, España y Alemania.

- Demográfico:

El rango de edad segmentado estima entre los 25 a 64 años, ya que fueron los mayores visitantes a la región Loreto, pre-pandemia.

- Género:

Cualquier persona que guste realizar turismo puede descargar la aplicación móvil.

- Nivel Socioeconómico:

Estados Unidos, Alemania y España, son países que se encuentran en el ranking de países con mayor producto interno bruto estimado de 2021 a 2027, por ende, es buen indicador de nivel de calidad de vida de sus habitantes, es por ello por lo que consideramos que el nivel socioeconómico segmentado sería: A, B Y C.

2. Propuesta de valor

Nuestros clientes tendrán la facilidad de encontrar los mejores lugares turísticos para relajarse en la ciudad de Iquitos, brindándoles el beneficio de la seguridad y confianza, así mismo le ahorraremos tiempo para que su visita pueda ser más extensa en la ciudad.

3. Canales

En la actualidad muchas personas usan las redes sociales como herramienta de guía para adquirir sus productos o servicios, por ende, nosotros siendo una empresa virtual debemos utilizar dicha herramienta de una forma sencilla, segura y práctica, de tal modo conseguiremos usuarios potenciales y mayores descargas de nuestra App. Crearemos un Fan Page mediante Facebook, siendo este una de las redes sociales más importantes del Perú, en dicha plataforma publicaremos las promociones, informaciones, paquetes de turismo de la App. Además, estas publicaciones también se realizarán mediante Instagram, tik tok y WhatsApp. También se realizará marketing mediante las empresas asociadas, en el cual se mostrará banners, volantes, que se puedan entregar a los clientes de esas empresas. La aplicación será publicada en Google Play Store y Apple Store, que es la tienda para los dispositivos de Android.

4. Relación con los clientes

Mediante una base de datos se logrará seleccionar a los clientes más frecuentes que utilicen el servicio de nuestro aplicativo móvil, para proceder a brindarles una tarjeta donde puedan acumular puntos y acceder a descuentos, paquetes especiales, entre otros. De acuerdo con los puntos acumulados se les brindará dichas promociones. Además, el usuario tendrá la opción de canjear sus puntos acumulados. Al ingresar por primera vez al App, se les pedirá crear usuario y contraseña, mediante dichos datos se procederá a realizar los envíos de las promociones, descuentos etc., a sus cuentas de Gmail.

La empresa acudirá a sus propios clientes para poder determinar cuál es el nivel de calidad en su experiencia al utilizar el aplicativo móvil. Utilizaremos algunos indicadores de satisfacción del cliente, que se pueden implementar en la App. El Customer Satisfaction Score (Csat), es uno de los indicadores de satisfacción del cliente que se aplican de manera más inmediata. La intención es aprovechar la experiencia que acaba de tener el comprador con el fin de que este pueda emitir una rápida valoración sobre la empresa. Consiste en una encuesta enviada con una sola pregunta: ¿Cómo califica usted la experiencia de compra? La respuesta se realiza con una valoración del 1 al 5. El App se presentará en dos idiomas que serán el español e inglés, según su conveniencia.

5. Fuentes de Ingresos

Por cada reservación que se haga de cada paquete turístico se cobrará un 5% de comisión del total del paquete contratado, monto que no se le indicará al cliente que realice la compra, puesto que ya estará grabado en el monto final y será un convenio entre nuestra empresa y la empresa de turismo. Costo por clic, el anunciante solo paga por las veces clica sobre su anuncio. En el caso de IQUITOur's aprovechará fuentes para hacer publicidades a las diferentes empresas asociadas a la App. Los usuarios tendrán la opción de realizar sus pagos,

a través de transferencias bancarias, tarjeta ya sea de crédito o débito, además de la aplicación PayPal, Yape o Plin. El derecho de membresía se realizará a nuestros aliados claves, ya que mediante nuestra App captaremos clientes que utilicen sus servicios o productos, que estarán disponibles en los paquetes.

6. Recursos Clave

La empresa por ser un servicio virtual solo contará con instalaciones de oficina propia para poder realizar el trabajo de reservas, publicaciones, cotizaciones, etc., por el momento el espacio que utilizaremos será pequeño, puesto a que aún estamos empezando. Los muebles que se utilizarán serán entre 2 o 3 escritorios, además se necesitará el servicio de internet Wifi. El personal será capacitado para el correcto funcionamiento de nuestro aplicativo móvil, se les brindará equipos de cómputo (impresora, CPU, monitor, mouse, entre otros).

7. Actividades Claves

Se realizarán capacitaciones permanentes al personal de trabajo, como también implementaremos un programa en donde nos permita tener a los equipos de cómputo en un correcto mantenimiento y en constantes actualizaciones, de esa manera optimizamos tiempo y obtenemos mejores resultados. Contaremos con el mantenimiento oportuno de nuestros equipos que nos proporcionarán internet (router Wifi, conexiones, etc.). La oficina estará en constante orden y limpieza, puesto que es muy importante realizar los trabajos y las operaciones en un ambiente sano, limpio y ordenado. Las adquisiciones y compras de inmuebles se realizarán de acuerdo con las necesidades de la empresa con el transcurso del tiempo.

8. Socios y aliados claves

Uno de nuestros principales proveedores será la empresa Coolbox, ubicada en Jr. Próspero # 259, este se encargará de brindarnos los equipos de cómputo útiles para la empresa (Impresoras, CPU, monitor, mouse, entre otros). También se necesitará el mantenimiento de dichos equipos de cómputo, para ello la empresa Ungurahui Computer, ubicado en Huallaga #570, nos proporcionará sus servicios de mantenimiento de nuestros equipos de cómputo. La empresa “Hostinger” nos brindará sus servicios para crear nuestros respectivos hosting y dominio. Además, la empresa “Multimuebles Perú” nos proveerá la mueblería necesaria para el correcto funcionamiento de nuestro centro de operaciones y finalmente entre nuestros aliados claves se encuentran los restaurantes, agencias de viajes y los lodge, puesto a que tendremos alianzas estratégicas con cada uno de ellos.

9. Estructura de costos

Nuestros costos fijos estarán conformados por: el desarrollo de la aplicación, el pago de luz, agua, internet, sueldo de trabajadores, y la subida de la aplicación a la plataforma digital. Por otro lado, nuestros costos variables están conformados por: El mantenimiento del App y todo lo que implica inmobiliaria, ya que estos costos varían según la necesidad de renovarlos o hacerles mantenimiento toda vez que sea necesario.

CAPÍTULO II: PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL

Formulación de la idea de negocio

Para el posicionamiento de toda marca, es importante considerar el lugar donde va a desarrollar sus actividades, por tal motivo en el proceso de formulación de la idea de negocio, se necesita determinar el lugar ideal para poder establecer las operaciones de la empresa, por lo que se aplicará las matrices de localización a nivel Macro y Micro, por lo que se establecen las siguientes matrices, con la finalidad de poder determinar el mejor lugar:

Matriz de Macro Localización.

La macro localización es la selección de la región o territorio donde se ubicará el proyecto. Esta selección permitirá, a través de un análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles, al eliminar los sectores geográficos que no respondan a las condiciones requeridas para el plan de negocio, en la siguiente matriz se elabora la base para determinar una oficina donde se puedan realizar las actividades de control y monitoreo de los turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 2

Matriz de Macro Localización.

FACTORES EVALUACIÓN	Peso %	IQUITOS		BELEN		SAN JUAN		PUNCHANA	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
Zona de fácil accesibilidad	15%	4	0.60	4	0.60	3	0.45	3	0.45
Presencia de Competencia	15%	3	0.45	3	0.45	3	0.45	2	0.30
Disponibilidad Mano de Obra	15%	4	0.60	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Facilidades de distribución	20%	3	0.60	2	0.40	3	0.60	3	0.60
Cercanía a puntos de entrega	20%	3	0.60	3	0.60	3	0.60	3	0.60
Zona Segura	15%	2	0.30	2	0.30	3	0.45	3	0.45
TOTAL	100%		3.15		2.80		3.00		2.85

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se elaboró la matriz de Macro localización para poder determinar el mejor distrito dentro de la ciudad de Iquitos Metropolitano, por lo que se colocó dentro de sus alternativas a los 4 distritos, dando como mayor resultado al distrito de Iquitos con un valor ponderado de 3.15, considerando que los aspectos más importantes para este tipo de negocio son para una oficina, el cual tendrá la función de monitorear las actividades empresariales.

Matriz Micro Localización

La Micro localización es la selección de un sitio específico dentro del área geográfica donde se establecerá el domicilio comercial del proyecto para realizar sus actividades comerciales. El estudio de la micro localización sólo indicará cuál es la mejor alternativa de instalación de la oficina.

Tabla 3

Matriz Micro Localización

FACTORES	Peso %	IQUITOS					
		SAN ANTONIO/BRASILIA		FREYRE / PABLO ROSSEL		FREYRE/YAVARI	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
Accesibilidad para la distribución	0.25	4	1	4	1	4	1
Estabilidad de la Red de Internet	0.20	4	0.8	3	0.6	4	0.8
Costo de Alquiler del local	0.20	4	0.8	3	0.6	2	0.4
Vías de Comunicación	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Zona segura	0.20	2	0.4	2	0.4	2	0.4
TOTAL	1.00		3.45		3.05		3.05

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El estudio determinó el distrito de Iquitos, como el distrito donde será el negocio, se aplicó la matriz de micro localización para ser más específico con el lugar ideal de donde debería ser nuestro local, por lo que se realizó la elaboración de los puntajes y obtuvo un valor ponderado de 3.45, considerando que solo se necesita una oficina, ya que el alquiler

de la propiedad será mínimo, porque es local propio. Conviene la ubicación en San Antonio / Brasilia.

Descripción de la empresa

En relación con la propuesta de negocio planteada, se determina la creación de una App que permita al turista nacional e internacional encontrar con facilidad los lugares más conocidos y/o visitados en la ciudad de Iquitos, para así poder relajarse, brindándoles seguridad y confianza optimizando su tiempo, para aquello se realizará descargando el aplicativo móvil en su celular u otro aparato digital. Con esta idea de negocio se pretende ofrecer un servicio integral de paquetes con descuentos y promociones al usuario que haga mayor uso del aplicativo móvil, para que también estos usuarios sean referentes directos de nuestro aplicativo móvil hacia su entorno más cercano.

Datos de la empresa

- **Nombre de la empresa:** “IQUITOur’s”
- **Razón social:** ““IQUITOur’s” S.AC”
- **Dirección de la empresa:** Brasilia con San Antonio #591
- **E-mail:** Iquitours@gmail.com
- **Teléfono:** 917834799 – 927503520

Direccionamiento Estratégico

Visión

“Ser reconocidos en la región Loreto como la empresa líder de aplicativos móviles en el sector turístico, por brindar un servicio integral”.

Misión

“Somos una empresa innovadora dedicada a brindar una solución integral a través de una aplicación móvil que permitirá a nuestros usuarios tener a su disposición inmediata diferentes opciones para seleccionar los lugares turísticos de su preferencia en la ciudad de Iquitos”.

Valores

- Dedicación: Estamos enfocados en brindar un servicio de calidad, mediante el compromiso y la dedicación que cada miembro aportará a la empresa, para el desarrollo y funcionamiento óptimo del aplicativo móvil.
- Mejora Continua: Actualmente en este entorno globalizado es importante que la empresa se adapte a los cambios continuos que la digitalización ofrezca, por ende, nuestro aplicativo móvil se mantendrá constantemente actualizado y modernizado a dichos cambios.
- Integridad: Nos comportamos con honestidad y transparencia hacia nuestros clientes, para que de esa manera ellos depositen su confianza y fidelidad hacia nuestro aplicativo móvil.

- Trabajo en equipo: Mediante este valor reforzaremos la unión y la buena comunicación entre los trabajadores para potenciar el talento colectivo que es la clave del éxito, lo cual nos ayudará a obtener resultados eficientes.

Objetivos

Objetivo General:

Lograr que los turistas nacionales y extranjeros que lleguen a la ciudad de Iquitos depositen su confianza en el aplicativo móvil realizando la descarga con seguridad para hacer la reserva de los paquetes turísticos permitiendo el ahorro de tiempo.

Objetivos Específicos:

- Lograr a finales del año 2023 una venta de 77 paquetes turísticos por cada ruta, lo que significaría la venta total de 231 paquetes.
- Implementar un plan de marketing digital en Nov-01 hasta el 30 para lograr por lo menos dos (2) descargas semanales.
- Lograr captar un 10% de clientes en el mes de diciembre del 15 al 31 por recomendaciones directas de nuestros clientes fidelizados.
- Ofrecer diferentes promociones durante los meses festivos, por tener mayor afluencia de turistas en: enero, junio, julio, y diciembre, para promover la afiliación del 50% de los usuarios al aplicativo móvil.

Matriz FODA - FODA cruzado

Tabla 4

Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La app tendrá Disponibilidad 24/7. • Constante actualización y adaptación de nuestra App, en las diferentes tiendas virtuales. • Diversas variedades de paquetes turísticos (Toma de Ayahuasca, Lodge, rutas, Full Day.) • Indicador de credibilidad, seguridad y confianza mediante la valoración que los usuarios dejarán en el App. • Proceso constante de evaluación hacia nuestros proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del producto bruto interno (PBI) del 13.3% en el 2021. • Durante los últimos años Loreto se encuentra entre las 15 regiones más visitadas por el turismo internos. • Proyecto de “Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR LORETO 2019 – 2025. • Crecimiento del entorno social digitalizado a nivel mundial. • Expansión de nuevas sucursales a nivel nacional.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No contamos con experiencia en el mercado. • Contamos con un Capital financiero limitado. • Poder de negociación alto con algunos de nuestros proveedores. • La app estará disponible, solo en español e inglés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducida afluencia de turismo extranjero en la región de Loreto. • Crisis e Incertidumbre Política. • Fraudes informáticos en la seguridad de nuestra empresa. • Creación de otro aplicativo móvil similar a IQUITOUR's

Tabla 5

Matriz FODA Cruzado

MATRIZ FODA	Oportunidades	Amenazas
	O1. Crecimiento del producto bruto interno (PBI) del 13.3% en el 2021.	A1. Reducida afluencia de turismo extranjero en la región de Loreto.
	O2. Durante los últimos años Loreto se encuentra entre las 15 regiones más visitadas por el turismo internos.	A2. Crisis e Incertidumbre Política.
	O3. Proyecto de “Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR LORETO 2019 – 2025.	A3. Fraudes informáticos en la seguridad de nuestra empresa.
	O4. Crecimiento del entorno social digitalizado a nivel mundial.	A4. Creación de otro aplicativo móvil similar a IQUITOur’s
	O5. Expansión de nuevas sucursales a nivel nacional.	
Fortalezas	Estrategias FO:	Estrategias FA:
F1. La app tendrá Disponibilidad 24/7.	F3. O3. Hacer publicidad a otras empresas, tales como: bancos, corporaciones, etc. con un pago por el servicio prestado	F4. A1. Hacer revisiones mensuales de los indicadores para monitorear la afluencia de turistas, y poder saber si son altos o pocos los turistas que hacen las descargas de la app. F5. A3. Revisión constante de nuestro sistema en la base de datos para identificar rápidamente los errores de programación, compatibilidad o fraudes informáticos
F2. Constante actualización y adaptación de nuestra App, en las diferentes tiendas virtuales.	F4. O4. Premiar la valoración de los usuarios con puntos acumulativos con un paquete turístico a fin de año, siendo también referentes hacia nuestra app, lo cual será monitoreado por nuestra empresa.	
F3. Diversas variedades de paquetes turísticos (Toma de Ayahuasca, Lodge, rutas, full Day, etc.)		
F4. Indicador de credibilidad, seguridad y confianza mediante la valoración que los usuarios dejarán en el App.		
F5. Proceso constante de evaluación hacia nuestros proveedores.		
Debilidades	Estrategias DO:	Estrategias DA:
D1. No contamos con experiencia en el mercado.	D4. O4. Adaptar el aplicativo móvil a otros idiomas para conocer nuevos mercados extranjeros.	D2. A1. La Aplicación móvil será de fácil uso y eso implicará la reducción de nuestros costos, pero siempre manteniendo la calidad de nuestro servicio y del aplicativo, esto permitirá el crecimiento de nuestro target y la expansión del App nacional e Internacional. D2. A2. Separar un fondo de respaldo en caso se complique la situación del país con diferentes escenarios.
D2. Contamos con un Capital financiero limitado.	D1.O5. Aumentar la publicidad digital que tengan diversas promociones hacia otras ciudades del país para generar más visibilidad de la app.	
D3. Poder de negociación alto con algunos de nuestros proveedores.		
D4. La app estará disponible, solo en español e inglés.		

CAPÍTULO III: ANALISIS DEL ENTORNO Y PLAN DE MERCADEO

Análisis del Entorno Objetivo

Factores Económicos

La economía peruana cerró el 2021 con un crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) de 13,3 % respecto al año 2020 y de 0,8 % respecto al 2019. La recuperación se sustentó en la flexibilización de las medidas sanitarias y el avance del proceso de vacunación, factores que permitieron revertir en gran parte del impacto negativo proveniente del cese de actividades no esenciales en el año 2020.

El restablecimiento en 2021 de los niveles de actividad previos a la crisis (2019) puede ser atribuido en mayor medida a la inversión privada, resultado que coincide con el fuerte incremento de la actividad en el sector construcción. En menor magnitud contribuyeron el consumo público, el consumo privado y la inversión pública. Este avance fue contrarrestado por las exportaciones de servicios, en particular, del turismo receptivo. (BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ, 2022)

Proyección de Inflación: 2022-2023

Se proyecta una tendencia decreciente de la inflación interanual con el retorno al rango meta en el segundo semestre del próximo año, debido a la moderación del efecto de los precios internacionales de alimentos y energía, y a una reducción de las expectativas de inflación. El Directorio se encuentra especialmente atento a la nueva información referida a la inflación y sus determinantes, incluyendo la evolución de las expectativas de inflación y la actividad económica, para considerar modificaciones adicionales en la posición de la política monetaria. El Directorio reafirma su compromiso de adoptar las acciones necesarias para asegurar el retorno de la inflación al rango meta en el horizonte de proyección. (BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ, 2022)

El sector turístico aportaría el 2.5% al producto bruto interno (PBI) y generaría un millón de puestos de trabajo este año, proyectó la presidenta ejecutiva de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú). “Es significativo para nosotros el aporte que brinda el turismo al PBI. En el 2021 llegó a 2% del PBI, pero antes de la pandemia representaba el 3.9%. La funcionaria destacó que los turistas de la región de Sudamérica, como Chile, Colombia, Ecuador y Brasil, son los primeros que regresan al Perú por la cercanía y la conectividad. “También tenemos a visitantes de Estados Unidos y Europa, fundamentalmente españoles, alemanes y franceses”. “Este año lanzamos una campaña internacional dirigida a mercados como Estados Unidos, España, Francia, Chile, Brasil, Colombia y México”, manifestó. (Diario El Peruano, 2022)

El crecimiento del PBI per cápita – Sector Turismo (% anual)

Tabla 6

El crecimiento del PBI per cápita – Sector Turismo (% anual)

Año	% PBI
2019	0.4%
2020	-12.4%
2021	12.1%

Fuente: (Banco Central de Reserva del Perú, 2021)

Factores Socioeconómicos

Turismo Interno

- Durante el 2018, según la Encuesta Trimestral de Turismo Interno, se estima que se realizaron poco más de 1 millón de viajes por turismo interno con destino a la región Loreto, lo que representa el 2,5% del total de viajes a nivel nacional, ocupando el puesto 12 del total de visitas por turismo interno.

- Según las estadísticas de arribos de visitantes nacionales a establecimientos de hospedajes en la región Loreto, el año 2018 se registró un crecimiento del 6,4% comparado al año anterior.

- Las provincias más visitadas fueron Maynas (53,1%), Alto Amazonas (16,2%) y Loreto (14,4%) y seguida de Requena (8,2%).

- El motivo principal de visita a la región Loreto fueron las vacaciones/recreación (37,0%), seguido de los negocios / motivos profesionales (29,3%) y la visita a familiares y/o amigos (27,2%).

- El gasto promedio de los turistas internos que visitaron Loreto fue de (S/. 697.00, siendo los turistas que vinieron de otras regiones los que gastaron más (S/.930.00 en promedio), mientras los que visitaron su propia región tuvieron un gasto promedio de (S/.415. .00)

Gasto en la región Gasto en rangos %

- ✓ Menos de S/.100.00 = 4,1%
- ✓ De S/.100 a S/.299.00= 25,7%
- ✓ De S/.300 a S/.499.00 = 17,5%
- ✓ De S/.500 a S/.699.00 =12,9%
- ✓ De S/.700.00 a más =39,7%
- ✓ Promedio =S/. 697.00

Turismo Receptivo (extranjero)

- Durante el 2018, del total de los turistas extranjeros que visitaron el Perú, el 1,9% visitó la región Loreto, ocupando el puesto 12 del total de visitas por turismo receptivo.

- Los extranjeros que visitan Loreto provienen principalmente de Estados Unidos, España y Alemania.

- Según las estadísticas de arribos de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedajes en la región Loreto, el año 2018 se registró un crecimiento del 5,6% comparado al año anterior.

- Los principales lugares visitados por los extranjeros en Loreto fueron la ciudad de Iquitos (98,9%), Río Amazonas (48,4%), Nauta (16,4%) y Belén (10,7%).

Oferta Turística

- Durante el 2018 el turismo en la región Loreto registró un crecimiento en la capacidad ofertada hotelera, destacando un crecimiento del número de establecimientos (2,1%), así como el número de habitaciones (2,7%) y el número de plazas-cama (3,2% respecto al año anterior). (Gobierno Regional de Loreto, 2018)

Factores Políticos y Legales

Proyecto de Ordenanza Regional, que sustenta y aprueba el “PLAN ESTRATEGICO REGIONAL DE TURISMO – PERTUR LORETO 2019 – 2025”

El presente proyecto contempla aprobar el plan estratégico ayudando a la gestión a contribuir e impulsar el desarrollo social y económico de la región a corto, mediano y largo plazo; así mismo se deberá consolidar la implementación del plan estratégico a través de la visión, objetivos estratégicos y estrategias del sector turismo. Posteriormente la gerencia deberá asignar presupuesto para la ejecución del proyecto, según disponibilidad presupuestal; luego La Gerencia Regional, deberá monitorear de manera permanente el proyecto y debe realizarse en tres períodos durante los años 2020, 2022 y 2024 para que se pueda identificar los avances logrados en el PERTUR LORETO 2019-2025.

