

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN
DE UN ECOLOGDE EN EL DISTRITO DE BAGUA
GRANDE-UTCUBAMBA, AMAZONAS-PERÚ**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

Yesmy Jackelyn García Cotrina

Chiclayo, 15 de Diciembre de 2016

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN
DE UN ECOLODGE EN EL DISTRITO DE BAGUA
GRANDE-UTCUBAMBA, AMAZONAS-PERÚ**

POR:

Yesmy Jackelyn García Cotrina

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el
Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Mgtr. Jorge Mundaca Guerra
Presidente de Jurado

Lic. Marita Cruz Pupuche
Secretaria de Jurado

Mgtr. Rafael Martel Acosta
Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2016

DEDICATORIA

Para Natividad García, Brizaida Cotrina y hermanos.

Por su apoyo, paciencia y cariño incondicional
para alcanzar este logro.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitir a ver culminado este ciclo,
a cada maestro que estuvo allí para brindarme
conocimiento y formación mi familia y seres queridos.

RESUMEN

Esta investigación determina la viabilidad para la creación de un ecolodge en el Distrito de Bagua Grande en el Departamento de Amazonas, enfocada al turista nacional de la Región Norte más el Departamento de Lima entre 15 a 50 años. En la viabilidad del plan estratégico se evidenció una oportunidad de negocio encontrando un decadente servicio en los sectores de alojamiento y restaurante, evaluando las matrices internas y externas nos encontramos en la zona V lo cual se tiene que desarrollar estrategias enfocadas al desarrollo de productos y mercado. En la viabilidad del estudio de mercado se realizó una encuesta obteniendo información acerca del perfil del consumidor que visitaría este ecolodge y un focus group para determinar el nombre del proyecto siendo el escogido ECOLODGE “La Quebrada”, además se calculó el mercado disponible estando sujeta a los NSE A y B de cada departamento debido a la capacidad de pago, el mercado efectivo evaluó la encuesta encontrando que el 43% viaja para descansar y el 52% escoge un lugar por sus paisajes y el mercado objetivo se relaciona con el ingreso familiar de esta encuesta. En la viabilidad del estudio técnico-operativo se evaluó a nivel macrolocalización siendo el Departamento de Amazonas y microlocalización considerando a Bagua grande como las mejores alternativas, teniendo un área total de 15000 m². En la viabilidad organizacional y legal se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, se contará con certificado ambiental y con Normas ISO para gestionar la calidad. En la viabilidad del estudio económico financiero la inversión total es de S/.9,349,027 del cual el 60% es capital propio y el 40% que será financiado mediante un crédito financiero por el Banco Interbank, además se calcularon los presupuestos y gastos para poner en marcha el proyecto, se detallará con un flujo de caja económico y financiero los movimientos que se realizarán, evaluando la recuperación de la inversión, planteando un análisis de riesgo evaluando tres escenarios concluyendo que el proyecto es atractivo para el mercado.

Palabras claves: Ecolodge, pensamiento ecológico y bungalows.

ABSTRACT

This research determinates the viability for the creation of an ecolodge in Bagua Grande district, Amazonas' Department. This is focused on the national tourist of the North Region more Lima department between 15 and 50 years. In the viability of the strategic plan a business opportunity was evidenced finding a decadent service in the sectors of lodging and restaurant, evaluating the internal and external matrices we are in the zone V which has to develop strategies focused on the development of products and market. In the viability of the market study a survey was carried out obtaining information about the profile of the consumer that would visit this ecolodge and a focus group to determinate the name of the project being to chosen ECOLODGE " La Quebrada", in addition the available market was calculated being subject to the NSE A and B of each department due to the ability to pay, the effective market evaluated the survey finding that 43% travel to rest and 52% choose a place for their landscapes and the target market is related to family income of this survey. In the viability of the technical-operational study was evaluated at the macro localization level being the department of Amazonas and micro localization considering Bagua Grande as the best alternatives, having a total area of 15000m. In the organizational and legal viability will be constituted as a Limited Liability Company, will have an environmental certificate and ISO standards to manage the quality. In the viability of the economic and financial study, the total investment is S / .9,349,027.70, 60% of which is its own capital and 40% of which will be financed by a financial loan by Interbank Bank. In addition, budgets and expenses were calculated to The project will be detailed, with an economic and financial cash flow, the movements to be carried out, evaluating the recovery of the investment, proposing a risk analysis evaluating three scenarios concluding that the project is attractive to the market.

Keywords: Ecolodge, ecological thinking and bungalows.

ÍNDICE

DEDICATORIA.