Una vez realizado este procedimiento La Secretaría del Consejo Regional de Loreto, deberá publicar la Ordenanza Regional en el Diario Oficial El Peruano, asimismo en el Diario Oficial de avisos judiciales de mayor circulación de la región y en el Portal Web del Gobierno Regional de Loreto y por último la Ordenanza Regional entrará en vigor al día siguiente de su publicación habiendo comunicado al señor Gobernador del Gobierno Regional de Loreto, de turno, para su promulgación y ejecución conforme a Ley. (El Peruano, 2019)

Loreto como Destino Turístico.

Como parte del trabajo de Planificación regional, en el marco de la nueva normalidad que se vive en el mundo a raíz de la pandemia COVID - 19, el Gobierno Regional de Loreto, a través de las gestiones realizadas por la DIRCETURA en el último trimestre del año 2020, suscribió el “Convenio de Colaboración Interinstitucional con PROMPERÚ”, el cual tiene por objeto determinar los lineamientos generales y mecanismos de cooperación mutua, para contribuir a fortalecer las actividades de promoción y comercialización de LORETO COMO DESTINO TURÍSTICO a nivel internacional, que tiene como fin el desarrollo de un “Plan de Marketing Turístico”; para ello, el GOREL asignará presupuesto para la ejecución de las acciones que formaran parte de dicho plan en el 2021 - 2022.

Esta herramienta de gestión será elaborada por primera vez en la región Loreto, en conjunto con la sociedad civil organizada y las instituciones involucradas con el sector Turismo, y servirá para complementar el PERTUR Loreto 2019 - 2025. El Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR Loreto 2019 - 2025, es un documento de planificación, que contribuye al crecimiento de la actividad turística en la región, la cual ha sido afectada producto de la pandemia COVID – 19.

Por ello, en el marco de la reactivación económica, de los más de 39 proyectos, se viene priorizando: la Marina Turística, Carretera al Balneario Turístico de Santo Tomás,

Modernización del Complejo Turístico de Quisto cocha, Carretera al Balneario Turístico de Cabo López, Paseo Peatonal Turístico de la Calle Raimondi, entre otros, a ello se suma la recuperación de la ciudad con el reasfaltado de las calles y arborización. Asimismo, promueve el desarrollo de la marca de la Región Loreto, con énfasis en el río Amazonas, para posicionarla a nivel internacional, mantener alianzas estratégicas con operadores turísticos nacionales e Internacionales, para incrementar la visita a las zonas turísticas de la región y desarrollar una oferta de calidad, sostenible y competitiva. Este 2021, iniciaremos las gestiones para la intervención de acciones y proyectos en las 4 zonas de desarrollo turístico de Loreto.

Finalmente, el GOREL, en trabajo conjunto con todas sus dependencias, viene elaborando la actualización del Plan de Desarrollo Regional Concertado, el cual “al 2021”, es una herramienta clave para convertir a Loreto en una región amazónica líder, ordenada y competitiva, sustentada en una economía con crecimiento verde sostenido sobre la base de un ordenamiento territorial, ecoturismo, forestería, recursos hídricos y su producción diversificada, conservando los ecosistemas, aprovechando sosteniblemente sus recursos naturales y con una infraestructura fronteriza de conectividad interna y con energía limpia. De esta manera lograremos convertir al Turismo en la principal actividad económica de la región Loreto. (Gobierno Regional Loreto, 2021)

Reactivación del Turismo en Loreto

Tras la reactivación económica del país después de covid-19, el Perú volvió a retomar sus actividades en general, siendo el turismo unos de los atractivos por excelencia, representando el 3.6% del PBI nacional. Por lo que se consideraría un ingreso rentable para el país, no obstante, el gobierno facilitó a las empresas turísticas con fondos al sector para que las actividades continúen y así poder encontrar una oportunidad de desarrollo a través de Promperú. Se hicieron campañas para reactivar los viajes internos en la población por el interior

del país y posteriormente los viajes internacionales de los extranjeros hacia nuestro país, siendo conscientes que la pandemia nos orilló a ser parte de este mundo digital y el sector turismo no iba ser ajeno a ello, implementando recorridos digitales, el arte, el sector culinario, etc. y todo factor que tenga que ver con el turismo se fue integrando a este mundo maravilloso que es la digitalización por eso el gobierno y la misma población debemos trabajar de forma conjunta para que el ingreso en este sector pueda seguir generando rentabilidad ganando nuevamente la confianza del turista local y extranjero. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020)

Factores Tecnológicos

La tecnología de información y comunicación (TIC), se ha vuelto una parte fundamental de las personas, más aún si quiere recorrer lugares desconocidos ahora suelen usar un dispositivo móvil para guiarse y cuánto más le servirá si tiene un aplicativo el cual le facilite el recorrido a su destino, es por ello que las empresas se están innovando constantemente creando aplicativos móviles y muchos de ellos suelen ser usados del diario llegando a ser favoritos entre miles de usuarios y muchos de ellos tienen un costo o algunos suelen ser gratis. Aunque el universo de las aplicaciones es tan vasto, existe un grupo que por diversas causas se ha convertido en el favorito de miles de personas. En el Perú, dependiendo del sistema operativo, sea Android o iOS, los más populares, podemos citar algunos, sin orden o clasificación. Para el sistema operativo Android de Google, tenemos:

1. La presentación móvil de El Comercio
2. La aplicación de RPP noticias
3. App de banca celular del BCP
4. La app de banca móvil de Interbank
5. Facebook, muy popular entre los más jóvenes

6. Twitter
7. La muy peruana y de reciente aparición PeruCool
8. La app de mensajería WhatsApp
9. SMS Perú, envío de SMS gratis a Movistar, Nextel y Claro.
10. Entre los buscadores, Chrome
11. El lector de noticias Flipboard
12. La variante portátil de ofimática Google Drive
13. Think Office
14. El identificador de llamadas Current Caller

En cuanto al sistema operativo de iPhone, tenemos:

1. Instagram, una aplicación para tomar fotos, modificarlas, ponerle efectos y algo más, y luego compartirla por las redes sociales como Twitter, Tumblr, Flickr.
2. El popular juego Angry Birds
3. Netflix, que permite conectarse desde el iPhone al lugar más grande de películas en alquiler: Todo el sistema es sencillo, de fácil uso, rápido y visual, que funciona vía Wifi y 3G.
4. Skype, el servicio de mensajería que ha reemplazado al hoy caduco Windows Live Messenger
5. El personalizador de emisoras de radio y música Pandora Radio
6. El lector de PDF Adobe Reader
7. El informador sobre climas The Weather Channel

8. Google Talks (ahora Hangouts)

Fuente: (Staff CreativaStaff Creativa, 2013)

En estos últimos tiempos las empresas financieras están siendo invadidas por infiltrados o los llamados hackers y están siendo claramente vulnerables por las distintas modalidades de ataques cibernéticos, por lo que nada se puede hacer en este caso. Lo asegura la empresa que brinda reporte de seguridad cibernética RSA Security, entre los más conocidos se encuentran los ataques basados en phishing malware. La modalidad del ataque phishing es a través de un fraude financiero vía on-line, que el usuario recibe a través del correo, también sirve como móvil para engañar al usuario en tanto genera links y da clics y se instala en un troyano, virus o programa maligno en la computadora, y suelen ser mensaje o página web muy similares a las institucionales. En el año 2018 según un reporte emitido por la RSA, los phishing se dividieron en cuatro tipos: El phishing 41%, las apps móviles picaros 28%, los virus troyanos 16% y el abuso de marcas 15%. En tanto a los ataques que involucra malware financieros se incrementó un 13% de ataques a las aplicaciones móviles. Perú se ha convertido en uno de los países más vulnerables a sufrir este tipo de ataques, lo que lleva a posicionarse en el puesto número 9 a nivel global. (Gestión, 2018)

Factores Ambientales

El ecoturismo es una modalidad turística ambientalmente responsable. Su fin es visitar y disfrutar de áreas naturales relativamente inalterables, así como también de cualquier manifestación cultural del presente o pasado, con la participación de las poblaciones locales. El ecoturismo incluye contenidos educativos y de interpretación que procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural. Fundamentalmente, busca incrementar la concienciación sobre conservación de los activos naturales y culturales. (GeoInnova , 2016)

Análisis de los Principales Actores

Perfil de los Clientes o Consumidores

En cuanto a este aspecto podemos analizar que la demanda actual es superior a la oferta actual que presenta el mercado, esto no le permite al cliente obtener mayor poder de negociación ni la reducción de precios, por ende, nuestro poder de negociación es bajo. Cabe mencionar que la industria de turismo en la región de Loreto no ha planteado estrategias de diferenciación e innovación en dicho sector, por lo cual, esto permite al usuario cambiar de empresa fácilmente. Mediante un previo análisis se pudo identificar el perfil de nuestros clientes objetivos, con la finalidad de tener claro el target al cual estarán dirigidos todas nuestras promociones, publicidades que generen reconocimiento de nuestra empresa.

- **Segmentación Nacional**

- Geográfico: Lima, Ucayali, San Martín. (Regiones cuyos habitantes llegan más a Loreto)
- Demográfico: 22 años-60 años.
- Género: Hombre y Mujeres
- Nivel Socioeconómico: A, B y C
- Interés por el Turismo: Paseo, visitas a familiares, excursiones, hobby.
- Adquisición de paquetes turísticos: Según Promperú, durante el 2019 el 32% de turistas adquirieron sus paquetes a través del internet.

- **Segmentación Internacional**

- Geográfico: EE. UU, España y Alemania (Países cuyos habitantes visitan más Loreto)
- Demográfico: 25 años - 64años.
- Género: Hombre y Mujeres
- Nivel Socioeconómico: A, B y C
- Interés por el Turismo: Excursiones, hobby, relajarse.

Perfil de Competidores

- Productos Sustitutos:** En este aspecto algunas empresas en la ciudad de Iquitos ofrecen servicios que podrían ser utilizados para satisfacer algunas de las mismas necesidades de nuestros clientes objetivos. Cuanto mayor sea la posibilidad que nuestros consumidores sustituyan nuestros servicios menores serán las ventas. Entre ellas se encuentran las agencias de turismo tradicional:

Tabla 7

Productos Sustitutos

Empresa competidor	Producto/servicio sustituto	Fortalezas	Debilidades
Yacumama Amazon Tours	Paquetes turísticos y recorridos full Day temáticos en Iquitos.	<ul style="list-style-type: none"> Oficina está ubicado en el centro de la ciudad, en una zona sumamente competitiva. Servicio de calidad. Buena formación de los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> Desaprovechan las herramientas tecnológicas. La agencia no cuenta con una buena promoción de paquetes turísticos.
Iquitos Experience Tours.	Especialistas en full Day, hoteles, Lodge, half Day, completamente personalizado.	<ul style="list-style-type: none"> Manejo óptimo de las redes sociales. Servicio de cliente personalizado. Variedad de precios de los paquetes turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra ubicado en una zona poco comercial. Falta de nuevas sucursales propias en Iquitos.
Amazon Experience	Tours en el rio amazonas, alojamiento de hotel, traslados, excursiones y alimentación.	<ul style="list-style-type: none"> Cuentan con 5 años de experiencia en turismo ecológico. Rapidez y eficiencia en la atención al cliente Precios accesibles. 	<ul style="list-style-type: none"> Local poco llamativo y muy reducido. Ser poco conocidos. Escasa inversión tecnológica.

- **Competidores Directos/Actuales:** Con respecto a este punto podemos analizar cuáles son las empresas que compiten directamente con nuestra aplicación móvil, es decir; tienen el mismo segmento de clientes y ofrecen el mismo servicio que nosotros, nuestros servicios ofrecen precios accesibles al consumidor e innovación constante en nuestras plataformas. Mediante un análisis podemos obtener resultados de nuestros competidores directos. Entre nuestros competidores directos se encuentran los siguientes:

Tabla 8*Competidores directos/Actuales*

EMPRESAS	FORTALEZA	DEBILIDAD	Poder de negociación
Perú Travel	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en el top 3 de los mejores aplicativos turísticos del mundo. • Experiencia en el mercado del sector turismo. • Personal de turismo receptivo es multilingüe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de un plan estratégico en caso de cierre de fronteras. • Demasiada competencia de servicios On-line • Bajo desarrollo de servicios de mayor valor agregado. 	BAJO
Booking.com	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad en los servicios. • Respaldo de la cartera de clientes nacional e internacional. • Continuamente sacan promociones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Algunas demoras en descargar los lugares turísticos. • Cuentas con pocos paquetes turísticos de la región Loreto 	BAJO
Despegar.com	<ul style="list-style-type: none"> • Constantes ofertas de sus servicios turísticos. • 33 años de experiencia en el sector turismo on-line. • Mantiene sus páginas actualizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuentan con una oficina física para informar al cliente. • Poca propaganda del servicio para el usuario. 	BAJO

- **Amenaza de nuevos competidores:** La llegada de nuevas empresas interesadas en participar en el mismo rubro que nosotros, de una u otra forma son amenazas directas para nuestro negocio, para ello, identificamos algunas empresas que están incursionando en el sector del turismo:

Tabla 9*Amenazas de nuevos competidores*

EMPRESAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES	Poder de Negociación
Viajes Falabella	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de calidad • Habilidades tecnológicas. • Precios accesibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en el mercado. • Escasa Publicidad de la empresa. • Poco reconocimiento de la marca. 	BAJO
Lonely Planet	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de lugares turísticos. • App fácil de usar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mala valoración de los usuarios mediante su aplicación móvil. • Diseño poco llamativo. 	BAJO

Perfil de Proveedores

Para que nuestra empresa este en un correcto funcionamiento debemos escoger y obtener proveedores de calidad, que brinden servicios y productos de acuerdo con las necesidades del aplicativo móvil. La forma de gestionar los pedidos con nuestros proveedores será directa, ya que nos permitirá verificar si obtendremos los productos y servicios requeridos, entre nuestros proveedores tenemos:

Tabla 10*Perfil de Proveedores*

Nombre del proveedor	Productos que Ofrece	Poder de negociación
Coolbox	Impresoras, CPU, Monitor, Mouse, artículos para celulares, baterías, etc.	BAJO
Google Play Store	Espacio para descarga en los dispositivos Android	ALTO
Apps Store	Espacio para descarga en los dispositivos de Apple	ALTO
Hostinger	Dominio y Hosting en la red, plantillas en la app	BAJO
Ungurahui Computer	Mantenimiento de equipos de cómputo, instalación y reparación de CPU, etc.	BAJO
Multimuebles Perú	Escritorios, Sillas, Muebles de cómputo, etc.	BAJO

Determinación del tamaño del mercado

Mediante este capítulo se podrá observar la determinación del tamaño del mercado al cual nos estamos dirigiendo, dicha investigación nos brindará información de la estimación que nos proporciona el potencial máximo de ventas para el mercado objetivo, dentro de este habrá factores que influyen, como: Nivel de aceptación o rechazo del público consumidor, la zona o región, etc. Por lo cual nuestra segmentación de mercado objetivo se realizará de la siguiente manera:

Segmentación del mercado objetivo

La segmentación del mercado objetivo se basa en el estudio mediante el cual vamos a poder determinar a quienes irán dirigidos todas nuestras estrategias de marketing, además, para ello utilizaremos algunos perfiles que nos ayudarán a cumplir con el objetivo. Nuestro público objetivo, estarán divididos en dos segmentos, Nacional e Internacional.

- **Segmentación Internacional:**

La segmentación internacional estará conformada por países que visitan y realizan turismo en la ciudad de Iquitos, según PromPerú indica que los principales vacacionistas a la región Loreto son EE. UU., España y Alemania. El rango de edad se estima entre los 25 y 64 años, ya que fueron los mayores visitantes a la región Loreto. Estos países se encuentran en el ranking de países con mayor producto bruto interno de 2021 a 2027, por ende, es un buen indicador de calidad de vida, es por ello por lo que consideramos que el nivel socioeconómico segmentado sería A, B Y C. (PromPerú, 2019)

- **Geográfica:** EE. UU, España y Alemania
- **Segmentación Demográfica:** Cualquier persona que realice turismo puede descargar la app, entre 25 y 64 años de edad.
- **Segmentación Psicográfica:** NSE A, B y C
- **Segmentación Conductual:** Dirigido a turistas extranjeros que realicen viajes frecuentes.

- **Segmentación Nacional:**

Nuestra segmentación nacional estará conformada por las principales ciudades del Perú que visitan y realizan turismo en Iquitos, entre ellas encuentras Lima 37%, Ucayali 6,8%, y San Martín 6,4%. Además, mediante una investigación se logró identificar el rango de edad de este segmento que es de 22 años – 60 años, con un nivel socioeconómico A, B Y C, puesto a que generan ingresos de S/. 12,647.00 hasta S/. 3,184,00 por ende, cuentan con la capacidad de adquirir paquetes turísticos. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018) (Ipsos, 2022)

- **Geográfica:** Lima, Ucayali y San Martín.
- **Segmentación Demográfica:** Cualquier persona que realice turismo puede descargar la aplicación móvil, entre 22 y 60 años de edad.
- **Segmentación Psicográfica:** NSE A, B y C con ingresos de S/. 12,647 a S/. 3,184 soles.
- **Segmentación Conductual:** Dirigido a turistas nacionales que realicen viajes frecuentes.

Población Turistas Extranjeros a Loreto.

Según publicación del Mincetur la región Loreto tuvo un total de 87,460 arribos del extranjero, lo que significó una variación de más del 44,0% respecto al año 2020, que en su mayoría para la región Loreto fueron de nacionalidad EE. UU y en segundo lugar España.

Población Turistas Nacional a Loreto.

Según la publicación del Ministerio de Comercio Exterior y turismo, la región Loreto tuvo una población de 436,005 turistas nacionales durante el 2021, lo que significa un incremento de 126,2% respecto a lo alcanzado el año anterior.

Descripción	Habitantes	%
Población turista extranjero 2021	87,460	16,7%
población turista nacional 2021	436,005	83,3%
Total, de la población objetivo	523,465	100.00%

Determinación del tamaño del mercado objetivo.

Determinación del tamaño de la muestra.

- Tamaño de la población: 523,465 (mayor a 100,000; formula infinita)
- Nivel de confianza (%): 95
- Margen de error (%): 5
- Probabilidad de Éxito: 50%
- Probabilidad de Fracaso: 50%

Formula Infinita del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2} = \frac{1.96^2 + 0.5 + 0.5}{0.05^2} = 384$$

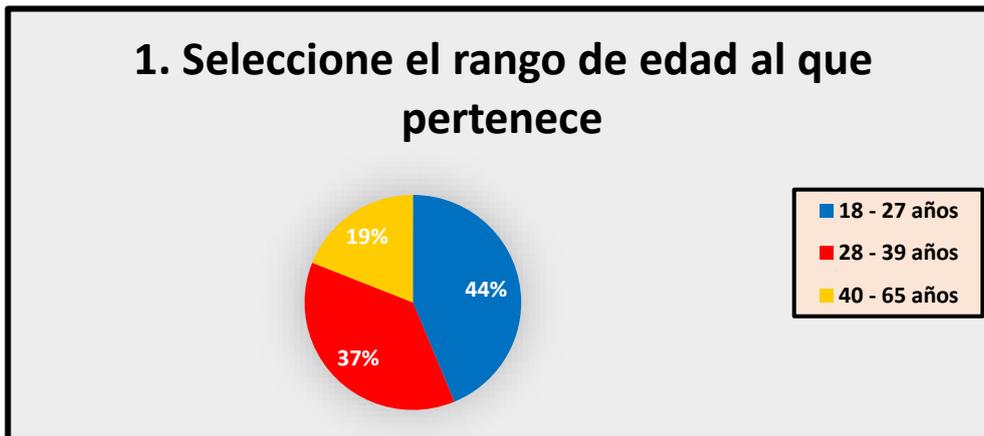
$$\frac{N * n}{n + N} \quad N = \frac{523,465 * 384}{384 + 523,465} = 384$$

Análisis de los resultados de las encuestas

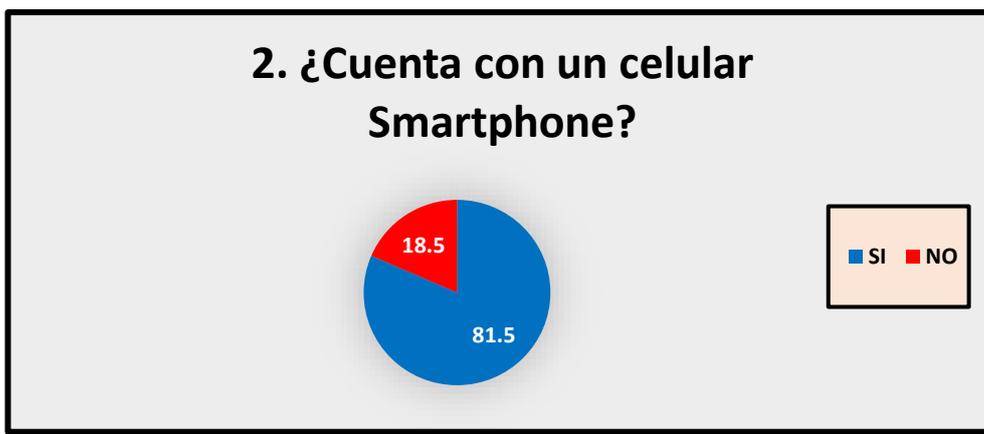
La encuesta que se llevó a cabo es del tipo probabilístico para población infinita. Mediante ello se pudo obtener 400 resultados de nuestro segmento nacional y 400 resultados en nuestro segmento Internacional.

- Segmentación Nacional

Preguntas y Tabulaciones con sus respectivos resultados

Figura 1*Rango de edad*

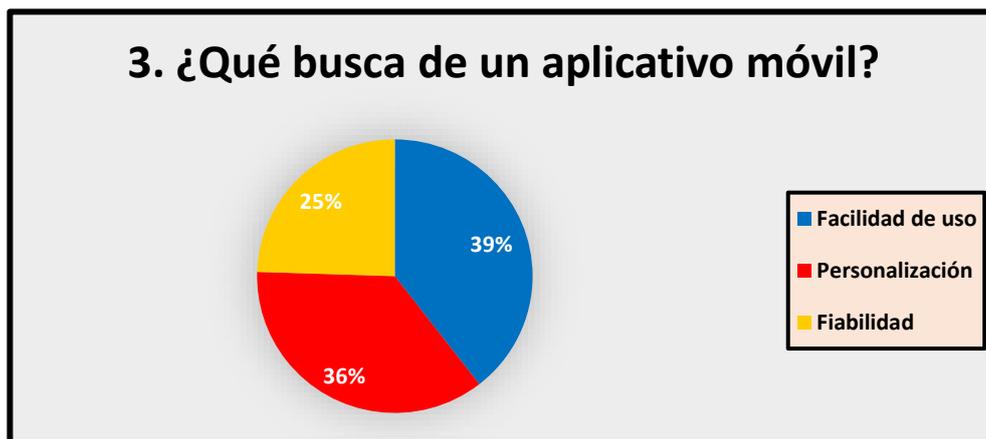
Los resultados nos muestran que un 44% de nuestros encuestados tienen un rango de edad de 18 a 27 años. Un 37% tienen entre 28 a 39 años y el 19% de encuestados tienen un promedio de 40 a 65 años.

Figura 2*¿Cuenta con un celular Smartphone*

Mediante la pregunta número 2 de la encuesta, se puede concluir que el 81.5% de usuarios cuentan con un celular Smartphone, mientras el 18.5% no cuenta con dicho celular.

Figura 3

¿qué busca de un aplicativo móvil?



El 39% de personas encuestadas buscan que un aplicativo móvil cuente con facilidad de uso, mientras que el 36% requiere que el aplicativo móvil tenga la opción de ser personalizada, de acuerdo con los gustos de cada usuario, y finalmente el 25% optaron por escoger la fiabilidad del aplicativo móvil.

Figura 4

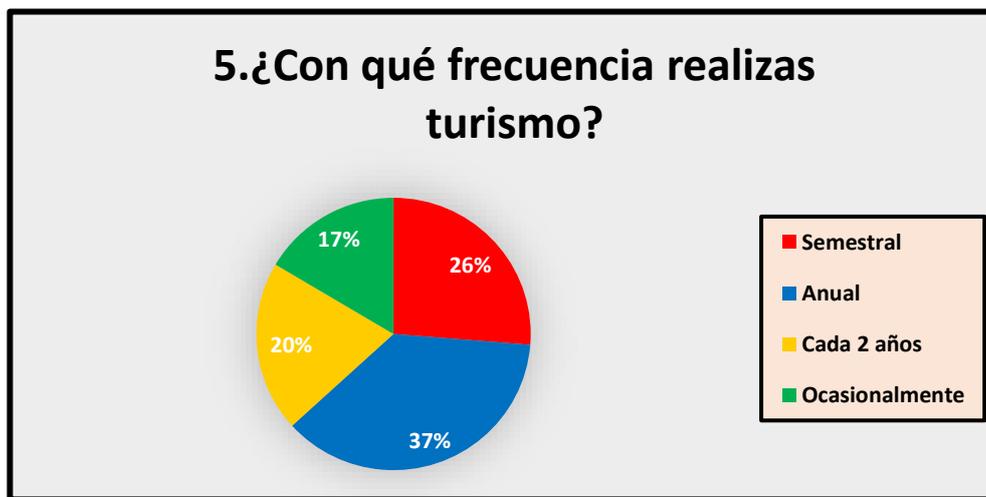
¿Alguna vez visitaste la ciudad de Iquitos?



Un 71% del total de encuestados visitaron la ciudad de Iquitos, ya sea para diferentes tipos de eventos, mientras que un 29% de personas, aun no lo visitaron.

Figura 5

¿Con qué frecuencia realizas turismo?



El 37% de personas encuestadas realizan turismo anualmente, mientras que un 26% hacen turismo cada semestre del año, por tanto, el 20% de personas realizan turismo cada 2 años, y finalmente el 17% de encuestados, realizan turismo ocasionalmente.

Figura 6

¿Cuánto sueles gastar en un paquete turístico?



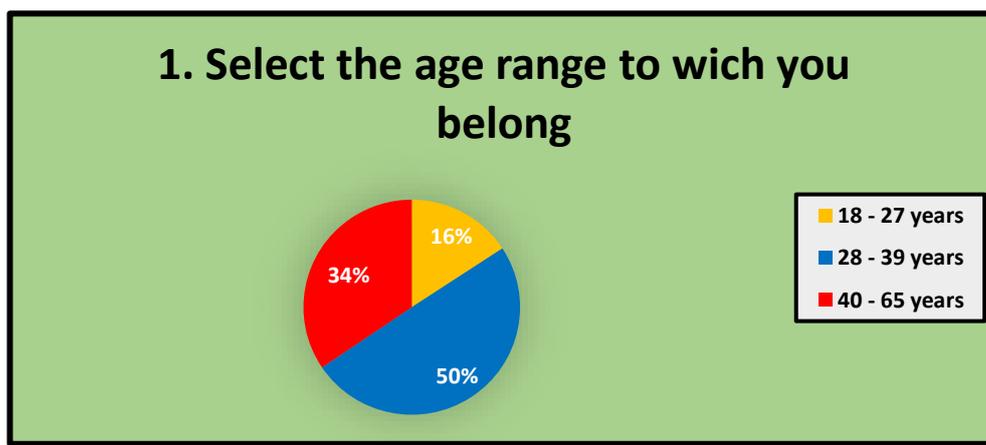
Mediante esta encuesta también se pudo observar que el 33% de encuestados tienen un promedio de gasto comprando paquetes turísticos de S/. 2,500.00, el 28% de personas gastan un promedio de S/. 2,000.00, el 23% gastan S/. 1,500.00 y finalmente el 16% suelen gastar S/. 3,000.00 en paquetes turísticos.

- Segmentación Internacional

Preguntas y Tabulaciones de resultados

Figure 7

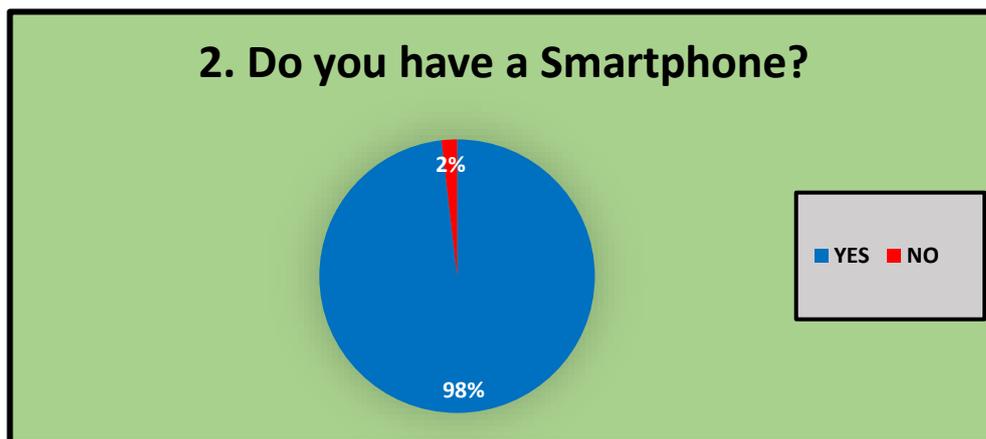
Age Range



Los resultados de la primera pregunta de nuestra encuesta, muestra que el 50% de usuarios extranjeros tienen un rango de edad entre 28 a 39 años de edad, mientras que el 34% de encuestados tienen entre 40 a 65 años, y finalmente el 16% de personas tienen de 18 a 27 años de edad.

Figure 8

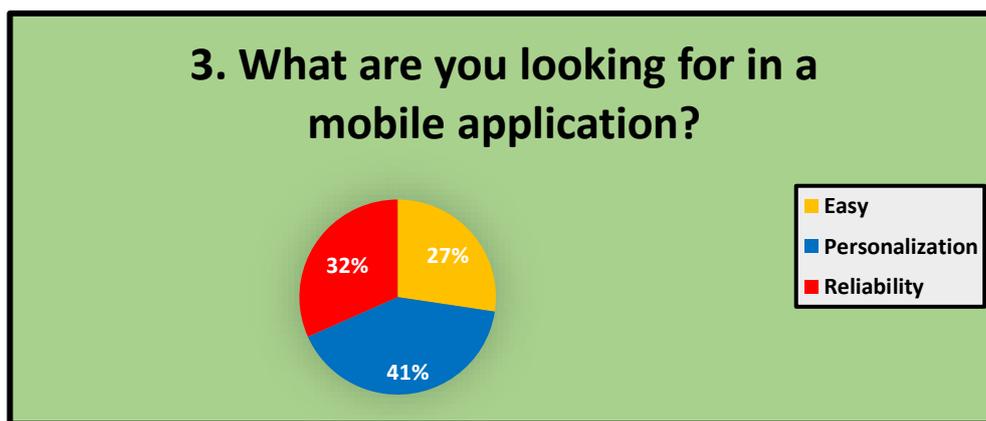
Do you have a Smartphone?



El 98% de personas cuentan con un celular Smartphone, mientras que el 2% de encuestados no cuentan con un celular Smartphone.

Figure 9

What are you looking for in a mobile application?



Un 41% del total de encuestados buscan que un aplicativo móvil cuente con la opción de ser personalizados para los distintos gustos de cada usuario, y el 32% busca que el aplicativo móvil sea fácil de usar, y finalmente el 27% de personas buscan que el aplicativo móvil sea fiable.

Figure 10

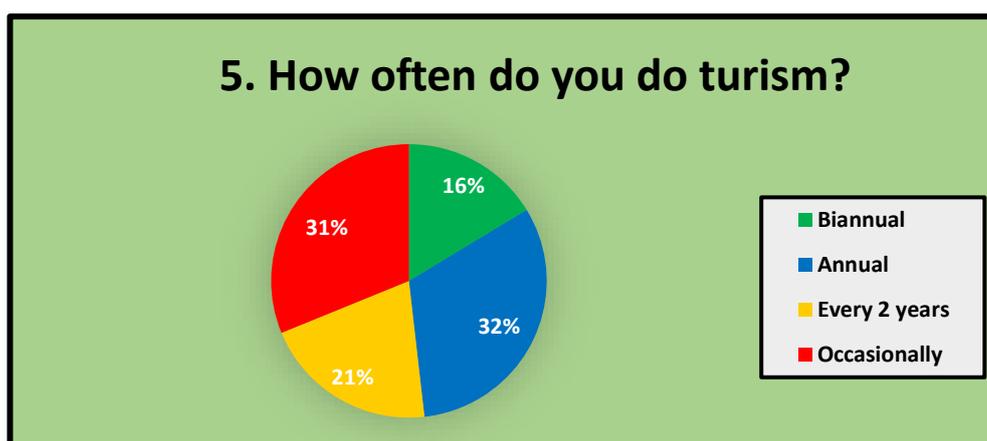
Have you ever visited the city of Iquitos?



El 63% de encuestados extranjeros visitaron la ciudad de Iquitos, mientras que el 37% aun no visitaron la ciudad de Iquitos.

Figure 11

How often do you do tourism?



Los resultados nos muestran que el 32% de encuestados realizan turismo anualmente, mientras que el 31% realiza turismo ocasionalmente. El 21% lo hace cada 2 años y finalmente el 16% de personas del extranjero realizan turismo semestralmente.

Figure 12

How much do you usually spend on a tour package?



Un 50% de turistas extranjeros gastan en paquetes turísticos US\$ 770.00 mientras que el 26% gastan un promedio de US\$642.00, el 16% de turistas gastan US\$513.00y finalmente el 8% de encuestados gastan US\$385.00.

CAPÍTULO IV: PLAN DE MARKETING

Producto

“IQUITOur’s”, será un aplicativo móvil para el sector turismo en la región Loreto, que permitirá al usuario reservar y pagar los paquetes turísticos que la app ofrece, allí se podrá encontrar diversas rutas con actividades turísticas que les permitirá conocer la flora y fauna de la región Loreto y también podrán degustar los platos típicos.

A continuación, se mostrará la visibilidad el Aplicativo móvil:

Paquete 1: Full day.

- 9:30 a.m. Salida del hotel hasta el puerto Nanay.
- 10:00 a.m. Traslado del bote típico por el rio nanay.
- 11:00 a.m. Ver cruce de agua ríos nanay-amazonas.
- 11:30 a 12:30 p.m. Visitaremos el criadero de paiches, pirañas, caimanes, tortugas, loros, guacamayos, anacondas, y la famosa planta victoria regia.
- 12:30 a 2:00 p.m. Luego pasaremos al Ecological Jungle Trips a disfrutar del almuerzo de nuestros platos típicos de la región, como el tacacho con cecina, y su refresco de camu-camu.
- 2:00 p.m. a 4:00 p.m. Posteriormente visitaremos al grupo etnia de los “boras”
- 5:00 p.m. Finalmente retornaremos al puerto de nanay y al hotel donde daremos fin a la excursión del full Day.

Paquete #2: 2 días 1 noche.

Día 1

- 9:30 a.m. Recepción y recogida desde el hotel.

- 10:00 a.m. a 11:00 a.m. Traslado al puerto Bellavista-nanay donde embarcaremos a los turistas.
- Navegaremos por el majestuoso río Amazonas, la maravilla natural del mundo.
- Observaremos la unión de los ríos Amazonas, Itaya, Nanay y Momón.
- 11:30 a.m. llegada al Lodge.
- Check in en las habitaciones de Irapay Amazon Lodge, tiempo para caminar por las propiedades y disfrutar de la piscina.
- caminaremos por la selva donde podremos observar la flora y fauna.
- 12:00 m a 2:00 p.m. Tiempo de almuerzo
- 3:00 p.m. Realizaremos pesca y conoceremos la flora de la Amazonía.
- 6:00 p.m. Tiempo de cena
- 7:00 excursión en barco por la noche donde podremos escuchar los sonidos de la jungla.

Día 2

- 7:30 a 8:30 a.m. Tiempo de Desayuno
- 9:00 a.m. a 11:30 Incursionaremos en barco por el río Amazonas donde buscaremos el delfín rosado.
- 12:00 m a 2:00 p.m. Hora de almuerzo
- 3:00 p.m. Visitaremos el serpentario de Iquitos, ubicado a orillas del río nanay
- 5:00 p.m. Finalmente nos trasladaremos al hotel de estadía en la ciudad y daremos fin a el paquete turístico.

Paquete #3 Toma de Ayahuasca.

- 9:30 a.m. Recogida desde el puerto nanay hacia retiro Nihue Rao.
- 10:00 a.m. Ver cruce de agua ríos nanay-amazonas.

- 11:00 a.m. Llegada a retiro Nihue Rao
- 12:00 m a 1:00 p.m. Hora de almuerzo
- 3:00 p.m. Empezaremos a realizar la ceremonia del Ayahuasca
- 7:30 a.m. Al día siguiente retorno a la ciudad de Iquitos.

Precio

Para la determinación de nuestro margen de ganancia analizamos cuales serían nuestros posibles costos respecto a cada paquete que ofreceremos, para ello, primero se determinó los costos por paquete, posteriormente se resta con nuestro precio sugerido y finalmente se obtiene el total del margen de ganancia.

Tabla 11

Paquete #1: Full Day

Paquete #1: Full Day			
Embarque para 22 personas			
N°	MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.
1	Alquiler de transporte hasta el puerto nanay y retorno hacia el hotel de estadía.	1 unidad	S/7.00
2	Alquiler del bote (gasolina, salvavidas)	6 horas	S/120.00
3	Motorista	1 día	S/60.00
4	Guía	1 día	S/60.00
5	Contrato de entrada al criadero de paiches, etc.	1 unidad	S/10.00
6	Contrato de entrada al grupo etnias de "los boras"	1 unidad	S/10.00
TOTAL			S/.267.00

Análisis Comparativo	
Precio Sugerido	S/340.00
Costo	S/.267.00
Margen de Ganancia	S/.73.00

Tabla 12: Paquete #2: 2 días 1 noche

Paquete #2: 2 días 1 noche			
Lodge: Irapay Amazon Lodge			
Embarque para 22 personas			
N°	MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.
1	Alquiler de transporte hasta el puerto nanay y retorno hacia el hotel de estadía.	1 unidad	S/7.00
2	Alquiler del bote (gasolina, salva vidas)	4 horas	S/96.00
3	Motorista	1 día	S/60.00
4	Guía (2 días 1 noche)	1 día	S/60.00
5	Linterna	1 unidad	S/20.00
7	Caña de pescar	1 unidad	S/100.00
8	Entrada al serpentario	1 unidad	S/10.00
TOTAL			S/.353

Análisis Comparativo	
Precio Sugerido	S/.460.00
Costo	S/.353.00
Margen de Ganancia	S/.107.00

Tabla 13: Paquete #3: Toma de Ayahuasca

Paquete #3: Toma de Ayahuasca			
Lodge: Nihue Rao			
Embarque para 22 personas			
N°	MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.
1	Alquiler del bote (gasolina, salva vidas)	8 horas	S/192.00
2	Motorista	1 unidad	S/60.00
3	Guía	1 unidad	S/60.00
4	Comida	1 unidad	S/.20.00
4	Contrato de entrada Nihue Rao, para tomar la ayahuasca.	1 unidad	S/100.00
TOTAL			S/.432.00

Análisis Comparativo	
Precio Sugerido	S/.480.00
Costo	S/.432.00
Margen de Ganancia	S/.48.00

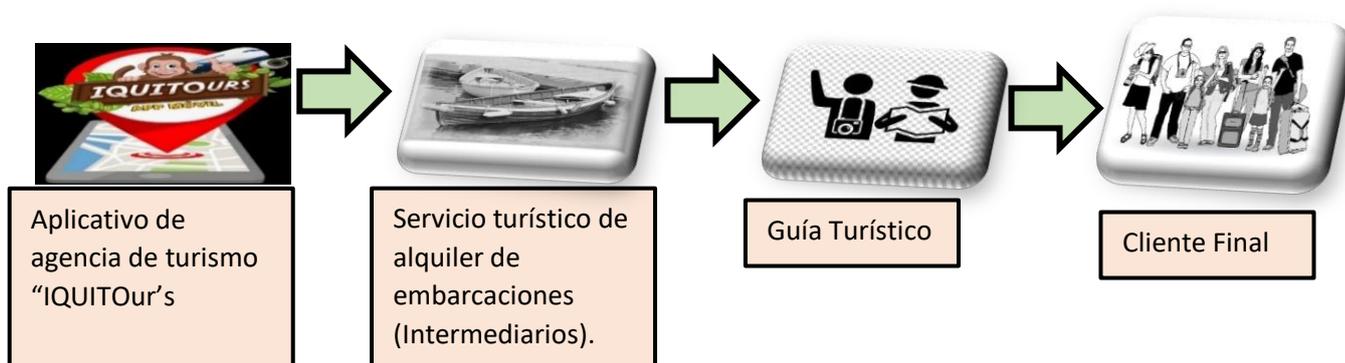
Plaza.

Nuestro aplicativo móvil estará disponible para celulares, laptops, computadoras, etc. que tengan la plataforma Play Store y Apple Store, de dicha forma vamos a aprovechar el gran posicionamiento de ambas plataformas en el mercado digital para lograr mayores descargas de nuestros usuarios, además usaremos plataformas como WhatsApp bussines, Facebook, Instagram, tik tok y correos electrónicos para lograr posicionarnos y dar a conocer de nuestro aplicativo móvil.

Nuestro canal de distribución será de forma indirecta ya que para llegar al cliente final contaremos con intermediarios, como, por ejemplo: los botes de traslados a las diferentes rutas turísticas serán alquiladas y no pertenecientes a la empresa “Iquitour’s”, como también los guías turísticos serán contratados por ruta o por días de trabajo. Realizar una distribución Indirecta es lo más factible para nuestra empresa, ya que aún estaríamos empezando y no se contará con una considerable afluencia de clientes.

Figura 13

Canal de Distribución



Promoción.

Nuestras promociones se ofrecerán en fechas especiales cuando haya más afluencia de turistas, sobre todo en las épocas más visitadas que son en la vaciante, ya que al haber playas en los alrededores de la ciudad los turistas hacen más reservaciones de Tours a diferentes lugares para sus recorridos, en los meses de junio, julio y agosto para los turistas extranjeros, teniendo en cuenta que esas fechas visitan más la ciudad, y para los turistas nacionales en las fechas festivas como, en enero, que es el aniversario de Iquitos, en junio, que es la fiesta patronal de San Juan Bautista, en julio, para las fiestas patrias y diciembre, que son las fiestas de fin de año, por tanto, se pretende que en estas fechas se hagan diferentes promociones a través de las plataformas virtuales de la empresa en sus redes sociales tales como son: WhatsApp Business, Facebook, Instagram y tik tok, para poder llegar a nuestro público objetivo de una manera más fácil y ellos puedan volver a adquirir nuestros servicios.

Costo de Promoción:

❖ Creación de logo	S/. 120.00
❖ Pago por creación de spot publicitario	S/. 100.00
❖ Publicación de spot publicitario en Facebook Marketplace al día	S/. 3.81

Tabla 14

Plan Promocional

Meses que se harán las promociones	Tipos de promociones	En qué consistirá el tipo de promoción	Costo del paquete de producción de las promociones
❖ Enero	Paquetes promocionales (Cupones)	A los clientes más frecuentes se les dará una tarjeta para que acumulen de 5 a 10 puntos que equivaldría a 2% y 3% para el descuento en una reserva de viaje	Paquete normal S/. 340.00 Paquete con descuento $S/.340*2\%=6.8$ $S/. 340-6.8= \text{Total}=S/.333.2$ $S/.340*3\%=10.2$ $S/. 340-10.2= S/.329.8$
❖ Junio	Descuentos	Si el cliente publica una vez por semana nuestra publicidad en sus redes sociales por 6 meses recibirá un descuento del 2% de su paquete.	Paquete normal $S/. 340*2\%= 6.8$ $S/. 340-6.8 = S/333.2$ Paquete con descuento S/. 333.2
❖ Julio	Premios	Premiar a nuestros clientes que promuevan la marca “Perú” en sus redes sociales usando nuestra app con un día de recorrido gratis.	Paquete normal S/. 340.00 El costo del premio sería de S/.340.00
❖ Agosto	Descuentos	Por cada referido que haga nuestro cliente leal, se le descontará un 2% de su reserva.	Paquete normal $S/.340.00*2\%=6.8$ $S/. 340.00-6.8 = S/.333.2$ Paquete con descuento S/. 333.2
❖ Diciembre	Premios	Premiar la valoración de los usuarios con puntos acumulativos con un paquete turístico a fin de año.	Costo del paquete S/. 340.00 Costo del premio S/. 340.00

Persona

Ingeniero de Sistemas (Creación del producto)

❖ Funciones:

- ✓ Se encargará de la creación del aplicativo y el mantenimiento de este.
- ✓ El ingeniero de sistemas se encargará de indagar y proponer artefactos, diseñar métodos y proponer herramientas suficientemente eficaces para construir un sistema adecuado para la empresa, además desempeñará algunos roles como: evaluar el estado del sistema y proporcionar un mantenimiento cuando esté lo requiera.

❖ Requisitos:

- ✓ Título universitario
- ✓ especialización en diseñar aplicaciones móviles.