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

I.	INTRODUCCIÓN.....	14
II.	MARCO TEÓRICO.....	16
	2.1. Definición de términos básicos	16
	2.2. Macroeconómico.....	17
	2.3. Microeconómico.....	22
III.	MATERIALES Y MÉTODOS	24
	3.1. Tipo de investigación	24
	3.1.1. Población, muestra y muestreo	24
	3.1.2. Instrumento de recolección de datos	25
	3.1.3. Procesamiento y análisis de datos.....	25
IV.	PROPUESTA.....	26
	4.1. Plan estratégico.....	26
	4.1.1. Objetivos	26
	4.1.2. Modelo de negocio.....	26
	4.1.3. Fuerzas de Porter.....	28
	4.1.4. Cadena de valor del sector.....	32
	4.1.5. Misión	34
	4.1.6. Visión	34
	4.1.7. Valores	35
	4.1.8. Matriz FODA de la empresa.....	36
	4.1.9. Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)	37

4.1.10. Matriz de evaluación de los factores externos (EFE).....	37
4.1.11. FODA cruzado	38
4.2. Estudio de mercado.....	40
4.2.1. El consumidor.....	40
4.2.2. Resultados del comportamiento del perfil del consumidor.....	46
4.2.3. Mercado potencial	61
4.2.4. Marca, logo y slogan	63
4.2.5. Mezcla comercial	64
4.3. Estudio técnico-operativo	74
4.3.1. Localización	74
4.3.2. Tamaño	76
4.3.3. Características físicas	79
4.3.4. Procesos	85
4.3.5. Muebles y equipos por zonas.....	89
4.3.6. Suministros.....	97
4.4. Estudio organizacional y legal	100
4.4.1. Tipo de sociedad	100
4.4.2. Afectación tributaria.....	101
4.4.3. Normas competentes	102
4.4.4. Licencia ambiental.....	103
4.4.5. Normas ISO	104
4.4.6. Estructura organizacional	105
4.4.7. Funciones del personal.....	106
4.4.8. Requerimientos del personal	107
4.4.9. Reglamento interno de la empresa	109
4.5. Estudio económico-financiero	110

4.5.1.	Inversión en activos fijos tangibles	110
4.5.2.	Inversión en activos intangibles.....	111
4.5.3.	Depreciación y amortización.....	112
4.5.4.	Capital de trabajo	113
4.5.5.	Presupuesto de ingresos	114
4.5.6.	Presupuesto de egresos	115
4.5.7.	Estructura del financiamiento.....	116
4.5.8.	Financiamiento.....	117
4.5.9.	Punto de equilibrio	118
4.5.10.	Estado de ganancias y pérdidas	122
4.5.11.	Flujo de caja.....	123
4.5.12.	Análisis de rentabilidad-VAN Y TIR	125
4.5.13.	Recuperación de la inversión-PAYBACK.....	125
4.5.14.	Análisis de riesgo	127
V.	CONCLUSIONES	130
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	134
VII.	ANEXOS.....	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Muestreo estratificado	24
Tabla N° 2. Matriz de evaluación de factores internos EFI	37
Tabla N° 3. Matriz de evaluación de factores externos EFE	38
Tabla N° 4. FODA cruzado	39
Tabla N° 5. Principales mercados emisores del turismo nacional	41
Tabla N° 6. Gasto promedio y porcentaje de alojamiento pagado	41
Tabla N° 7. Edad de los turistas nacionales de la región norte según sexo	47
Tabla N° 8. Ingreso de los turistas nacionales de la región norte según ocupación	48
Tabla N° 9. Edad de los turistas nacionales según disposición de pago para los servicios	56
Tabla N° 10. Mercado potencial	62
Tabla N° 11. Tasa de crecimiento promedio	62
Tabla N° 12. Brecha oferta-demanda	63
Tabla N° 13. Servicio base de alojamiento	66
Tabla N° 14. Servicio base operador turístico	67
Tabla N° 15. Servicios complementarios	68
Tabla N° 16. Precios ecolodge y tour turístico	72
Tabla N° 17. Matriz de macrolocalización	75
Tabla N° 18. Matriz de microlocalización	76
Tabla N° 19. Área de habitaciones, bungalows y ecosuites	77
Tabla N° 20. Longitud del sector Administrativo y servicios	78
Tabla N° 21. Longitud del sector Abierto	79
Tabla N° 22. Características bungalows	81
Tabla N° 23. Características habitaciones	82
Tabla N° 24. Características ecosuites	83
Tabla N° 25. Características del sector central	84
Tabla N° 26. Total de muebles y equipos	89
Tabla N° 27. Muebles y equipos de la zona administrativa	90