Figura 14: Uniforme del Ingeniero de Sistemas



Personal de Atención al Cliente (asesoramiento, ventas y reservaciones)

❖ Funciones:

- ✓ Recepción de las llamadas de los clientes, para dar a conocer más a detalle el lugar que quiera visitar el turista, como, por ejemplo: el costo de los hoteles y sus promociones, cuántos días hará dicha reserva, cuál paquete le conviene más

al cliente, qué fecha será su reserva, que lugares estarán aptos para poder ser visitados, etc.

❖ Requisitos:

- ✓ Deberá contar con certificación técnica en secretariado Ejecutivo computarizado.
- ✓ Persona carismática (o) y ser muy amable con los clientes.

❖ Vestimenta:

- ✓ Deberá usar un polo o camisa blanca con el logo de la empresa y pantalón jeans de preferencia.

Figura 15: *Uniforme del Personal de Atención al Cliente*



Departamento de guías (Traslados y Excursiones)

El guía turístico será el encargado de prestar los servicios de asistencia, acompañamiento, información e interpretación en lengua inglesa y español al turista acerca de las costumbres, la cultura de la flora y fauna de la ciudad, de forma interactiva, descifrando cualquier duda que ellos tengan, de modo que se sientan atendidos en todo momento.

❖ Requisitos:

- ✓ Dominar al menos 1 idioma extranjero (inglés)
- ✓ Contar con Carnet de Guía oficial de turistas
- ✓ Buena dicción, voz clara y habilidades de comunicación
- ✓ Experiencia mínima de tres (3) meses

❖ Vestimenta:

- ✓ Polo con diseño de la cultura etnia “los boras”, chaleco con el logo de la empresa IQUITOUR’s y pantalón jeans o bermuda.

Figura 16: Uniforme del Departamento de guías



Programa y pronóstico de ventas

Según la publicación del Mincetur, la región Loreto tuvo un total de arribos de 87,460 en el año 2021, que en su mayoría fueron de nacionalidad de EE. UU y en segundo lugar España, así mismo, la región Loreto tuvo una población de turistas nacionales de 436,005 en el año 2021, que vendría a ser un total de 523,465 de la demanda estimada del segmento posible del mercado según el INEI, siendo su crecimiento anual poblacional del 1,0%, según el último censo del 2017.

Mediante la pregunta número 2 de la encuesta, se puede concluir que el 81.5% de usuarios cuentan con un celular Smartphone, haciendo de la demanda según la población por los usuarios que cuentan con Smartphone es un total de 426,624. Las personas encuestadas que visitaron la ciudad de Iquitos fue un total de 71%. Las personas que usan Smartphone y visitaron la ciudad de Iquitos dio una totalidad de 302,903. Las personas que compran por internet son un total de 32%, lo que vendría a ser la demanda total de las personas que compran por internet un 96,929. Según la encuesta de Promperú del 2021 el 1,9% de los turistas que compran por internet realizan turismo frecuentemente en Iquitos, teniendo una totalidad de 1,842 turistas con estas características antes mencionadas visitan la ciudad de Iquitos que son los que hacen uso de Smartphone, visitaron Iquitos y hacen compras por internet.

Venta Total Estimada del Mercado

En cuanto a la participación estimada del mercado de agencias que venden paquetes turísticos a través de internet usando un Smartphone que usan aplicativos móviles por los precios sugeridos, teniendo en cuenta que la demanda se incrementará un 1% anualmente, se obtuvo un total de S/. 778,055.00 en el primer año siendo el 2023.

En el segundo año se estima vender S/. 785,836.00 del 2024, para el tercer año del 2024 se estima vender un total de S/. 793,694.00 para el cuarto año se estima vender S/. 801,631.00 para el quinto año del 2027 se estima vender S/. 809,647.00.

Demanda estimada de IQUITOUR's

Según el primer paquete de la demanda estimada entre los ocho competidores, teniendo en cuenta que la demanda anual se incrementará un 1,0% se estima vender entre los ocho competidores un total de 77 paquetes en el primer año del 2023, en el segundo año del 2024 un total de 77 paquetes, en el tercer año del 2025 un total de 78 paquetes, en el cuarto año 2026 un total de 79 paquetes y en el quinto año 2025 se estima vender un total de 80 paquetes entre los competidores.

Venta estimada de IQUITOUR's

En la venta estimada de Iquitour's se hará un cálculo en base a la demanda de los resultados de nuestros ocho competidores por los precios sugeridos de nuestra empresa, según los datos brindados de nuestra fuerza de Michael Porter, teniendo en cuenta que cada valor crecerá un 1,0% anualmente, en el primer año del 2023 se estimó un total de S/. 97,257.00 en el segundo año del 2024 se estimó un total de S/. 98,299.00 en el tercer año del 2025 se estimó un total de S/. 99,212.00 en el cuarto año del 2026 se estimó un total de S/. 100,204.00 y en el quinto año del 2027 se estimó un total de S/. 101, 206.00.

Tabla 16:**Pronóstico de Ventas**

PRONOSTICO DE LAS VENTAS		2,023	2,024	2,025	2,026	2,027
Demanda estimada (Segmentación)		523,465	528,700	533,987	539,327	544,720
Crecimiento Poblacional anual INEI		1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%
% Uso smarthphone		81.50%	81.50%	81.50%	81.50%	81.50%
Demanda uso de smarthphone		426,624	430,890	435,199	439,551	443,947
% Visita a Iquitos		71%	71%	71%	71%	71%
Demanda Visita a Iquitos		302,903	305,932	308,991	312,081	315,202
% Compra por Internet		32%	32%	32%	32%	32%
Demanda de compra por internet		96,929	97,898	98,877	99,866	100,865
%Frecuencia de Turismo a Iquitos 2021		1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%
Frecuencia de Turismo a Iquitos 2021		1,842	1,860	1,879	1,897	1,916
	% Participación	DEMANDA EN EL MERCADO				
Paquete #1: Full Day	33.3%	613	619	626	632	638
Paquete #2: 2 días y 1 noche	33.3%	613	619	626	632	638
Paquete #3: Ayahuasca	33.3%	613	619	626	632	638
Precio Sugerido	Precio Venta	VENTA ESTIMADA TOTAL DEL MERCADO				
Paquete #1: Full Day	S/ 333.30	S/204,403	S/206,447	S/208,511	S/210,596	S/212,702
Paquete #2: 2 días y 1 noche	S/ 455.90	S/279,590	S/282,385	S/285,209	S/288,061	S/290,942
Paquete #3: Ayahuasca	S/ 479.50	S/294,063	S/297,003	S/299,973	S/302,973	S/306,003
Venta Estimada Anual en el Mercado		S/778,055	S/785,836	S/793,694	S/801,631	S/809,647
		DEMANDA ESTIMADA IQUITOURS				
Paquete #1: Full Day		77	77	78	79	80
Paquete #2: 2 días y 1 noche		77	77	78	79	80
Paquete #3: Ayahuasca		77	77	78	79	80
Competidores en el Mercado		8	8	8	8	8
		VENTA ESTIMADA IQUITOURS				
Paquete #1: Full Day	S/ 333.30	S/25,550	S/25,806	S/26,064	S/26,325	S/26,588
Paquete #2: 2 días y 1 noche	S/ 455.90	S/34,949	S/35,298	S/35,651	S/36,008	S/36,368
Paquete #3: Ayahuasca	S/ 479.50	S/36,758	S/37,125	S/37,497	S/37,872	S/38,250
Venta Estimada Anual		S/97,257	S/98,229	S/99,212	S/100,204	S/101,206

CAPÍTULO V: PLAN DE OPERACIONES

Producción de bienes y servicios (en función al plan de marketing)

Según los resultados de la demanda estimada que nos brindó el pronóstico de ventas del 2023 del primer año, serán aproximadamente 77 paquetes turísticos anuales, 6 paquetes turísticos mensuales y 2 paquetes turísticos semanales; en el segundo año 2024 las ventas aproximadas serán de 77 paquetes anuales, 6 paquetes turísticos mensuales y 2 paquetes turísticos semanales; las ventas aproximadas del tercer año 2025 serán 78 paquetes turísticos anuales, 7 paquetes turísticos mensuales y 2 paquetes turísticos semanales; en el cuarto año del 2026 las ventas serán aproximadamente de 79 paquetes turísticos anuales, 7 paquetes turísticos mensuales y 2 paquetes turísticos semanales; en el quinto año las ventas serán aproximadamente de 80 paquetes turísticos anuales, 7 paquetes turísticos mensuales y 2 paquetes turísticos semanales.

ANUAL					
Producto	2023	2024	2025	2026	2027
Paquete #2: Full Day	77	77	78	79	80
Paquete #2: 2 días 1 noche	77	77	78	79	80
Paquete #3: Ayahuasca	77	77	78	79	80

MENSUAL					
Producto	2023	2024	2025	2026	2027
Paquete #2: Full Day	6	6	7	7	7
Paquete #2: 2 días 1 noche	6	6	7	7	7
Paquete #3: Ayahuasca	6	6	7	7	7

SEMANAL					
Producto	2023	2024	2025	2026	2027
Paquete #2: Full Day	2	2	2	2	2
Paquete #2: 2 días 1 noche	2	2	2	2	2
Paquete #3: Ayahuasca	2	2	2	2	2

Los procesos de producción (en función a los atributos del producto o servicio)

Figura 17: Reservación de paquetes turísticos

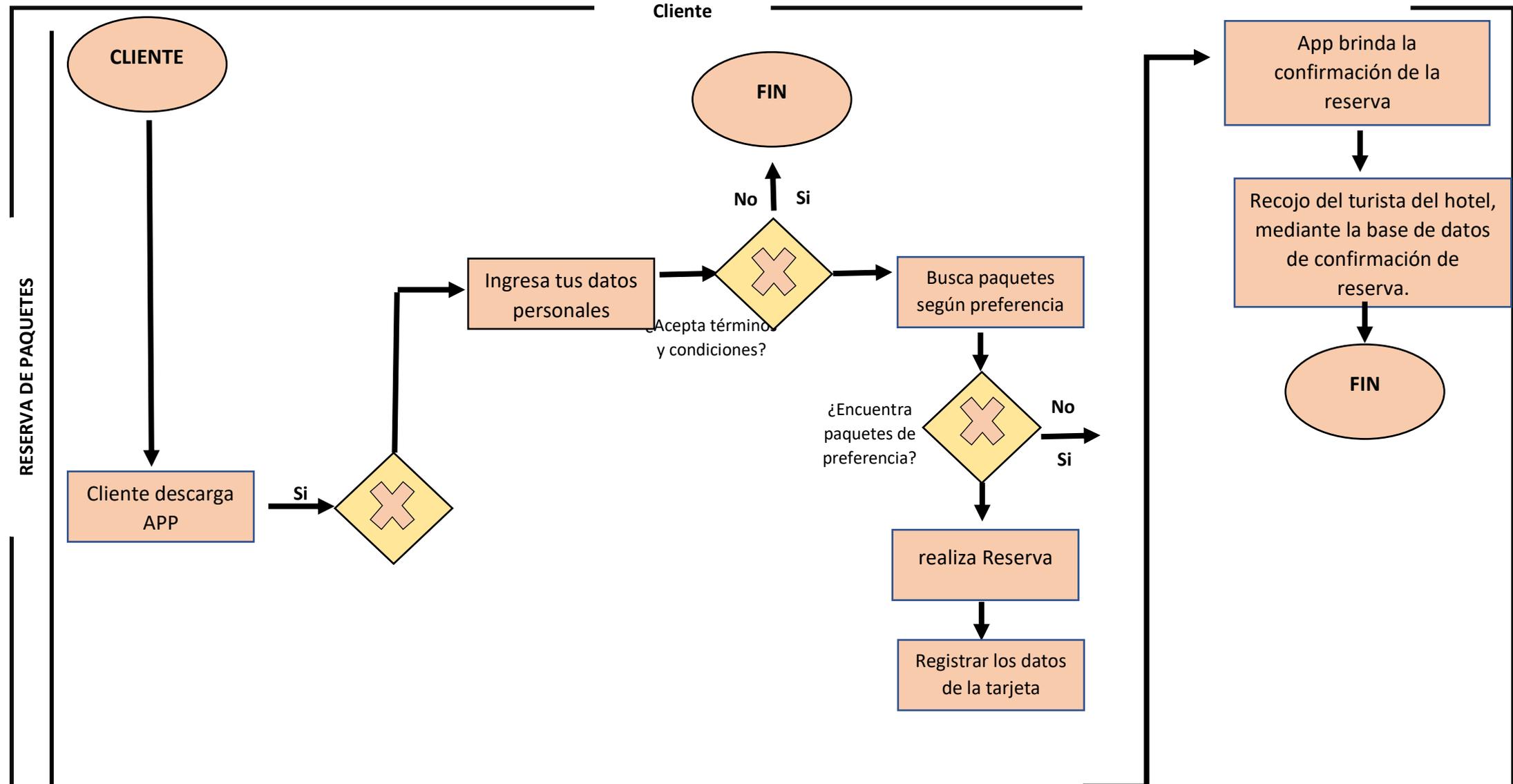
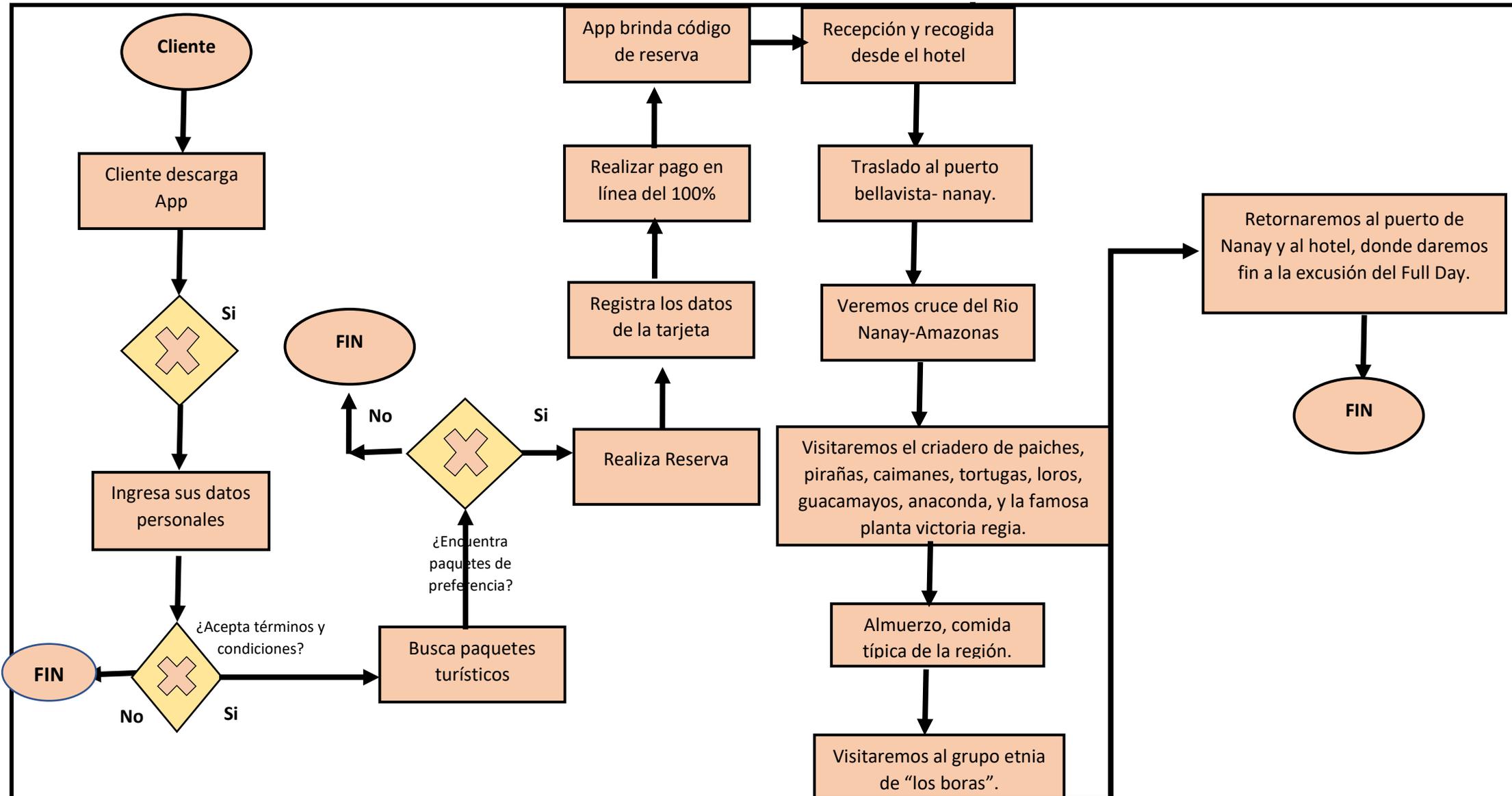


Figura 18: PAQUETE #1: Full Day



Logística de Entrada

Mediante la logística de entrada (interna), se encuentra el mantenimiento y actualización del aplicativo móvil, la implementación del hosting y el dominio y finalmente el almacenaje de todo los datos y programadores, todo este proceso se hace internamente en la empresa para poder ofrecer un servicio de calidad, de dicha forma obtendremos más ventas.

Infraestructura de la empresa:

La empresa brindará un servicio virtual, por ende, solo se contará con una pequeña sala de oficina para coordinar y atender los procesos operativos del negocio; estará ubicado en la calle: Brasilia con San Antonio #591. Además, para realizar la distribución del espacio de la oficina, se tomará en cuenta a 4 personas para que puedan desarrollar sus funciones en un ambiente adecuado. Los materiales para la implementación de la oficina serán adquiridos 50% de nuestro capital propio y 50% del préstamo a una entidad financiera.

Administración de recursos humanos:

Para desarrollar este proceso de una manera óptima y eficiente, en donde ahorremos tiempo y dinero, Iquitour's pretende tercerizar dicho proceso mediante una consultora. A ello se suma que las consultoras de RR-HH tienen una amplia experiencia en dicha área y nos proporcionará la reducción de costos operativos, Control de contingencia frente a organizaciones reguladores, manejo efectivo del tiempo y resultados certeros a la hora del reclutamiento y selección del personal, entre otros.

A continuación, se mostrará el proceso del reclutamiento del personal:

❖ Reclutamiento de personal:

Para llevar a cabo este proceso, primero la consultora deberá realizar una tabla de evaluación, mediante ello va a permitir conocer al postulante y analizar si cumple con las actitudes y aptitudes que se requiere para el puesto de trabajo.

Una vez ya seleccionado a los postulantes, la consultora les llamará para realizar la primera entrevista personal para corroborar sus datos mediante su Curriculum Vitae y realizar un estudio más exhaustivo.

❖ Selección de personal:

La consultora filtrará a IQUITOUR's a los candidatos seleccionados que han cumplido con todos los requisitos para ocupar el puesto de trabajo; posterior a ello, el gerente general será el encargado de realizar el filtro final de todos los postulantes.

❖ Contratación de personal:

Con respecto a la contratación, el postulante será contratado por 1 año, pero, primero deberá pasar por un periodo de prueba de 3 meses, y será constantemente evaluado según el perfil de puesto que ocupe.

❖ Capacitación de Personal:

Según el puesto que ocupe, el trabajador contará con cursos cortos especializados en su campo, además, se realizarán capacitaciones de atención al cliente cada 3 meses.

Desarrollo de tecnologías:

Cuando las actividades son tecnológicas, por las cuales, cuyas razones se debe mejorar los procesos; por un lado, trabajando a la racionalización y por otro lado, aplicando la tecnología mediante nuevos programadores como la empresa MYSQL, que es un

sistema de gestión de base de datos, dicho sistema nos ayudará a optimizar tiempo y recursos.

Compras

Para la obtención de compras de los equipamientos que se necesitará, se pretende contar con el servicio y productos de los mejores proveedores en la ciudad de Iquitos, es por ello por lo que, uno de nuestros principales proveedores será la empresa Coolbox, ubicada en Jr. Próspero # 259, este se encargará de brindarnos los equipos de cómputo útiles para la empresa (Impresoras, CPU, monitor, mouse, entre otros). También se necesitará el mantenimiento de dichos equipos de cómputo, para ello la empresa Ungurahui Computer, ubicado en Huallaga # 570, nos proporcionará sus servicios de mantenimiento.

Además, la empresa multimuebles Perú, nos proveerá la mueblería como: escritorios, sillas, etc. para el correcto funcionamiento de nuestro centro de operaciones; finalmente la empresa “Hostinger” nos brindará sus servicios para crear nuestros respectivos hosting y dominio.

Almacenamiento

En este punto se pretende transformar la materia prima en el producto final, para luego poder subirlo a las tiendas virtuales, antes de ello se realizará una prueba piloto de nuestro aplicativo móvil para probar su funcionalidad y eficacia, luego la empresa contactará a las tiendas de App Store y Play Store para que nos permitan el acceso a sus plataformas y conocer sus condiciones y políticas de uso y descargas de apps y por último, se realizará la captación de nuestros proveedores y nuestros socios claves que requiere la empresa.

Logística de salida

Productos terminados

En este punto destacan los servicios que ofrece el aplicativo móvil fuera del sitio de producción, que contribuye a dotarlo de más valor, en ella se encuentra todas las solicitudes que realizan los clientes para reservar sus paquetes turísticos mediante la app.

También la facturación de la orden de solicitud de reserva y finalmente correos de confirmación que dicha reserva fue realizada con éxito.

Despacho y distribución

La distribución de nuestro servicio será de forma indirecta, de dicha forma reduciremos nuestros costos, ya que para llegar al cliente final contaremos con intermediarios como, por ejemplo: los botes de traslados a las diferentes rutas turísticas serán alquiladas y no pertenecientes a la empresa “Iquitour’s”, así también, los guías turísticos serán contratados por ruta o por días de trabajo. Realizar una distribución Indirecta es lo más factible para nuestra empresa, ya que aún estaríamos empezando y no se contará con una considerable afluencia de clientes.

Marketing y ventas:

En esta área se manejará la publicidad y aquellas actividades destinadas a ofrecer un buen servicio a los usuarios. Crearemos un fan Page mediante Facebook, siendo este una de las redes sociales más importantes del Perú, en dicha plataforma publicaremos promociones, informaciones y paquetes de turismo de la app. Además, estas publicaciones también se darán mediante tik tok y WhatsApp. También se realizará el marketing mediante empresas asociadas,

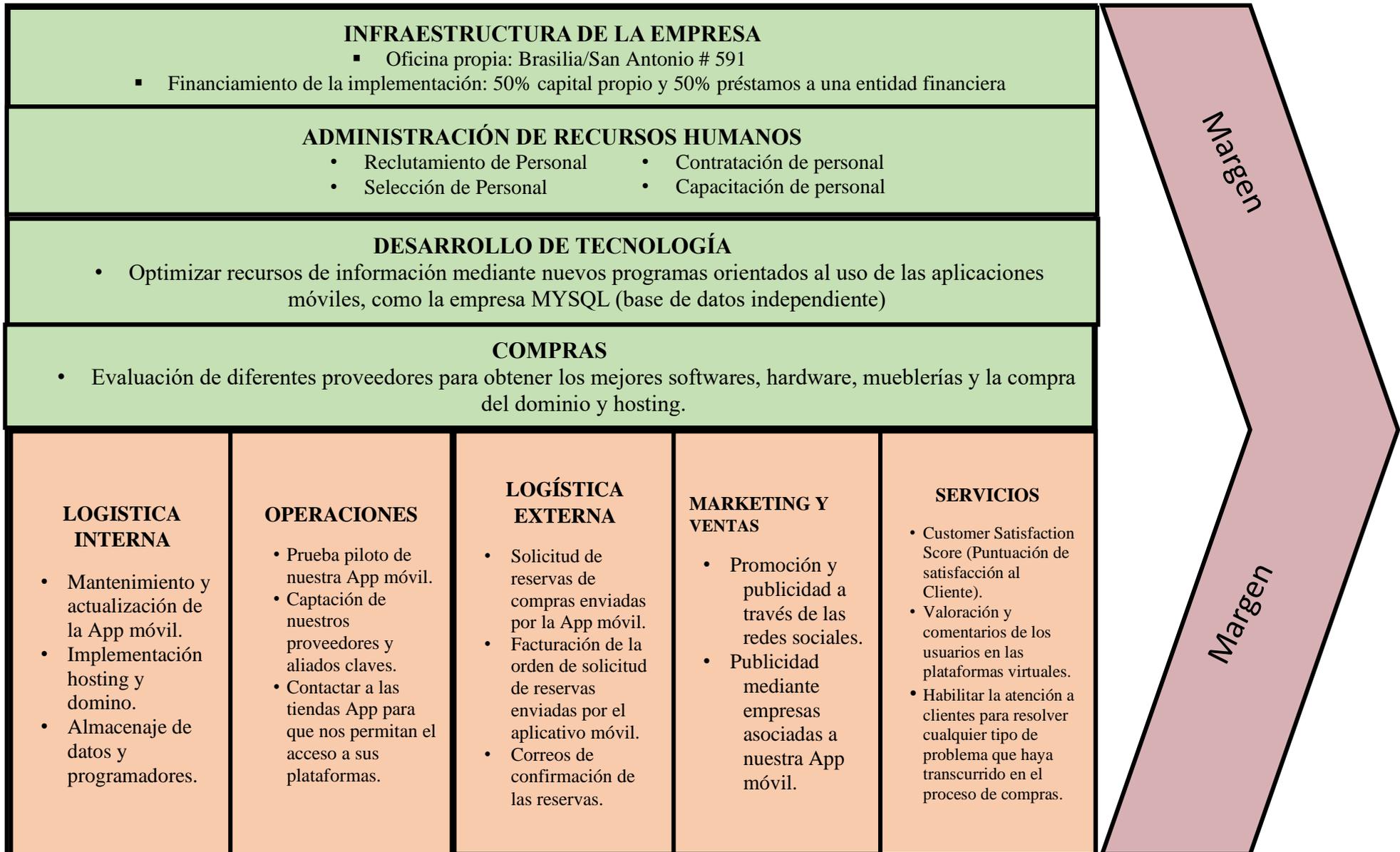
en la cual se mostrarán banners, volantes, que se puedan entregar a los clientes de esas empresas.

Servicio:

Este servicio se ofrecerá después de la venta de los paquetes para monitorear que las condiciones del servicio vendido hayan sido óptimas y poder fidelizar a nuestros clientes. El aplicativo móvil contará con la opción de calificar el servicio mediante un indicador llamado Customer Satisfaction, que consiste en realizar una pregunta cerrada y calificarnos con un rango del 1 al 5. Los usuarios podrán dejar sus comentarios post venta en las tiendas virtuales por donde hayan descargado la app. Además, se habilitará una línea telefónica por donde nuestros usuarios tendrán la opción de realizar sus reclamos u otros.

Figura 19:

Cadena de Valor



CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Estructura de la organización

La empresa IQUITOUR'S por ser una empresa nueva optará por tener una política de organización horizontal, que es la manera como los dueños se dirigirán a sus trabajadores, ya que es más fácil tener un contacto directo con los puestos de alta jerarquía hacia los puestos más simples de ejecutar, haciendo reuniones periódicas para que cada uno de ellos puedan dar su opinión personal y se torne más interactivo, así se podrá saber directamente en que área se está fallando en la empresa y poder implementar una mejora continua, de tal modo, que la empresa pueda dar un mejor servicio y sea competitiva en el rubro del sector turismo, lo que hace que el desarrollo de las actividades sean más fáciles de manejarlas sin tanto formalismo de la burocracia, teniendo en cuenta que la empresa por ser nueva no contará con muchos puestos de trabajo, así como también alguno de los puestos serán tercerizados, por lo que será más fácil emplear esta modalidad de organización en la empresa. (SCHMITMAN, 2019)

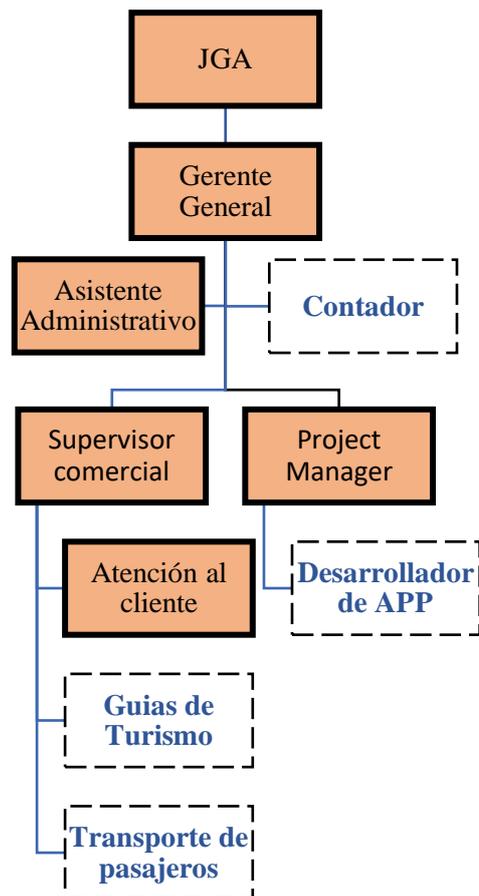
Plan de Gestión del Talento

Organigrama

Mediante el organigrama se podrá observar de forma esquemática las áreas que integran las líneas de los puestos jerárquicos, lo cual presenta al personal responsable de cada departamento en la empresa; contará con seis puestos: JGA, Gerente General, asistente administrativo, supervisor comercial, atención al cliente y un Project Manager. Además, se decidió tercerizar los servicios de un contador, guías de turismo, transporte de pasajeros y desarrollador de App.

A continuación, se mostrará la estructura organizacional de la empresa, compuestas por lo siguiente:

Figura 20: Organigrama de la Empresa



Principales Funciones que se Requieren en el Negocio

Es fundamental para la empresa realizar y plantear a detalle cada una de las áreas de trabajo. Además de todos los requisitos que se pretende obtener de los candidatos para ocupar algunos de los puestos solicitados. Cualquier persona que trabaje en una organización debe contar con un documento que tenga claro cuáles son sus funciones específicas, cuáles son sus objetivos al desempeñar dichas funciones y cuáles son los indicadores que debe alcanzar, con esta información a mano el colaborador puede tener mayor claridad de lo que se espera de él y pueda producir con mayor eficiencia. Además, realizar una descripción de puesto bien definida va a generar mayor armonía de trabajo, donde cada quien tiene claro lo que debe hacer o el rol que debe asumir, también facilitará el proceso de reclutamiento, ya que contiene el perfil del candidato idóneo para cada puesto de trabajo.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Gerente General
Jefe inmediato	Junta General de Socios accionistas
Número de personas en el cargo	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Administrar, Planificar, dirigir y organizar. ❖ Elaborar el plan estratégico de la empresa. ❖ Definir las estrategias financieras de la empresa. ❖ Asignar el presupuesto de cada área. ❖ Desarrollar la metodología de trabajo y el manual de procesos de cada área. 	
Requisitos de Educación	Título Administrativo de Empresas o Finanzas
Requisitos de Experiencia	Dos años (2) en experiencia en cargos administrativos
Otros requisitos	Analítico, estratégico, con habilidades de trabajar bajo presión.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Asistente Administrativo
Jefe inmediato	Gerente General
Número de personas en el cargo	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planificar reuniones y escribir cada detalle ❖ Planificar y programar citas ❖ Atender llamadas ❖ Distribuir los documentos de las diferentes áreas de la empresa. ❖ Comunicar las decisiones de la junta de accionistas ❖ Control de emisión de boletas y facturas. 	
Requisitos de Educación	Título técnico o profesional en administración
Requisitos de Experiencia	Dos años (2) en experiencia en áreas similares
Otros requisitos	Trabajar en equipo, ser responsable, buen comunicador, trato amable.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Contador
Jefe inmediato	Gerente General
Número de personas en el cargo	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Declarar los ingresos y egresos de la empresa ante el estado. ❖ Control y registro de la compra y venta de las existencias. ❖ Verificar la emisión de los comprobantes de venta. ❖ Verificar las guías de remisión y las ordenes de pedido ❖ Calcular y verificar los estados financieros de la empresa. ❖ Declaración de los tributos de IGV y Renta. ❖ Declaración de pagos para los trabajadores. 	
Requisitos de Educación	Tener una licenciatura en contaduría pública.
Requisitos de Experiencia	Un año (1) de experiencia
Otros requisitos	Manejo de computación y tecnología, buen razonamiento matemático.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Supervisor Comercial
Jefe inmediato	Gerente General
Número de personas en el cargo	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Preparar los objetivos para el pronóstico de ventas, semanal y diario. ❖ Visitar a nuestros aliados estratégicos y negociar con nuestros proveedores. ❖ Revisar el avance de ventas semanal con respecto al mes. ❖ Motivar las fuerzas de ventas. ❖ Analizar e identificar oportunidades de mercado. 	
Requisitos de Educación	Egresado de Marketing, publicidad o administración
Requisitos de Experiencia	Dos años (2) en áreas similares
Otros requisitos	Ser estratégico, organizar grupos de trabajo, destacar en las reuniones con los clientes, ser sociable.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Atención al Cliente
Jefe inmediato	Supervisor Comercial
Número de personas en el cargo	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Hacer seguimiento de las consultas de nuestros usuarios. ❖ Brindar atención proactiva ❖ Tomar nota de los pedidos o reservas que se realizaren por internet. ❖ Brindar a los usuarios información sobre los paquetes turísticos, rutas y horarios disponibles de la app. ❖ Responder las inquietudes de los clientes, respecto a las funciones de nuestro aplicativo móvil. ❖ Comprender las necesidades de nuestros usuarios. 	
Requisitos de Educación	Secundaria Completa
Requisitos de Experiencia	Seis meses (6) en experiencia en atención al cliente
Otros requisitos	Comunicación clara, tener vocación de servicio, permanecer en calma y saber lidiar con los usuarios, tener una personalidad amigable, cumplir con los objetivos trazados.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Guía de Turismo
Jefe inmediato	Supervisor Comercial
Número de personas en el cargo	Dos (2)
Funciones	
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dirigir, informar, Recrear, animar y conducir a los turistas con el fin de dar a conocer las rutas de los paquetes turísticos. ❖ Recepción de los visitantes nacionales y extranjeros. ❖ Asistencia a los turistas (Primeros Auxilios) ❖ Elaboración de informes o reportes de los tours. ❖ Control del grupo de visitantes, en cuanto a regulaciones, restricciones o precauciones necesarias en el desarrollo de la actividad dentro del recorrido.
Requisitos de Educación	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dominar al menos 1 idioma extranjero (inglés) ❖ Contar con Carnet de Guía oficial de turistas ❖ Buena dicción, voz clara y habilidades de comunicación
Requisitos de Experiencia	Deseable contar con tres (3) meses de experiencia.
Otros requisitos	Honestidad, responsabilidad, solidaridad, identidad Cultural.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Transporte de pasajero
Jefe inmediato	Supervisor Comercial
Número de personas en el cargo	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Embarque y desembarque de los pasajeros en los puertos designados. ❖ Salvaguardar la vida de los pasajeros. ❖ Verificar la capacidad adecuada de personas para subir al bote ❖ Constatar de llevar a bordo todos los implementos de seguridad (Salvavidas, etc.) ❖ Llevar los documentos en regla de vehículos motorizado vía fluvial. 	
Requisitos de Educación	Expertos en el sector de embarcaciones
Requisitos de Experiencia	Experiencia de dos (2) años en el sector
Otros requisitos	Ser honestos, responsables, comprometidos al servicio que nos brindan.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Project Manager
Jefe inmediato	Gerente General
Número de personas en el cargo	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liderar un equipo para lograr los objetivos de la empresa. ❖ Coordinar las partes implicadas de proyecto, así como el tiempo asignado al proyecto. ❖ Controlar los diferentes recursos que se empleará en el proyecto, así como, tiempo, monetarios y humano. ❖ Gestionar la calidad en el proyecto, ver el cronograma de tiempo. ❖ Aplicar un estándar para dirigir los proyectos como: Integración, alcance, calendario, costos, calidad, riesgos y personas. 	
Requisitos de Educación	Certificación Máster en Project Management
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años de experiencia
Otros requisitos	Capacidad de motivar y guiar al equipo a cumplir el objetivo del proyecto.

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Desarrollador de App
Jefe inmediato	Project Manager
Número de personas en el cargo	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Crear el aplicativo móvil ❖ Convertir las necesidades del cliente en requisitos técnicos ❖ Desarrollar API para hacer más funcional el aplicativo móvil ❖ Garantizar la coherencia entre el aspecto funcional y el técnico. ❖ Trabajar con la funcionalidad del diseño del aplicativo móvil. 	
Requisitos de Educación	Licenciatura en tecnología y/o sistemas de información
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años de experiencia
Otros requisitos	Creación de distintos aplicativos móviles, prestar atención al más mínimo error.

Políticas y Estrategias para la Administración del Talento

Atracción y Selección del Talento

Para el inicio de nuestras operaciones se ha considerado que este proyecto contará con 10 posiciones: La JGA que serán los inversionistas de dicho proyecto, el cual tendrá bajo su cargo al Gerente General y será asumido por un personal previamente seleccionado y capacitado, un asistente administrativo que se encargará de gestionar algunos procesos administrativos, además se contará con la tercerización del área de contabilidad. También se contará con un supervisor comercial, que tendrá bajo su mando al área de atención al cliente se tercerizará la contratación de guías de turismo y transporte de pasajeros. Finalmente se encuentra el área de Project mánager que realizará la supervisión del área tercerizado de desarrollador del aplicativo móvil. A continuación, se mostrará algunos de los puntos más relevantes para el proceso de atracción y selección del talento:

A) Competencias Laborales:

Se pretende que todos los candidatos que postulen a las diferentes áreas de la empresa tengan compromiso en las labores designadas, responsabilidad, toma de decisiones, vocación y mucha empatía con cada uno de nuestros usuarios, de tal forma construiremos un ambiente de trabajo armonioso y eficiente. Algunas de las competencias que serán buscadas para los diferentes puestos son:

- **Intelectuales:**

Debe ser una persona indagadora, profunda con la toma de decisiones, original, deductivo y brillante, que sepa desenvolverse con fluidez y que tenga buen léxico de palabras cuando tengan que dirigirse a nuestros clientes; sobre todo que estén dotados con diferentes cualidades, lo cual permitirán fortalecer la capacidad resolutive, ya que se podrá identificar con facilidad insumos y recursos que pueden resolver situaciones particulares.

- **Personales:**

Ser honestos con los trabajos que se les asigna, ser puntuales y fomentar la ética y disciplina.

- **Interpersonales:**

Capacidad para establecer y mantener relaciones de trabajo amistosas y positivas, basada en la comunicación abierta, fluida y en el respeto por los demás.

- **Organizacionales:**

Para poder contribuir efectivamente al logro de la visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa, todo trabajador o aspirante debe tener actitud de servicio, comunicación, proactividad y trabajo en equipo.

- **Tecnológicas:**

Capacidad de utilizar equipos informáticos en la creación de informes, presentaciones, cartas, notas y otros documentos de oficina.

- **Empresariales o para la generación de empresa:**

Ser capaz de saber identificar y seleccionar posibles talentos que aporten un valor agregado a la empresa.

B) Construcción de Perfiles por competencias para el puesto:

Para el correcto funcionamiento de la empresa y obtener resultados eficaces, se debe plantear claramente todas actitudes y aptitudes que requerimos para cada uno de nuestros colaboradores, de tal forma se podrá cumplir con cada objetivo planteado.

- **Análisis de flujo de trabajo y diseño del puesto:**

Para poder especificar las actitudes, aptitudes y habilidades que requerimos para cada uno de los colaboradores, primero debemos detallar cuales son los procesos de cada área y especificar las funciones.

- **C) Descripción del puesto:**

Se pretende realizar el proceso de descripción de puesto detallado y minuciosamente, en ello se mostrará el salario de cada personal de trabajo, las políticas de la empresa, y las funciones detalladas de cada área.

- **D) Reclutamiento:**

Para desarrollar este proceso de una manera óptima y eficiente, en donde ahorremos tiempo y dinero, IQUITOUR's pretende tercerizar dicho proceso mediante una consultora. A ello se suma que las consultoras de RR-HH tienen una amplia experiencia en dicha área y nos proporcionará la reducción de costos operativos, Control de contingencia frente a organizaciones reguladores, manejo efectivo del tiempo y resultados certeros a la hora del reclutamiento, selección del personal, entre otros. A continuación, se mostrará los pasos para realizar el proceso de reclutamiento:

- **Publicar ofertas de trabajo en páginas confiables y reconocidas:**

Publicaremos las ofertas de trabajo en páginas como: indeed, bumeran, Compu trabajo, etc.

- **Selección de Personal:**

Previamente de la selección del personal, los candidatos pasarán por filtros, como, por ejemplo: Primero serán seleccionados y entrevistados por la consultora de

RR-HH, posterior a ello, pasar por la entrevista final con el Gerente General que será el encargado de seleccionar al personal capacitado para ocupar el puesto de trabajo.

Gestión del Desarrollo:

Mediante este proceso se pretende que los colaboradores se sientan en confianza con la organización y con otros miembros de la empresa, mediante dicho proceso se especificarán el proceso de capacitación, inducción y evaluación de desempeño.

- **Capacitación:**

Según el puesto que se ocupe, el trabajador contará con cursos cortos especializados en su campo, además, se realizará capacitaciones de atención al cliente cada 3 meses.

- **Inducción:**

Para desarrollar el proceso de inducción, se realizará post contratación que durará aproximadamente 5 horas, mediante dicho proceso se hará conocer las instalaciones de la empresa, como también la cultura organizacional, la misión, la visión y los valores. Además, se le informará cuáles serán sus beneficios laborales y resolver las inquietudes, preguntas o dudas que tengan.

- **Evaluación de desempeño:**

Cada año se analizará la gestión que se irá realizando a cada miembro de la organización, con una autoevaluación, esto nos va permitir identificar los errores e implementar un proceso de mejora.

Otra evaluación de desempeño sería la siguiente: Cuando se finalice un tour, se brindará a los turistas una encuesta de satisfacción mediante el aplicativo móvil, es decir, por medio de dicha encuesta el turista evaluará el nivel de satisfacción del servicio brindado por el guía de turismo.

Compensaciones y beneficios:

Mediante este proceso IQUITOur's, realizará la retribución, premios o reconocimiento por los servicios que cada uno de nuestros trabajadores nos brinden, este proceso es fundamental en la gestión de los trabajadores en términos de retribución, retroalimentación o reconocimiento de su desempeño en la organización. A continuación, se presentará la estructura:

- **Compensación Directa:**

Esta compensación está compuesta por: Los salarios, premios, comisiones o bonos.

- **Compensación Indirecta:**

Esta compensación está compuesta por: planes de incentivos, gratificación, horas extras, etc.

Tabla 17: *Compensaciones y beneficios*

Compensación Directa	Compensación Indirecta
<ul style="list-style-type: none"> • Se asignará a cada área de la empresa un objetivo empresarial, y si en caso se cumple, los colaboradores de dicha área recibirán permios. • Se le entregara un premio sorpresa al trabajador más destacado del mes. • Salario 	Beneficios Sociales Legales
	<ul style="list-style-type: none"> • Gratificación por fiestas patrias. • Vacaciones por 30 días, durante el año. • Seguro de Salud • Plan de jubilación.
	Beneficios Sociales de empresa.
	<ul style="list-style-type: none"> • Se les permitirá no asistir a trabajar por el día de su onomástico. • Si se requiere el servicio de horas extras de algún trabajador, se les brindará un monto adicional por las horas de trabajo.

Cultura y Clima Laboral:

Mediante este proceso la empresa busca implementar estrategias para que nuestros colaboradores desempeñen sus funciones en un excelente clima laboral y bajo una cultura organizacional. De tal forma los trabajadores se sentirán en un ambiente agradable y podrán desempeñar sus funciones de una manera eficaz.

- **Cultura Organizacional:**

Como organización se pretende crear una cultura organizacional clara y específica, en donde daremos a conocer nuestros valores, hábitos, creencias y todo ello deberá ser asumida y respetada por todos nuestros trabajadores.

- **Clima Laboral:**

Es el ambiente en el cual los colaboradores podrán desempeñar sus funciones, cabe mencionar que crear un ambiente sano, agradable, implica mucho en las emociones de los colaboradores, lo cual implica en la forma en como ellos desarrollara cada una de sus obligaciones.

A continuación, se mostrarán las acciones que se tomarán para mejorar el clima laboral.

✓ **Crear un entorno físico agradable:**

Crear un entorno pensante desde el diseño de las ideas puede ser un gran cambio.

✓ **Impulsar el compromiso Social:**

Acercamiento a la comunidad y al medio ambiente permite a las personas conocerse mejor y además pueden comprender la visión de la organización en temas como: la responsabilidad social empresarial.

✓ **Actualizar las herramientas tecnológicas:**

A nadie le gusta lidiar con problemas técnicos, ni quedarse atrasados con la tecnología, la gente se siente valorada cuando se les permite trabajar acompañando las últimas tendencias.

La Planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones

En este cuadro podemos observar los salarios mensuales de todos los trabajadores, por las horas laboradas teniendo en cuenta los beneficios, bonos, gratificaciones y derechos de vacaciones, utilidades y seguro de salud, según al régimen tributario al que pertenezca la empresa el (RER) y grupo de pensiones al cual este afiliado el trabajador. Todo trabajador, así como tiene derecho también tiene obligaciones de hacer aportes a su seguro, lo cual será descontado de su sueldo, Véase en el siguiente cuadro:

Tabla 18: Planilla de la Empresa

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO U OCUPACIÓN	ASIGNACIÓN FAMILIAR	INGRESOS DEL TRABAJADOR			TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA	RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR							REMUNERACIÓN NETA	APORTACION DEL EMPLEADOR	
			SUELDO BÁSICO	ASIGNACIÓN FAMILIAR	OTROS		SNP/AFP	ONP/SNP	SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP				TOTAL DESCUENTO		ESSALUD	TOTAL APORTES
									APF	APORTE OBLIGATORIO	COMISIÓN % SOBRE R. A.	PRIMA DE SEGURO				
PERSONA 1	Gerente General	NO	2,400.00			2,400.00	AFP	-	INTEGRA	240.00	24.00	36.00	300.00	2,100.00	216.00	216.00
PERSONA 2	Asistente Administrativo	NO	1,300.00			1,300.00	AFP	-	INTEGRA	130.00	13.00	19.50	162.50	1,137.50	117.00	117.00
PERSONA 3	Supervisor Comercial	NO	1,600.00			1,600.00	AFP	-	INTEGRA	160.00	16.00	24.00	200.00	1,400.00	144.00	144.00
PERSONA 4	Atención al cliente	NO	1,025.00			1,025.00	AFP	-	INTEGRA	102.50	10.25	15.38	128.13	896.88	92.25	92.25
PERSONA 5	Project Manager	NO	1,600.00			1,600.00	AFP	-	INTEGRA	160.00	16.00	24.00	200.00	1,400.00	144.00	144.00
PERSONA 6	Guia turismo Externo	NO	750.00			750.00							-	750.00		
PERSONA 7	Desarrollador de App Externo	NO	800.00			800.00							-	800.00		
PERSONA 8	Transporte de Pasajeros Externo	NO	300.00			300.00							-	300.00		
PERSONA 9	Contador Externo	NO	600.00			600.00							-	600.00		
			10,375.00	-	-	10,375.00	-	-	-	792.50	79.25	118.88	990.63	9,384.38	713.25	713.25

RMV
1,025.00
A FAMILIAR
10.00%

ESSALUD
9.00%

	SNP/ONP	PRIMA	HABITAT	INTEGRA	PROFUTURPO
APORTE OBLIGATORIO	13%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
COMISIÓN % SOBRE R. A		1.00%	1.50%	1.00%	1.00%
PRIMA SEGURO		2.00%	2.00%	1.50%	2.00%

Aspectos Legales y Tributarios

Aspectos Legales

Es muy importante tomar en cuenta una serie de trámites y de acciones que puedan evitar futuros conflictos con el estado. Es por ello, que para la creación y la funcionalidad de IQUITOUR's debemos seguir los siguientes pasos para un correcto funcionamiento legal.

Paso 1: Búsqueda de reservas de nombre en los registros públicos

Primero se deberá tener un nombre el cual llevará la marca de la empresa con la que será distinguida, luego se deberá verificar si existe otro nombre igual a este, ingresando en la plataforma virtual de la SUNARP virtual extranet, suscribiéndose con un usuario y contraseña, lo cual solicitará los datos personales que la plataforma requiera como los nombres completos, la dirección, DNI, correo electrónico; una vez ingresado estos datos, se podrá hacer la búsqueda de nombre si es que existe otro similar, haciendo un pago virtual; después de haber verificado si no hay otro nombre similar al que se está buscando, se procederá a reservar el nombre para la constitución de la empresa.

Paso 2: Acto constitutivo (Minuta)

En este documento se deberá detallar los acuerdos de los socios, que se está desarrollando, a fin de legalizar lo pactado con los implicados con cada actividad que se realizará; los aportes que cada uno está haciendo, con los documentos legales respectivos. Para el desarrollo de este documento se tendrá en cuenta los siguientes pasos:

- Los generales de ley de cada socio (sus datos personales, nombres, edades, documentos de identificación, etc.).
- El giro de la sociedad.
- El tipo de empresa o sociedad (E.I.R.L, S.R.L, S.A., etc.)
- El tiempo de duración de la sociedad (Plazo fijo o indeterminado).

- La fecha en la que se iniciarán las actividades comerciales.
- El lugar donde va a funcionar la sociedad (domicilio comercial).
- La denominación o razón social de la sociedad.
- El lugar en donde va a funcionar las agencias o sucursales (si es que las hubiera).
- La persona que va a administrar o representar la sociedad.
- El capital o patrimonio sociales de la empresa.
- Los aportes de cada socio.

(Pasión por el DERECHO, 2023)

Paso 3: Escritura Pública

Una vez hecho los acuerdos anteriores se deberá legalizar dicho documento ante un notario público, lo cual deberá tener la firma tanto del notario como de los participantes que están registrados en dicho documento, incluyendo la firma de los cónyuges. Esto se hará llevando con los siguientes documentos:

- ✓ Constancia o el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- ✓ Un inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- ✓ El certificado de búsqueda mercantil, emitido por la oficina de registros públicos de la inexistencia de una razón social igual o similar.

Paso 4: Inscripción en registros públicos

Luego se procederá a inscribir la Escritura Pública en la SUNARP en los Registros Públicos, acompañado del notario, una vez hecha esta inscripción la empresa comienza a existir a partir de ese momento como Persona Jurídica.

Obtención del número de RUC.- Se debe hacer la inscripción en Registro único de Contribuyente (RUC) en Sunat, este trámite se puede hacer de manera online o presencial, donde se verá formalizado la actividad laboral o productiva ante la ley, así mismo este documento tiene un número de once dígitos y es único que identifica al contribuyente ya sea persona natural o persona jurídica que contiene datos personales de identificación de la actividad económica laboral o productiva que se vaya a realizar ante la Sunat. Los requisitos que se necesitarán son:

- ✓ DNI, número de celular o correo electrónico.
- ✓ Fecha de inicio de actividades económicas. Si es por App persona, esta fecha será la misma que la inscripción.
- ✓ Domicilio fiscal indicado en DNI. Si es distinta, SUNAT podrá verificar posteriormente la veracidad de esta información.
- ✓ Actividad económica principal en la función a la lista CIU.
- ✓ Código de profesión u oficio, si eres contribuyente de renta de quinta categoría.
- ✓ Régimen tributario. Si eres persona natural con negocio: NRUS, régimen especial, Mype tributario o REGIMEN general

(gop.pe, 2022)

Elegir régimen tributario:

Una vez obtenido el RUC se podrá elegir el mejor régimen tributario el cual le convenga a la empresa para hacer el respectivo pago de los impuestos y no ser sancionado por la Sunat, ya sea al Régimen Único Simplificado (RUS), al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), al Régimen Mype Tributario (RMT) o al Régimen General, una vez elegido el régimen se podrá elegir los comprobantes de pago (boleta y/o factura) que se utilizará.

Comprar y legalizar libros contables:

Los libros contables servirán para llevar en orden las cuentas de la empresa donde estarán registradas las operaciones financieras que deberán ser previamente legalizadas, así como también evitará multas futuras por parte de Sunat.

Paso 5: Registro de marca de INDECOPI

Al ser representante de una marca, ya sea de un producto o servicio se debe hacer este registro ante INDECOPI, para que la marca de la empresa no sea copiada por otra empresa similar al rubro, este registro se deberá renovar cada 10 años; para hacer esta solicitud se deberá descargar un formulario con datos del solicitante, presentar el formulario en mesa de partes, indicación de la marca a registrar, indicación expresa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro, indicación de haber realizado el pago de la tasa respectiva. (gop.pe, 2022)

Trabajador de Es Salud:

Los trabajadores de la empresa deberán estar previamente asegurados en el sistema de Seguro Social Es Salud para recibir ciertos beneficios por parte de la empresa empleadora, como también del gobierno de turno, lo cual también servirá para que estén registrados en planilla ante la Sunat, a través de la Planilla Electrónica de Sunat (T-Registro y Plame), lo que evitará sanciones futuras con dicha entidad.

Paso 6: Licencia de funcionamiento municipal

Esta licencia es otorgada por la municipalidad de la localidad, que hace constar que la empresa ya puede realizar sus actividades teniendo todos los documentos en regla, siendo supervisada por la municipalidad con anterioridad a las actividades que se realizarán en la empresa, teniendo las instalaciones necesarias para dicho fin. Los requisitos que se debe presentar son:

- ✓ Una copia del RUC.
- ✓ El recibo de pago por derecho de licencia.
- ✓ El formulario de solicitud.
- ✓ Un croquis de la ubicación de la empresa.
- ✓ Una copia del contrato del alquiler o del título de propiedad del local
- ✓ Una copia de la escritura pública.
- ✓ El certificado de zonificación (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc.)

Paso 7: Defensa Civil

Es un organismo del Sistema Nacional de Gestión de Riesgo de Desastres, adscrito al Ministerio de Defensa que vela por la integridad del desarrollo nacional en gestión de riesgo y desastres.

El **Instituto Nacional de Defensa Civil (Indeci)** es un organismo público, dependiente del Ministerio de Defensa, cuya labor es procurar una óptima respuesta de la sociedad en caso de desastres naturales, supervisar la atención de las personas afectadas por los mismos, coordinar con las entidades responsables las acciones requeridas para atender la emergencia, rehabilitar las áreas afectadas, y coordinar con los gobiernos regionales y locales la evaluación de daños y las necesidades en caso de desastre.

El **Indeci** fue creado mediante Ley N.º 29664 del 19 de febrero de 2011, con la cual se creó el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres como un sistema descentralizado, con la finalidad de identificar y reducir los riesgos asociados a los desastres. (Instituto nacional de Defensa Civil, 2023)

Paso 8: Certificado de autorización a agencias de viaje y turismo de aventura.

Certificado de autorización a agencias de viajes y turismo de Aventura. - Este documento se debe solicitar, ya sea de manera virtual o presencial en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo del gobierno regional de la ciudad de residencia.

Para obtener este certificado el solicitante deberá contar:

- ✓ Clave SOL o cuenta virtual de extranet.
- ✓ Solicitud simple de certificado de turismo de aventura, indicando que tu empresa está inscrita en el Directorio nacional de prestadores en el servicio turístico calificados del MINCETUR como agencias de viajes y turismo.
- ✓ Relación de las modalidades de turismo de aventura que deseas operar.

- ✓ Relación de equipos para cada modalidad de turismo de aventura que desees operar (cada uno de los equipos deberán contar con un código de identificación, y cumplir lo establecido en el artículo 22 modificado mediante el decreto supremos N°001-2019).

SOCIEDAD ANONIMA CERRADA S.A.C

Características:

- Mínimo 2 accionistas, máximo 20 accionistas.
- El capital se forma gracias a los aportes de los socios.
- Las acciones son proporcionales al capital, estos son negociables.
- Los socios no responden personalmente por las deudas sociales.
- El patrimonio personal de los accionistas no se ve afectado por el de la empresa.
- Pago del capital de la empresa al momento de la constitución.

Denominación:

La denominación es seguida de las palabras “Sociedad Anónima Cerrada” o de las siglas “S.A.C”. Ejemplo: IQUITOur’s S.A.C

Aspectos Tributarios

Régimen Especial de Renta (RER)

Es un régimen mediante el cual, cualquier empresario o emprendedor puede acogerse, siempre y cuando cumpla con los requisitos. SUNAT, también establece un límite para las compras y las ventas bajo este régimen tributario y es de S/. 525,000.00. Algo más de S/. 43,000.00 al mes.

Este régimen tributario permite emitir boletas, facturas y todos los comprobantes que requiera la empresa por la naturaleza de sus actividades, es por ello, que este régimen cuenta con el beneficio de crédito fiscal, que permite reducir el impuesto final a pagar a SUNAT.

En cuanto a los impuestos y a la forma de declararlos, este régimen tributario permite declarar impuestos a la renta mensual calculado bajo el 1,5%, lo cual se calculará sobre el neto de las ventas que realice la empresa. También deberá declarar y pagar el IGV.

Los requisitos para acogerse al Régimen del Impuesto a la Renta son:

- El monto de sus ingresos neto no debe superar S/. 523,000.00 en transcurso de cada año.
- El valor de los activos no supere los S/. 126,000.00, sin contar inmuebles.
- Se debe desarrollar las actividades generadoras de ventas de tercera categoría con personal afectado a la actividad que no supere las 10 personas por turno.
- No supere las 15 UIT.
- No realizar ninguna de las actividades que están prohibidas en el RER.

Impuesto general a las ventas

Este impuesto grava la transferencia de bienes y la prestación de servicios en el país, entre otras actividades, con una tasa del 19% (incluye 2% por el Impuesto de Promoción Municipal) que se aplica sobre el valor de venta del bien o servicio, sea cual fuera la actividad a que se dediquen.

Los contribuyentes de este régimen están obligados a declarar y pagar mensualmente no sólo el Impuesto a la Renta, sino también el Impuesto General a las Ventas.

IGV	VALOR DE VENTAS X 18%
VALOR DE VENTAS + IGV	PRECIO DE VENTAS

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

CAPÍTULO VII: PLAN FINANCIERO

Plan de Inversiones: En este cuadro se puede apreciar el monto inicial de nuestro presupuesto de los equipos que se usará para dar comienzo a nuestro negocio, que es la inversión tangible y también tendremos la inversión intangible que son los servicios fijos básicos y el pago a las entidades correspondientes para constituir legalmente la empresa.

Tabla 19:

Plan de Inversiones

INVERSIÓN INICIAL			
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			
Maquinaria y Equipo	CANTIDAD	Costo Unitario	Monto (S/.)
Internet	1	S/ 100.50	S/ 100.50
Impresora HP Laser Jet 1050	1	S/ 700.00	S/ 700.00
Teléfono Fijo	1	S/ 80.00	S/ 80.00
Agua	1	S/ 70.00	S/ 70.00
Luz	1	S/ 100.00	S/ 100.00
Laptop Core i5 HP	1	S/ 2,100.00	S/ 2,100.00
Subtotal de Maquinaria y Equipo			S/ 3,150.50
Muebles y Enseres	Cantidad	Costo Unitario	Monto (S/.)
Sillas	4	S/84.00	S/ 336.00
Escritorio	1	S/450.00	S/ 450.00
Focos Ahorradores	3	S/25.00	S/ 75.00
Botiquín de primeros Auxilios	1	S/38.00	S/ 38.00
Extintor	1	S/53.00	S/ 53.00
Botes de basura	1	S/17.00	S/ 17.00
Ventilador de Pie	1	S/125.00	S/ 125.00
Porta Papeles	1	S/10.00	S/ 10.00
Subtotal de Muebles y Enseres			S/ 1,104.00
TOTAL TANGIBLE			S/ 4,254.50

INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	CANTIDAD	Costo Unitario	Monto (S/.)
Búsqueda de reserva de nombre	1	S/24.00	S/ 24.00
Acto Constitutivo (Minuta)	1	S/300.00	S/ 300.00
Escritura Pública	1	S/77.00	S/ 77.00
Inscripción en registros Públicos	1	S/20.00	S/ 20.00
Registro de marca de INDECOPI	1	S/535.00	S/ 535.00
Licencia de Funcionamiento	1	S/165.00	S/ 165.00
Defensa Civil	1	S/70.00	S/ 70.00
Elaboración del Aplicativo	1	S/900.00	S/ 900.00
Derecho para subir App a Play Store	1	\$25 / TC S/. 3.82	S/ 95.50
Derecho para subir App a Apple Store	1	\$ 99 / TC S/. 3.82	S/ 378.18
Diseño de la página web	1	S/300.00	S/ 300.00
Certificado de Funcionamiento de Agencia de Turismo	1	S/393.00	S/ 393.00
TOTAL INTANGIBLE			S/ 3,257.68

Inversión Total: Inversión total de los costos tangibles e intangibles y nuestro capital de trabajo

INVERSIÓN TOTAL	Total S/.	%
Tangible	S/ 4,255	19%
Intangible	S/ 3,258	14%
Capital de Trabajo	S/ 15,345	67%
Total	S/ 22,858	100%

Financiamiento: En este cuadro podemos apreciar el financiamiento total, tanto de los socios como de la entidad financiera, lo cual se usará para iniciar el negocio

FINANCIAMIENTO	Total S/.	%
Préstamo Bancario	15,345	67%
Aporte de propietario	7,512	33%
Total	22,858	100%

Capital de Trabajo: En este cuadro podemos apreciar el capital de trabajo lo cual será el dinero inmediato que requerirá la empresa para iniciar las actividades, entre ellos podemos apreciar la mano de obra, materia prima, contrato de alquiler y gastos administrativos.

Tabla 20:

Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Cantidad	Total
Adelanto y garantía del alquiler	1	S/ 1,000.00
Gastos administrativos y de ventas	Un mes	S/ 350.00
Materia prima (costo de ventas)	Un mes	S/ 6,720.41
Mano de Obra	Un mes	S/ 7,275.00
Subtotal		S/ 15,345.41

Análisis de Costo: Determinar los Costos del Negocio: En este cuadro se puede apreciar las unidades de demanda por cada paquete de forma anual, el costo que tendrán los paquetes y el costo total de la producción anual, esta estimación se calculó para los cinco años consecutivos.

Tabla 21:

Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN		2,023	2,024	2,025	2,026	2,027
Unidades demandas por producto		UNIDADES DEMANDADAS				
Paquete #1: Full Day		77	77	78	79	80
Paquete #2: 2 días y 1 noche		77	77	78	79	80
Paquete #3: Ayahuasca		77	77	78	79	80
Total de Unidades Demandadas		230	232	235	237	239
Costo Unitario	S/.Costo	Costo Total del Mercado				
Paquete #1: Full Day	S/267.00	S/ 20,468	S/ 20,673	S/ 20,879	S/ 21,088	S/ 21,299
Paquete #2: 2 días y 1 noche	S/353.00	S/ 27,061	S/ 27,331	S/ 27,604	S/ 27,880	S/ 28,159
Paquete #3: Toma de Ayahuasca	S/432.00	S/ 33,117	S/ 33,448	S/ 33,782	S/ 34,120	S/ 34,461
Costo Total		S/ 80,645	S/ 81,451	S/ 82,266	S/ 83,089	S/ 83,919

Análisis Financiero

Balance General: En este cuadro se puede apreciar los montos totales invertidos que nos generará ganancia en este caso el total de activos, los pasivos que son las cuentas por pagar con los bancos y el patrimonio neto con el que cuenta la empresa.

Tabla 22:

Balance General

Balance General Inicial	2023
Caja Bancos	117,917
Inventarios	30,645
TOTAL ACTIVOS	148,561
Pasivo corriente	93,000
Pasivo No Corriente	12,276
TOTAL PASIVO	105,276
Patrimonio	7,512
Capital	15,345
Utilidades retenidas	14,308
Resultado del ejercicio	6,119
TOTAL PATRIMONIO	43,285
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	148,561

Estado de Ganancia y Perdidas: En esta tabla se muestra como la empresa irá produciendo sus actividades anualmente teniendo en cuenta los gastos administrativos, las depreciaciones de las maquinarias, las deudas amortizadas y los impuestos a pagar que se tiene por obligación, por el periodo de cinco años.

Tabla 23:

Estado de Ganancia y Pérdidas

Estado de Ganancias y Perdidas	2,023	2,024	2,025	2,026	2,027
Ingresos por ventas	227,233	229,505	231,800	234,118	236,459
Costo ventas (Producción)	80,645	81,451	82,266	83,089	83,919
Utilidad Bruta	146,588	148,053	149,534	151,029	152,540
Gastos administrativos (Sueldos y pagos de servicios)	-88,200	-89,400	-89,400	-89,400	-89,400
Gastos comerciales (publicidad)	-3,600	-3,600	-3,600	-3,600	-3,600
Utilidad Operativa	54,788	55,053	56,534	58,029	59,540
CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN					
Amortización de la Deuda	-3,069	-3,069	-3,069	-3,069	-3,069
Gastos financieros	-4,550	-3,548	-2,546	-1,545	-543
Depreciación	-1,006	-1,006	-1,006	-1,006	-1,006
Margen antes de tributos	46,162	47,430	49,913	52,410	54,922
Impuesto a la renta 1.5% mensual	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%
Impuesto a la renta - Monto	-40,902	-41,311	-41,724	-42,141	-42,563
Utilidad Neta	5,261	6,119	8,189	10,269	12,359

Ratios Financieros**Análisis De Ratios****Ratios De Liquidez**

Liquidez General		<u>2023</u>	<u>2023</u>
	$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	$\frac{148,561}{93,000}$	1.60

La empresa posee una mínima liquidez. Por cada S/. 1 de deuda la empresa cuenta con S/. 1.60 en el 2023 para cubrir sus obligaciones financieras.

Ratios De Rentabilidad

		- <u>2023</u>	- <u>2023</u>
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	$\frac{\text{Ventas - Costos Ventas}}{\text{Ventas}}$	$\frac{148,053}{229,505}$	65%

En el análisis del margen bruto, se puede apreciar una variación positiva con respecto a nivel bruto de las ventas con un resultado de 65% para el año 2023.

		- <u>2023</u>	- <u>2023</u>
MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$	$\frac{55,053}{229,505}$	24%

El análisis del margen de utilidad operativa comparado a nivel bruto de la rentabilidad de las ventas tuvo un resultado de 24% para el año 2023

		- <u>2023</u>	- <u>2023</u>
MARGEN DE UTILIDAD NETA	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	$\frac{6,119}{229,505}$	2.7%

Se percibe para la utilidad neta un resultado positivo de las ventas para el 2023, con un resultado de 2.7%.

Plan Financiero

Presupuesto Operativo: En este cuadro se puede apreciar los gastos administrativos, gastos de oficina y gastos para los servicios públicos por el periodo de cinco años.

Tabla 24: Presupuesto Operativo

Presupuesto Operativo	2022	2023	2024	2025	2026
Gerente General	1	1	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 2,000.00				
Atención al Cliente	1	1	1	1	1
Salario Mensual	S/. 1,025.00				
Project Manager	1	1	1	1	1
Salario mensual	S/. 1,400.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Asistente Administrativo	1	1	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,025.00				
Guía de Turismo	1	1	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 750.00				
Transporte de pasajes externo	1	1	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 300.00				
Contador Externo	1	1	1	1	1
Salario Mensual	S/. 500.00				
Remuneraciones del personal mensual	S/. 7,000.00	S/. 7,100.00	S/. 7,100.00	S/. 7,100.00	S/. 7,100.00
Remuneraciones del personal anual	S/. 84,000.00	S/. 85,200.00	S/. 85,200.00	S/. 85,200.00	S/. 85,200.00
Gastos de Oficina					
Servicios públicos	S/. 250.00				
Útiles oficina Mensual	S/. 100.00				
TOTAL MENSUAL GASTOS DE OFICINA	S/. 350.00				
TOTAL ANUAL GASTOS DE OFICINA	S/. 4,200.00				
TOTAL ANUAL PPTO OPERATIVO	S/. 88,200.00	S/. 89,400.00	S/. 89,400.00	S/. 89,400.00	S/. 89,400.00

GASTOS COMERCIALES	2022	2023	2024	2025	2026
Publicidad Mensual	S/. 300.00				
Promociones	S/. 0.00				
Otros	S/. 0.00				
TOTAL MENSUAL	S/. 300.00				
TOTAL ANUAL	S/. 3,600.00				

Presupuesto Financiero: En este cuadro se muestra el monto del préstamo, la amortización que se irá haciendo, el interés y su pago total.