Tabla N° 28. Mueble y equipos de la zona de servicios	91
Tabla N° 29. Mueble y equipos de la zona de alojamiento	95
Tabla N° 30. Total de suministros	97
Tabla N° 31. Suministros requeridos por zonas	98
Tabla N° 32. Paso para constitución	100
Tabla N° 33. Régimen especial de hospedaje, actividad turística y ecolodge	102
Tabla N° 34. Funciones del personal	106
Tabla N° 35. Perfil requerido para el personal	107
Tabla N° 36. Inversión en sueldos administrativos, mano de obra directa e indirecta	109
Tabla N° 37. Reglamento interno	110
Tabla N° 38. Inversión en activos fijos tangibles	111
Tabla N° 39. Inversión en activos intangibles	112
Tabla N° 40. Total de Depreciación y amortización	113
Tabla N° 41. Total de capital de trabajo	113
Tabla N° 42. Presupuesto de ingresos	114
Tabla N° 43. Presupuesto de egresos	115
Tabla N° 44. Estructura de financiamiento	117
Tabla N° 45. Cronograma de amortización y pago de intereses anuales del financiamiento	118
Tabla N° 46. Costos fijos y variables	119
Tabla N° 47. Punto de equilibrio en el área alojamiento	120
Tabla N° 48. Punto de equilibrio en circuito turístico	121
Tabla N° 49. Estado de ganancias y pérdidas	122
Tabla N° 50. Flujo de caja económico y financiero	123
Tabla N° 51. Análisis de sensibilidad	125
Tabla N° 52. Recuperación de la inversión económica y financiera	126
Tabla N° 53. Análisis de escenarios	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Flujo del turismo interno	17
Figura N° 2. Visita del turista nacional a la Fortaleza Kuelap	18
Figura N° 3. Gasto diario y promedio del turista nacional	19
Figura N° 4. Modelo de negocio CANVAS	27
Figura N° 5. Número de Ecolodge a nivel nacional enero 2008-julio 2014	28
Figura N° 6. Número de establecimientos de alojamiento en Amazonas	29
Figura N° 7. Matriz FODA	36
Figura N° 8. Aspectos del vacacionista nacional	42
Figura N° 9. Motivación de los turistas nacionales	43
Figura N° 10. Intereses del vacacionista nacional	44
Figura N° 11. Tipo de alojamiento	45
Figura N° 12. Compañía de viaje	46
Figura N° 13. Edad de los turistas nacionales de la Región Norte según género	47
Figura N° 14. Ingresos de los turistas nacionales de la Región Norte según ocupación	48
Figura N° 15. Zona de precedencia de los turistas nacionales de la Región Norte	49
Figura N° 16. Percepción de los turistas nacionales de la Región Norte para la creación de un ecolodge en el Distrito de Bagua Grande	50
Figura N° 17. Edad de los turistas nacionales de la Región Norte y características físicas que usted considera, asistiría a este ecolodge	51
Figura N° 18. Edad de los turistas nacionales de la Región Norte según la práctica de deporte, va de la mano con la naturaleza	51
Figura N° 19. Sexo de los turistas nacionales de la Región Norte según la palabra ecolodge lo relaciona	52
Figura N° 20. Los turistas nacionales se acostumbraran a visitar este ecolodge	53

Figura N° 21. Edad según modalidad de viaje de los turistas nacionales de la Región Norte	54
Figura N° 22. Nivel de ingresos según permanencia de viaje de los turistas nacionales de la Región Norte para la creación de un ecolodge	55
Figura N° 23. Edad de los turistas nacionales según disposición de pago para los servicio del ecolodge	56
Figura N° 24. Nivel de ingresos de los turistas nacionales de la Región Norte según frecuencia de viaje a este ecolodge	57
Figura N° 25. Motivos que considera el Turista Nacional de la Región Norte para la creación de un Ecolodge en el distrito de Bagua Grande..	58
Figura N° 26. Expectativas de las características físicas de los Turistas Nacionales de la Región Norte hacia el Ecolodge	59
Figura N° 27. Medios de comunicación por el cual se enterarían de este Ecolodge los Turistas Nacionales de la Región Norte	60
Figura N° 28. Marca, logo y slogan del Ecolodge “La Quebrada”	64
Figura N° 29. Modelo de concepción de calidad del servicio	69
Figura N° 30. Distribución las zonas del ecolodge	85
Figura N° 31. Diagrama de flujo de restaurante	86
Figura N° 32. Diagrama de flujo de operador turístico	87
Figura N° 33. Diagrama de flujo de alojamiento	88
Figura N° 34. Organigrama Estructural del Ecolodge	105