Detalles de la operación financiera

TASA EFECTIVA ANUAL TEA 38.0% <i>*Fijate del tipo de tasa</i>	TIPO DE CUOTA <input type="radio"/> Cuotas Decrecientes	FORMA DE PAGO <input type="radio"/> Mensual	NÚMERO DE CUOTAS 60	IMPORTE A EVALUAR 15,345
----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	------------------------------------------------	-------------------------------	------------------------------------

Comisiones y gastos

S. desgravamen (x periodo)	0.010%
Otros Cargos (Portes)	-
ITF (Perú)	0.005%

Detalles del Financiamiento

Tasa Efectiva Anual (TEA)	38.00%
Tasa Efectiva Mensual	2.72%
Total costo Efectivo Anual	38.16%

AÑO	DEUDA	Amortización	Interés	S. Desgravamen 0.01%	I.T.F. 0.005%	Cuota Total a Pagar
0	15,345					
1		3,069.08	4,550.23	16.42	0.38	7,636.12
2		3,069.08	3,548.35	12.74	0.33	6,630.50
3		3,069.08	2,546.46	9.05	0.28	5,624.88
4		3,069.08	1,544.57	5.37	0.23	4,619.26
5		3,069.08	542.69	1.69	0.18	3,613.64
		15,345.41	12,732.30			28,124.39

Cuota	Deuda	Factor (Cuotas Crecientes)	Amortización	Interés	S. Desgravamen 0.01%	Otros Cargos Portes	Cuota por Financiamiento	I.T.F. 0.005%	Cuota Total a Pagar
0	15,345								-
1	15,090	-	255.76	417.45	1.51	-	674.72	0.03	674.75

2	14,834	-	255.76	410.50	1.48	-	667.74	0.03	667.77
3	14,578	-	255.76	403.54	1.46	-	660.75	0.03	660.79
4	14,322	-	255.76	396.58	1.43	-	653.77	0.03	653.80
5	14,067	-	255.76	389.62	1.41	-	646.79	0.03	646.82
6	13,811	-	255.76	382.66	1.38	-	639.80	0.03	639.83
7	13,555	-	255.76	375.71	1.36	-	632.82	0.03	632.85
8	13,299	-	255.76	368.75	1.33	-	625.84	0.03	625.87
9	13,044	-	255.76	361.79	1.30	-	618.85	0.03	618.88
10	12,788	-	255.76	354.83	1.28	-	611.87	0.03	611.90
11	12,532	-	255.76	347.88	1.25	-	604.89	0.03	604.92
12	12,276	-	255.76	340.92	1.23	-	597.90	0.03	597.93
13	12,021	-	255.76	333.96	1.20	-	590.92	0.03	590.95
14	11,765	-	255.76	327.00	1.18	-	583.94	0.03	583.97
15	11,509	-	255.76	320.05	1.15	-	576.95	0.03	576.98
16	11,253	-	255.76	313.09	1.13	-	569.97	0.03	570.00
17	10,998	-	255.76	306.13	1.10	-	562.99	0.03	563.02
18	10,742	-	255.76	299.17	1.07	-	556.01	0.03	556.03
19	10,486	-	255.76	292.22	1.05	-	549.02	0.03	549.05
20	10,230	-	255.76	285.26	1.02	-	542.04	0.03	542.07

21	9,975	-	255.76	278.30	1.00	-	535.06	0.03	535.08
22	9,719	-	255.76	271.34	0.97	-	528.07	0.03	528.10
23	9,463	-	255.76	264.39	0.95	-	521.09	0.03	521.12
24	9,207	-	255.76	257.43	0.92	-	514.11	0.03	514.13
25	8,951	-	255.76	250.47	0.90	-	507.12	0.03	507.15
26	8,696	-	255.76	243.51	0.87	-	500.14	0.03	500.17
27	8,440	-	255.76	236.56	0.84	-	493.16	0.02	493.18
28	8,184	-	255.76	229.60	0.82	-	486.17	0.02	486.20
29	7,928	-	255.76	222.64	0.79	-	479.19	0.02	479.22
30	7,673	-	255.76	215.68	0.77	-	472.21	0.02	472.23
31	7,417	-	255.76	208.73	0.74	-	465.22	0.02	465.25
32	7,161	-	255.76	201.77	0.72	-	458.24	0.02	458.26
33	6,905	-	255.76	194.81	0.69	-	451.26	0.02	451.28
34	6,650	-	255.76	187.85	0.66	-	444.28	0.02	444.30
35	6,394	-	255.76	180.90	0.64	-	437.29	0.02	437.31
36	6,138	-	255.76	173.94	0.61	-	430.31	0.02	430.33
37	5,882	-	255.76	166.98	0.59	-	423.33	0.02	423.35
38	5,627	-	255.76	160.02	0.56	-	416.34	0.02	416.36

39	5,371	-	255.76	153.07	0.54	-	409.36	0.02	409.38
40	5,115	-	255.76	146.11	0.51	-	402.38	0.02	402.40
41	4,859	-	255.76	139.15	0.49	-	395.39	0.02	395.41
42	4,604	-	255.76	132.19	0.46	-	388.41	0.02	388.43
43	4,348	-	255.76	125.24	0.43	-	381.43	0.02	381.45
44	4,092	-	255.76	118.28	0.41	-	374.44	0.02	374.46
45	3,836	-	255.76	111.32	0.38	-	367.46	0.02	367.48
46	3,581	-	255.76	104.36	0.36	-	360.48	0.02	360.50
47	3,325	-	255.76	97.41	0.33	-	353.49	0.02	353.51
48	3,069	-	255.76	90.45	0.31	-	346.51	0.02	346.53
49	2,813	-	255.76	83.49	0.28	-	339.53	0.02	339.55
50	2,558	-	255.76	76.53	0.26	-	332.55	0.02	332.56
51	2,302	-	255.76	69.58	0.23	-	325.56	0.02	325.58
52	2,046	-	255.76	62.62	0.20	-	318.58	0.02	318.60
53	1,790	-	255.76	55.66	0.18	-	311.60	0.02	311.61
54	1,535	-	255.76	48.70	0.15	-	304.61	0.02	304.63
55	1,279	-	255.76	41.75	0.13	-	297.63	0.01	297.64
56	1,023	-	255.76	34.79	0.10	-	290.65	0.01	290.66

57	767	-	255.76	27.83	0.08	-	283.66	0.01	283.68
58	512	-	255.76	20.87	0.05	-	276.68	0.01	276.69
59	256	-	255.76	13.92	0.03	-	269.70	0.01	269.71
60	0	-	255.76	6.96	0.00	-	262.71	0.01	262.73

Evaluación Financiera

Flujo de Caja Proyectado: En este cuadro se aprecia el reporte de cada año según las ventas, el pago en los gastos administrativos, en los impuestos, los gastos comerciales, los préstamos, etc. De acuerdo a los indicadores de este resultado sabremos la liquidez de cada año.

Tabla 25:

Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	2,022	2,023	2,024	2,025	2,026	2,027
Ingresos por ventas		227,233	229,505	231,800	234,118	236,459
Inversión inicial	S/. 22,858					
Activo fijo						
Capital de trabajo						
Costo de producción		(80,645)	(81,451)	(82,266)	(83,089)	(83,919)
Gastos administrativos (Sueldos y pagos de servicios)		(88,200)	(89,400)	(89,400)	(89,400)	(89,400)
Gastos comerciales (publicidad)		(3,600)	(3,600)	(3,600)	(3,600)	(3,600)
Pago impuestos		(40,902)	(41,311)	(41,724)	(42,141)	(42,563)
Flujo Caja Económico (FCE)	- 22,858	13,886	13,743	14,810	15,888	16,977
Préstamo recibido	(15,345)					
Amortización		(3,069)	(3,069)	(3,069)	(3,069)	(3,069)
Gastos financieros		(4,550)	(3,548)	(2,546)	(1,545)	(543)
Escudo fiscal		(1,342)	(1,047)	(751)	(456)	(160)
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/ 7,512.18	4,924	6,078	8,443	10,819	13,205

Análisis de Sensibilidad

El VAN sirve para generar dos tipos de decisiones: en primer lugar, ver si la inversión se pueda ejecutar y, en segundo lugar, ver qué inversión es mejor que otra en términos absolutos. Los criterios de decisión van a ser los siguientes:

- **VAN > 0** : el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.
- **VAN = 0** : el proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.
- **VAN < 0** : el proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

VAN	S/. 7,112
-----	-----------

La Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

El criterio de selección será el siguiente donde “k” es la tasa de descuento de flujos elegida para el cálculo del VAN:

- ❖ **Si TIR > k, el proyecto de inversión será aceptado.** En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.
- ❖ **Si TIR = k, estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero.** En esta situación, la inversión podrá llevarse a cabo si mejora la posición competitiva de la empresa y no hay alternativas más favorables.

- ❖ **Si $TIR < k$, el proyecto debe rechazarse.** No se alcanza la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión.

TIR	83%
-----	-----

Beneficio costo (B/C)

Es una herramienta financiera que compara el costo de un producto versus el beneficio que ésta entrega, para evaluar de forma efectiva la mejor decisión a tomar en términos de compra.

- $B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costos, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.
- $B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costos.
- $B/C < 1$, muestra que los costos son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

Índice B/C	4.18
------------	------

Se entiende por el resultado que por cada S/. 1 sol invertido se genera S/. 4.18, de los cuales S/. 3.18 es la ganancia generada por la inversión.

Definición de los Indicadores de Desempeño

Los indicadores de desempeño ayudarán a la empresa a medir de alguna manera de forma cuantitativa el desarrollo progresivo que está teniendo en sus actividades en un periodo de tiempo determinado, con tres aspectos considerados los más importantes, por lo que se lo tendrá que analizar más a detalle.

A continuación, tenemos los 3 indicadores (K'PIS) que la empresa considera importante para su desarrollo.

Rendimiento de Utilidad:

Este indicador se medirá por los resultados obtenidos, en base al análisis de la situación financiera de la empresa, lo cual permitirá saber específicamente cuanto de beneficio está generando la empresa, esto se realizará dos veces al año, así como también para poder saber si las estrategias implementadas son buenas para obtener buenos resultados de utilidad.

Eficacia de los Procedimientos:

Este proceso se medirá con los objetivos finales, en cuanto al equipamiento de la actividad principal que es el mejoramiento en la actualización constante del aplicativo, para que no sea hackeada, exponiendo a los datos personales de nuestros cliente, así como también medir el nivel de desempeño de nuestros proveedores, ya que depende mucho de ellos para mantener satisfechos a nuestros clientes finales, también se deberá mantener motivado a nuestros clientes internos que son nuestros trabajadores.

Nivel de Satisfacción del Cliente:

La empresa hará una encuesta de satisfacción de los clientes para determinar el nivel de calidad en su experiencia al utilizar el aplicativo móvil el Customer Satisfaction Score (Csat), es uno de los indicadores de satisfacción del cliente que se aplican de manera más inmediata, con el fin de emitir una valoración rápida del cliente hacia los servicios prestado por la empresa IQUITOur's.

Consistirá en que la encuesta será enviada haciendo una sola pregunta al dispositivo del cliente final: ¿Cómo califica usted la experiencia de compra? La respuesta se realizará con una valoración del 1 al 5.

Cálculos para medir el nivel de los indicadores de desempeño.

Margen de utilidad: = Costo total / Ingresos por ventas

Eficiencia del proceso = Unidades de producción / Unidades esperadas

Satisfacción del cliente = Satisfacción de clientes satisfechos / Número total de clientes encuestado

Tabla 26:

Medición de Valores de los Indicadores de Desempeño

Ítem	Indicador de Desempeño (KPI)	Frecuencia de la Medición	Unidad medida	Satisfactorio	Regular	Malo
1	Rendimiento de la Utilidad	Semestral	%	>60%	60% - 50%	<50%
2	Efectividad de los procedimientos	Semanal	%	>60%	60% - 50%	<50%
3	Nivel de Satisfacción del cliente	Mensual	%	>60%	60% - 50%	<50%

Conclusiones

Nuestra idea de negocio servirá como una influencia para que otras empresas apuesten por el uso de la tecnología y el desarrollo oportuno, automatizando los procesos que estos necesitan, con ello estaremos aportando al turismo en general para dar satisfacción a plenitud a nuestros clientes, por lo que tuvimos que organizar el negocio desde su modelo canvas lo cual permitirá ver desde una perspectiva más organizada en cada área.

Se observa que en el plan estratégico se hizo un análisis de macro y micro localización de donde estará ubicado el local del negocio, con una breve explicación del servicio que ofreceremos, y su respectivo direccionamiento estratégico, por la cual estará encaminado el negocio, teniendo claro qué objetivos se debe cumplir a corto, largo y mediano plazo, por lo que primero se hará un análisis del negocio, según a esos resultados poder encaminar las estrategias planteadas.

En el análisis del entorno se recopiló datos externos tanto políticos y legales, económico, socioeconómico, medio ambientales y tecnológicos, que son factores de interés en los que este aspecto tiene mucha relevancia, ya que tendrá mucha influencia en el crecimiento del negocio o aporte del mismo, según como estos puntos tratados se vaya desarrollando; luego se hizo un análisis de las cinco fuerzas de Porter para poder saber que tan competitivo puede ser nuestra idea de negocio en el mercado objetivo; así mismo se hizo una muestra de la determinación del mercado, en donde recopilamos datos haciendo encuesta para poder conocer la opinión del público objetivo sobre nuestra idea de negocio.

Este punto nos permitirá saber cómo llegar a nuestro cliente objetivo para poder fidelizarlo, de qué manera hacerlo y quienes lo desarrollarán, designando ciertas actividades en un periodo de tiempo, teniendo en cuenta el presupuesto que se manejó para poder hacer estas estrategias, con cálculos de estimaciones de ventas en el rubro del mercado para diferentes años consecutivos de nuestros paquetes turísticos con los diferentes precios ofrecidos a nuestro público objetivo. Mediante este capítulo, podemos interpretar que cada una de las áreas implementadas en la organización y cada uno de los procesos como: las compras, almacenamiento, logística de salida, logística de entrada, etc. Son piezas fundamentales para el buen funcionamiento de la empresa. Tras el análisis, pudimos deducir que realizar un proceso de selección de personal, es fundamental hacerlo de manera efectiva y muy minuciosa, ya que nos permitirá elegir un personal idóneo para la organización, lo cual es determinante para producir eficiencia, creatividad, captación y fidelización de los clientes. En lo que respecta el plan financiero se puede determinar que el proyecto es viable, ya que el TIR es de 83%, y un VAN positivo de S/ 7,112. Nuestro proyecto al ser evaluado en dos escenarios nos proporciona resultados positivos y factibles para la inversión.

Recomendaciones

Se recomienda a los estudiantes que desean crear un negocio, implementar la tecnología e ir innovando en todo momento las áreas a mejorar, en este caso hacer el uso de aplicativos móviles, que cada vez se ha vuelto indispensable en la vida de las personas; es por ello por lo que nos sentimos motivadas a realizar este tema de investigación. Trazar metas y objetivos que se puedan cumplir en un tiempo determinado, para saber cómo queremos llegar a nuestros propósitos como futuros empresarios, haciendo estudios previos al entorno que estará asociado con la empresa.

Se recomienda tener un estudio externo de como se viene desarrollando el entorno del país para poder tomar decisiones acertadas según a los datos que se pueda obtener externamente; así mismo se recomienda conocer muy bien los datos obtenido para saber si nuestra idea de negocio tendrá un impacto en la vida de las personas que usarán nuestro servicio

Se recomienda saber con exactitud el costo del proceso de producción, ya que dependerá de ello tener en cuenta a que precios se ofrecerán al público, de esa manera se podrá saber cuánto se estaría vendiendo en cada año nuestros paquetes, por lo es de vital importancia llevar a cabo un periodo de tiempo recomendable para desarrollar estas actividades, solo así se podrá saber si la empresa tendrá rentabilidad futura.

Se recomienda al diseñador y creador del aplicativo móvil, aplicar metodologías ágiles, como lo es Extreme Programming (XP), de dicha forma se podrá comprender con mayor fluidez y efectividad los requerimientos de los usuarios. Además, elaborar diagramas mucho más comprensibles, que nos permita facilitar la implementación o cambios del aplicativo móvil, de tal forma logaremos obtener un aplicativo móvil con interfaces amigables. Para un mayor orden en el proceso de selección de personal, se recomienda realizar una tabla de evaluación que permita analizar a cada candidato para el puesto de trabajo. Se deberá medir el tiempo planteado en la cual se hizo una estimación para las ganancias utilizando todas las herramientas necesarias haciendo un análisis periódicamente para saber si la empresa está rindiendo según a lo planeado al principio del proyecto.

Bibliografía

- Banco Central de Reserva del Perú. (2021). <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/>.
Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe>
- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. (2022). <https://www.bcrp.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe>
- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. (22 de Noviembre de 2022). <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2022/nota-informativa-2022-02-19.pdf>. Obtenido de <https://www.bcrp.pe>
- BUSINESS INSIDER MEXICO. (17 de JUNIO de 2022). *Trabajadores alrededor del mundo han alcanzado un nuevo pico de estrés laboral*. Obtenido de BUSINESS INSIDER MEXICO: https://businessinsider.mx/estres-laboral-alcanza-nuevo-pico-trabajos-mundo_estrategia/#:~:text=Los%20trabajadores%20de%20todo%20el%20mundo%20estaban%20m%C3%A1s,%E2%80%94que%20fue%20tambi%C3%A9n%20un%20r%C3%A9cord%20en%20su%20momento%E2%80%94
- EL COMERCIO . (11 de JULIO de 2022). *Iquitos: cómo afectó la salud mental a los estudiantes en Pandemia*. Obtenido de EL COMERCIO : <https://elcomercio.pe/corresponsales-escolares/historias/iquitos-como-afecto-la-salud-mental-a-los-estudiantes-en-pandemia-salud-mental-loreto-iquitos-regreso-a-clases-corresponsales-escolares-noticia/>
- El Peruano. (2019). <https://busquedas.elperuano.pe/>. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/>
- ELIZABETH, A. (MARZO de 2022). *UNIVERSIDAD DE LIMA*. Obtenido de Autoestima y desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes y adultos jóvenes: <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/15830?locale-attribute=es>
- Geoinnova . (26 de NOVIEMBRE de 2016). <https://geoinnova.org/blog-territorio/importancia-ecoturismo-actividad-economica/>. Obtenido de <https://geoinnova.org>
- Gestión. (22 de 08 de 2018). *Fraudes cibernéticos vía apps móviles son ahora el segundo tipo de ataques online*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/tecnologia/fraudes-ciberneticos-via-apps-moviles-son-segundo-tipo-ataques-online-242344-noticia/>
- Gestión.pe/economía. (25 de Octubre de 2020). *Huancavelica, Loreto y Pasco son las regiones con la menor velocidad de internet en Perú*. Obtenido de Huancavelica, Loreto y Pasco son las regiones con la menor velocidad de internet en Perú: <https://gestion.pe/economia/huancavelica-loreto-y-pasco-son-las-regiones-con-la-menor-velocidad-de-internet-en-peru-noticia/?ref=gesr>
- GOB.PE. (13 de ENERO de 2022). *Minsa: Más de 300 mil casos de depresión fueron atendidos durante el 2021*. Obtenido de GOB.PE: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/575899-minsa-mas-de-300-mil-casos-de-depresion-fueron-atendidos-durante-el-2021>
- Gobierno Regional de Loreto. (2018). https://aplicaciones02.regionloreto.gob.pe/sites/default/files/normativa_interna/doc00251520210505175948.pdf. Obtenido de <https://aplicaciones02.regionloreto.gob.pe>

- Gobierno Regional Loreto. (14 de Enero de 2021). <https://www.regionloreto.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.regionloreto.gob.pe/>: <https://www.regionloreto.gob.pe/>
- gop.pe. (11 de agosto de 2022). *Registrar una marca*. Obtenido de gop.pe: <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-la-marca-de-producto-o-servicio-de-tu-negocio-en-indecopi>
- gop.pe. (11 de agosto de 2022). *Registrar una marca*. Obtenido de gop.pe: <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-la-marca-de-producto-o-servicio-de-tu-negocio-en-indecopi>
- gop.pe. (7 de febrero de 2022). *Sacar RUC - Persona Natural*. Obtenido de gop.pe: <https://www.gob.pe/284-inscripcion-a-ruc-persona-natural>
- INEI. (5 de Abril de 2022). *Turismo: Flujo de huéspedes nacionales y extranjeros en establecimientos de hospedajes colectivos*. Obtenido de Turismo: Flujo de huéspedes nacionales y extranjeros en establecimientos de hospedajes colectivos: <https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/turismo-11176/>
- Instituto nacional de Defensa Civil. (17 de enero de 2023). *INDECI*. Obtenido de Instituto nacional de Defensa Civil: https://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Nacional_de_Defensa_Civil
- Ipsos. (18 de Enero de 2022). *Perfiles Socioeconomicos del Perú 2021*. Obtenido de Ipsos: <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>
- iqitosperu.net. (16 de DICIEMBRE de 2022). *IQUITOS*. Obtenido de IQUITOS: <https://iqitosperu.net/comunidades-nativas/>
- Jonathan, G. A. (30 de Mayo de 2015). *Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*. Obtenido de psicología y mente : <https://psicologiamente.com/psicologia/piramide-de-maslow>
- LA REPÚBLICA. (28 de MAYO de 2019). *El estrés, ese enemigo silencioso que afecta al 80% de peruanos*. Obtenido de LA REPÚBLICA: <https://larepublica.pe/sociedad/1218645-el-estres-ese-enemigo-silencioso-que-afecta-al-80-de-peruanos/#:~:text=Un%20estudio%20del%20Instituto%20de%20Opini%C3%B3n%20P%C3%ABlica%20de,asociadas%20al%20estr%C3%A9s.%20Y%20tambi%C3%A9n%20que%20padeci%C3%A9%20depresi>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *MOVIMIENTO TURÍSTICO EN LORETO. (Versión PDF)*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Loreto_2018.pdf&ved=2ahUKEwj6pdmc2vz8AhU8J7kGHT5_CfQQFnoECBgQAQ&usq=AOvVaw3CPDSbgdxZYh2kG4eSadFz
- Pasión por el DERECHO. (4 de febrero de 2023). *La minuta y la escritura pública: conceptos y modelos*. Obtenido de Pasión por el DERECHO: <https://lpderecho.pe/minuta-escritura-publica-conceptos-modelos/>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (15 de Abril de 2020). *www.undp.org*. Obtenido de www.undp.org: <https://www.undp.org/>
- PromPerú. (2019). *Perfil del Turista Extranjero que visita LORETO- 2019 (Versión PDF)*. Obtenido de PromPerú:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoMensual/RMT_Agosto_2019.pdf&ved=2ahUKEwj-nJCF3vz8AhWEgpUCHRFFAuMQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw0ESljMKdNK2CQ7pxmn65JQ

PromPerú. (s.f.). *Perfil del Turista Extranjero que visita LORETO 2019 (Versión PDF)*. Obtenido de PromPerú:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoMensual/RMT_Agosto_2019.pdf&ved=2ahUKEwj-nJCF3vz8AhWEgpUCHRFFAuMQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw0ESljMKdNK2CQ7pxmn65JQ

SCHMITMAN, M. (24 de Junio de 2019). *Empresas horizontales: ¿Qué son y qué traen de nuevo?* .

Obtenido de télam: <https://www.telam.com.ar/notas/201906/369753-empresas-horizontales-que-son-y-que-traen-de-nuevo.html>

Staff CreativaStaff Creativa. (2013). <https://www.staffcreativa.pe/blog/cuales-son-las-aplicaciones-moviles-mas-populares-en-peru/>. Obtenido de <https://www.staffcreativa.pe>

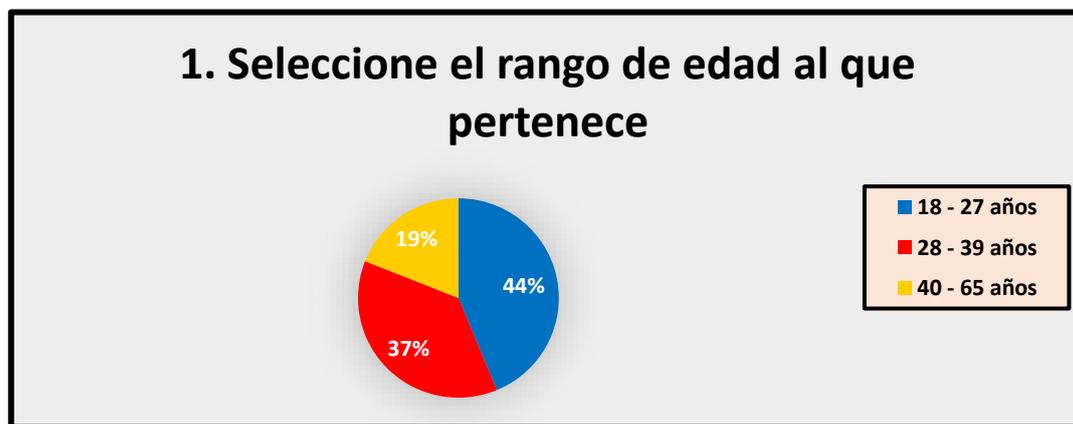
Anexos

Preguntas con sus alternativas y las tabulaciones con el análisis de los resultados.

Segmentación nacional

Figura 21

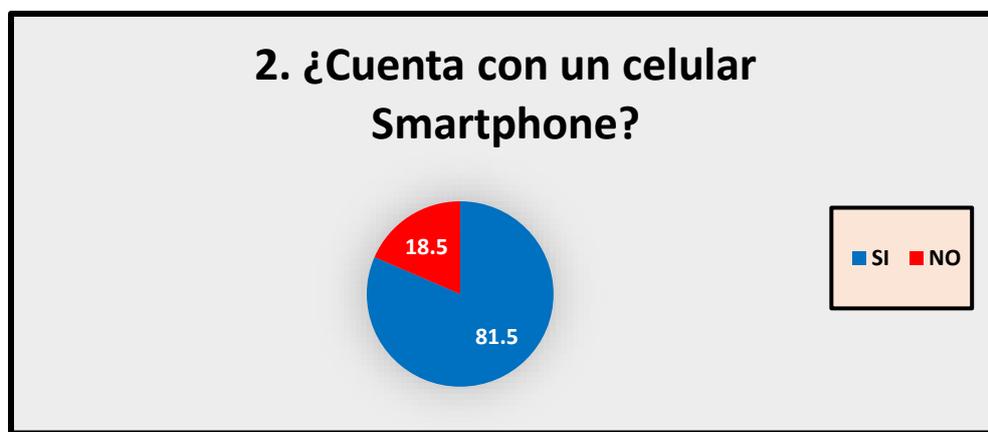
Rango de edad



Los resultados nos muestran que un 44% de nuestros encuestados tienen un rango de edad de 18 a 27 años. Un 37% tienen entre 28 a 39 años y el 19% de encuestados tienen un promedio de 40 a 65 años.

Figura 22

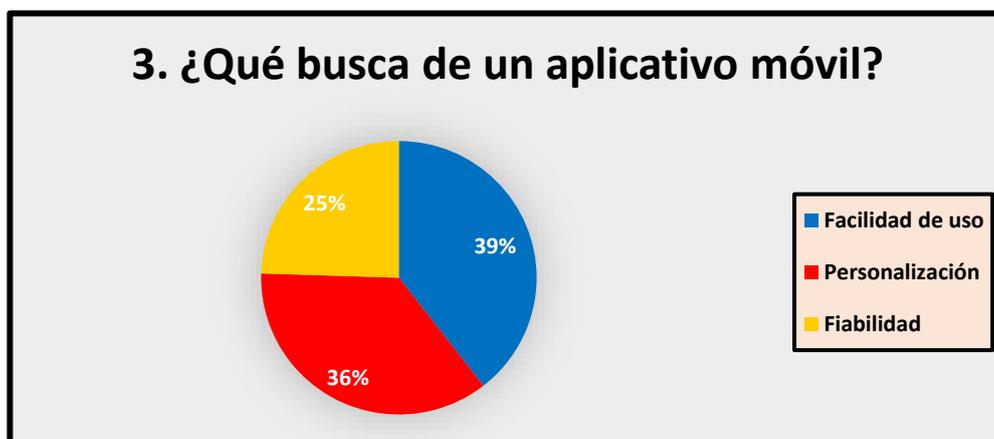
¿Cuenta con un celular Smartphone?



Mediante la pregunta número 2 de la encuesta, se puede concluir que el 81.5% de usuarios cuentan con un celular Smartphone, mientras el 18.5% no cuenta con dicho celular.

Figura 23

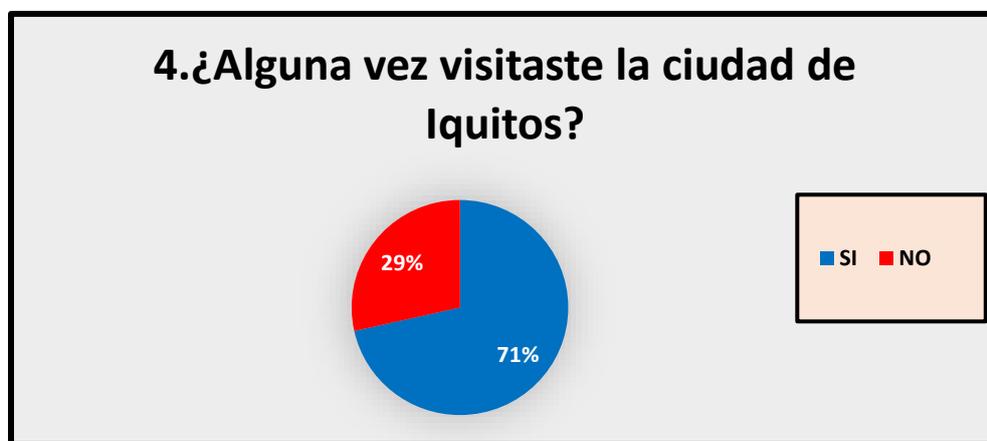
¿Qué busca de un aplicativo móvil?



El 39% de personas encuestadas buscan que un aplicativo móvil cuente con facilidad de uso, mientras que el 36% requiere que el aplicativo móvil tenga la opción de ser personalizada, de acuerdo con los gustos de cada usuario, y finalmente el 25% optaron por escoger la fiabilidad del aplicativo móvil.

Figura 24

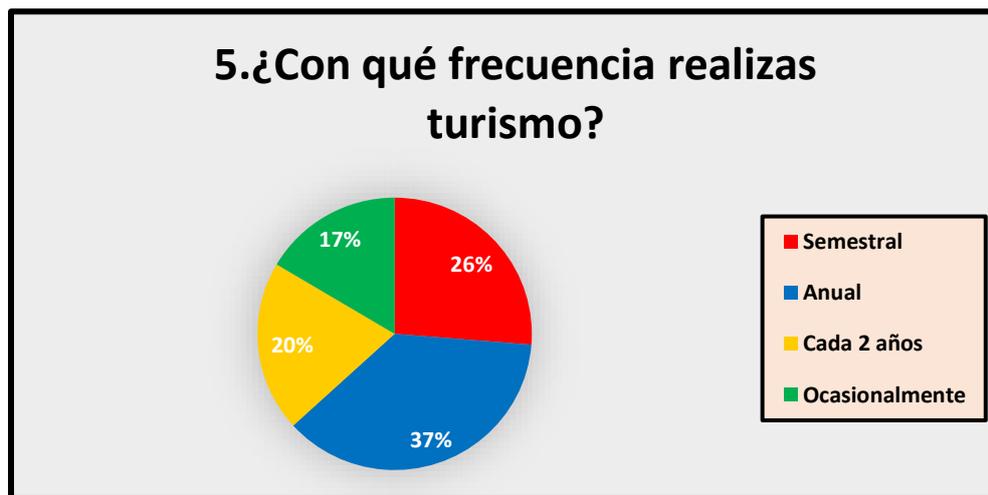
¿Alguna vez visitaste la ciudad de Iquitos?



Un 71% del total de encuestados visitaron la ciudad de Iquitos, ya sea para diferentes tipos de eventos, mientras que un 29% de personas, aun no lo visitaron.

Figura 25

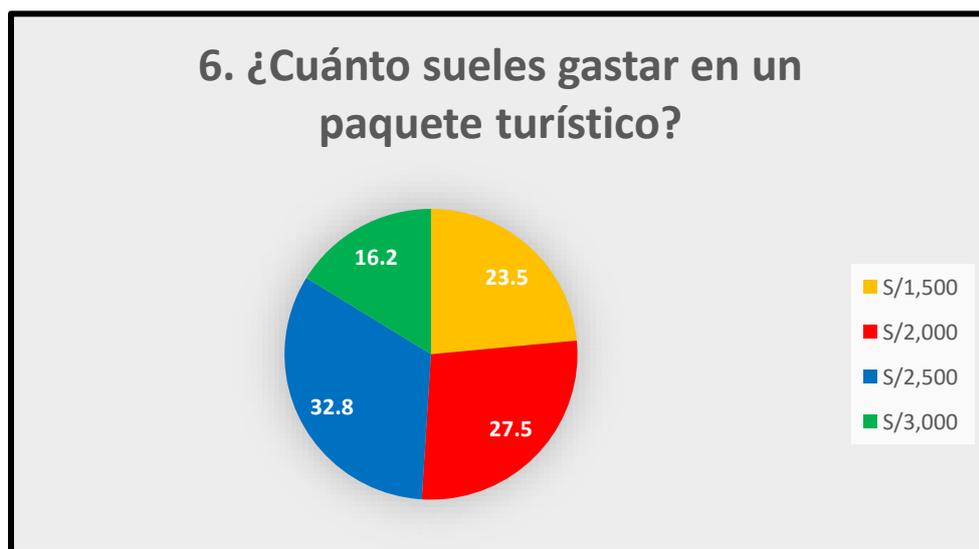
¿Con qué frecuencia realizas turismo?



El 37% de personas encuestadas realizan turismo anualmente, mientras que un 26% hacen turismo cada semestre del año, por tanto, el 20% de personas realiza turismo cada 2 años, y finalmente el 17% de encuetados, realizan turismo ocasionalmente.

Figura 26

¿Cuánto sueles gastar en un paquete turístico?

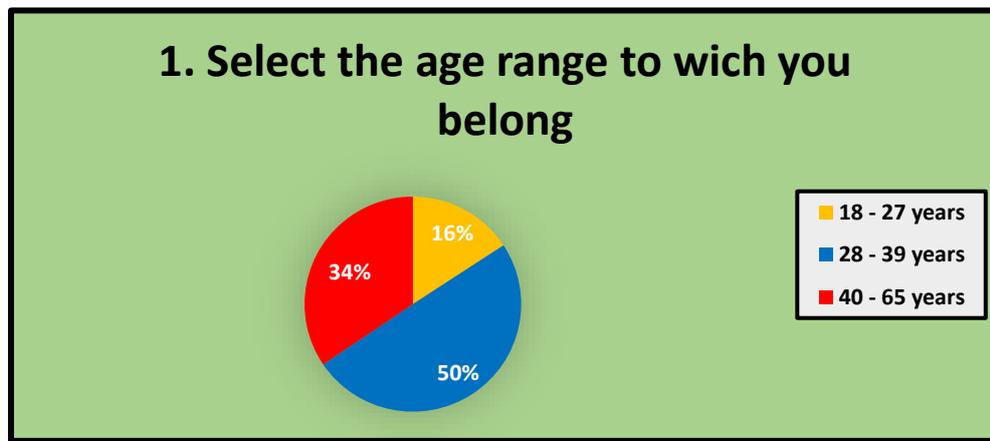


Mediante esta encuesta también se pudo observar que el 33% de encuestados tienen un promedio de gasto comprando paquetes turísticos de S/. 2,500.00, el 28% de personas gastan un promedio de S/. 2,000.00, el 23% gastan S/. 1,500.00 y finalmente el 16% suelen gastar S/. 3,000.00 en paquetes turísticos.

Segmentación Internacional

Figure 27

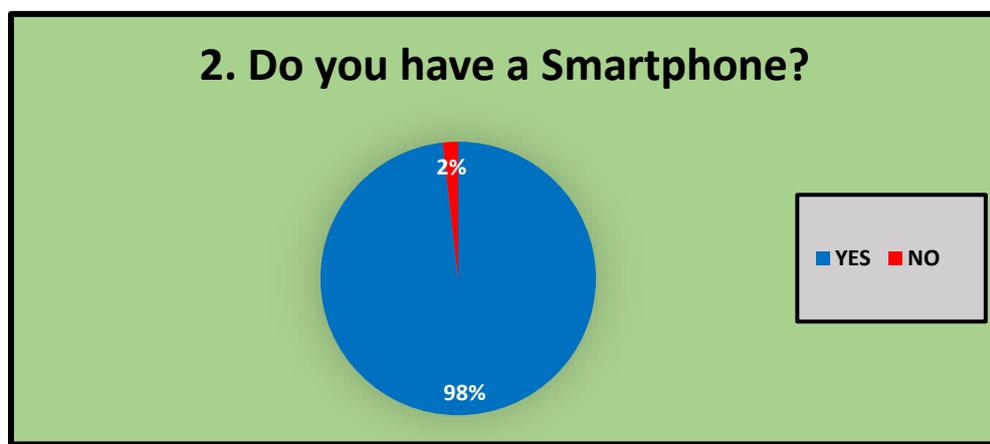
Age Range



Los resultados de la primera pregunta de nuestra encuesta, muestra que el 50% de usuarios extranjeros tienen un rango de edad entre 28 a 39 años de edad, mientras que el 34% de encuestados tienen entre 40 a 65 años, y finalmente el 16% de personas tienen de 18 a 27 años de edad.

Figure 28

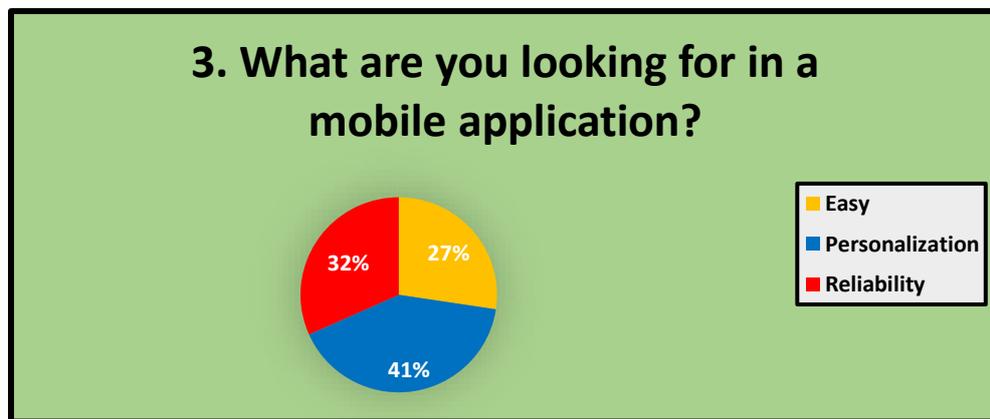
Do you have a Smartphone?



El 98% de personas cuentan con un celular Smartphone, mientras que el 2% de encuestados no cuentan con un celular Smartphone.

Figure 29

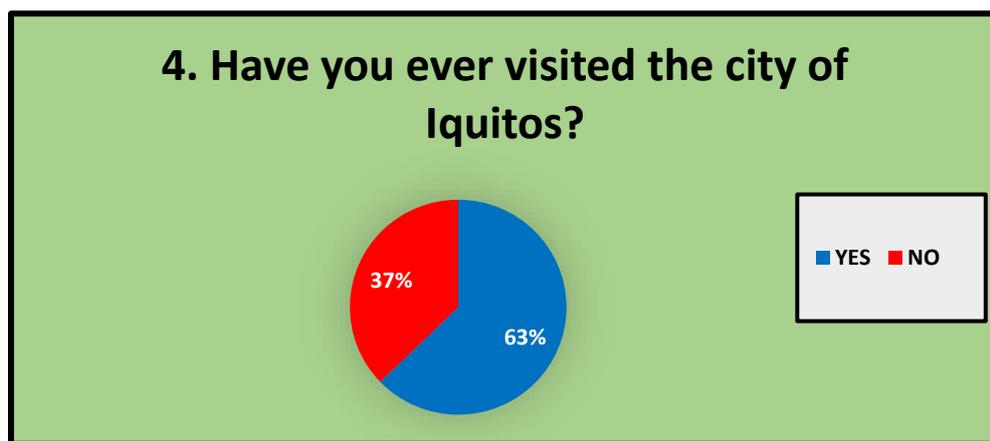
What are you looking for in a mobile application?



Un 41% del total de encuestados buscan que un aplicativo móvil cuente con la opción de ser personalizados para los distintos gustos de cada usuario, y el 32% busca que el aplicativo móvil sea fácil de usar, y finalmente el 27% de personas buscan que el aplicativo móvil sea fiable.

Figure 30

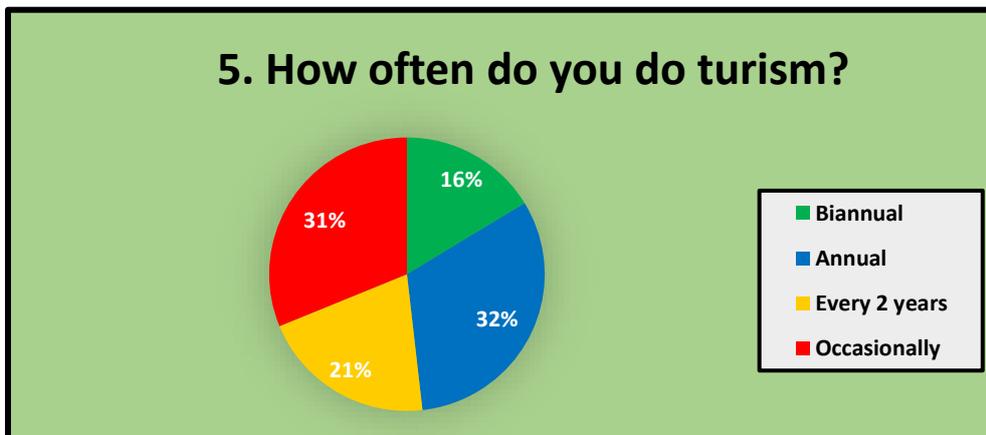
Have you ever visited the city of Iquitos?



El 63% de encuestados extranjeros visitaron la ciudad de Iquitos, mientras que el 37% aun no visitaron la ciudad de Iquitos.

Figure 31

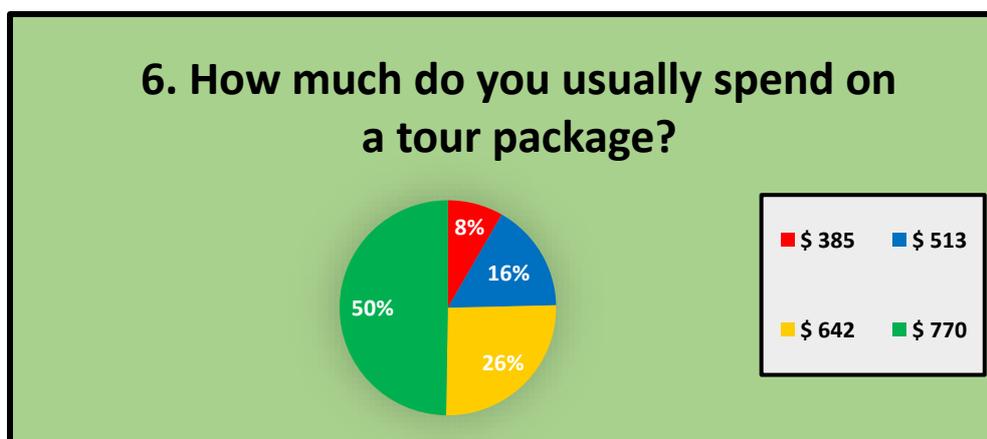
How often do you do tourism?



Los resultados nos muestran que el 32% de encuestados realizan turismo anualmente, mientras que el 31% realiza turismo ocasionalmente. El 21% lo hace cada 2 años y finalmente el 16% de personas del extranjero realizan turismo semestralmente.

Figure 32

How much do you usually spend on a tour package?



Un 50% de turistas extranjeros gastan en paquetes turísticos US\$ 770.00 mientras que el 26% gastan un promedio de US\$642.00, el 16% de turistas gastan US\$513.00y finalmente el 8% de encuestados gastan US\$385.00.