I. INTRODUCCIÓN

ATLAS: REGIONES DEL PERÚ (2004), el Departamento de Amazonas no es conocido precisamente por albergar algunos de los causes que vierte sus aguas al gran Rio-Mar de la Selva Peruana. Existe diversidad de lugares ligándose directamente con la naturaleza, debido a que tiene una diversidad de áreas verdes y que esperan ser descubiertos por el turismo, escenarios naturales de belleza acogedora y pueblos tradicionales que se convertirán en eje de desarrollo de esta región. Direccion Regional de Comerio Exterior y Turismo-Amazonas DIRCETUR-AMAZONAS (2010), considera a la ciudad de Chachapoyas el más representativo, se debe a que posee un encanto especial, sus estrechas calles y viviendas de estilo colonial son bastantes acogedoras; además de la calidez de su gente y su agradable clima, donde la modernidad se abre camino bajo el respeto profundo ante lo tradicional. Chachapoyas es una ciudad con una riqueza histórica y cultura muy variada, teniendo como muestra sus carnavales, fiestas patronales y navidades. Entre los atractivos de esta ciudad encontramos la Plaza de Armas, Catedral de Chachapoyas, Obispado, las Iglesias Señor de Burgos y Santa Ana, Santuario de la Virgen Asunta, Pozo de Yanayacu, Pampas de Higo Urco, Casa de las Dos Rosas, Casona Monsante, entre otros. Con respecto a la arqueología cabe resaltar la Ciudadela Fortificada de Kuelap, es el atractivo más representativa de la Región y del Nor-Oriente del Perú, está ubicada en Tingo (Luya), está fortaleza es una gigantesca construcción a base de bloques de piedra caliza y es visitada por cientos de turistas nacionales e internacionales. Bagua Grande es considerada como “El Corazón de Amazonas”, se ha convertido en un punto de visita masiva; según el estudio Fortaleza es Desarrollar, el aumento de turistas a esta provincia, como a todo el departamento, ha llegado a generar una problemática, afectando directamente al turista en esta zona, el principal cuello de botella es la falta de infraestructura turística, generando la improvisación de casa de hospedaje (las viviendas informales no poseen con luz, agua y desagüe) y la mayoría de los restaurantes no cuentan con

instalaciones apropiadas; además de trabajadores no capacitados ofreciendo así servicios decadentes e inadecuados hacia el turista.

Esto permite convertirlo en una oportunidad, colocando en esta zona un modelo de negocio, enfocándonos en brindar una cómoda y acogedora estadía y gastronomía variada, es por ello que se creara un Ecolodge aprovechando la naturaleza y a la vez ofreciendo estos servicios para el turista nacional y habitantes de la zona; dada esta situación se planteó la siguiente pregunta ¿Es viable la creación de un Ecolodge en el Distrito de Bagua Grande?; como objetivo general se determinó la viabilidad para la creación de un Ecolodge en este distrito; considerando a la vez nuestros objetivos específicos los cuales determinaran la viabilidad estratégica, de mercado, la técnica-operativa para analizar las actividades y procedimientos, el organizacional y gestión de personas y el económica-financiera para evaluar la rentabilidad del proyecto y definir si es viable la creación del ecolodge en el Distrito de Bagua Grande-Amazons. La creación de este modelo de negocio ayudara a mantener a un turista satisfecho que cubra con todas sus expectativas; además de promover el empleo a los habitantes, aumentando así el PBI de la zona, lo cual se pretende inculcar el cuidado del ambiente, ayudando a no generar más contaminación, haciendo entender a la sociedad que se puede ejecutar diferentes negocios considerando como base el cuidado de nuestro entorno.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Definición de términos básicos

- Ecolodge: Es un tipo de alojamiento que respeta los principios de conservación de la naturaleza, beneficiando a la población local y ofreciendo actividades educativas. El diseño del Ecolodge y de las actividades incluidas en el recinto deben animar a la interacción con el medio ambiente y la cultura de la zona. (Eco inteligencia, 2012)
- Pensamiento ecológico: Es la actitud más respetuosa del hombre con la naturaleza, e incluso lo integran total y armónicamente en el espíritu universal y cósmico que suponen es esencia o espíritu de la naturaleza. (Peregrín, 2007)
- Bungalows: Son habitaciones confortables en plena naturaleza, es ideal para pasar un fin de semana o unos días de vacaciones respirando aire puro, lejos del ruido y la contaminación de las ciudades, son un factor clave de conocer los campings. Los bungalows tienen todo lo necesario para la estadía, ofreciendo confort y equipamiento de alto nivel. (Càmpings Tarragona, 2013)
- Contaminación: Es alterar nocivamente la pureza o las condiciones normales de una cosa o un medio por agentes físicos y químicos. (Ministro de Salud, 2013)

2.2. Macroeconómico

Factor demográfico

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2013), en los últimos ocho años, el turismo interno ha obtenido un crecimiento significativo del 10.1% anual, esto se debe por el mayor poder adquisitivo de la población, las diferentes promociones internas de los diversos atractivos turísticos con los que cuenta el Perú, además de tener una de las 7 maravillas del mundo, así mismo los feriados largos declarados por el estado; favoreciendo que la población se interese por viajar, conocer y disfrutar de los diferentes lugares con lo que contamos. Registrando incrementos continuos en el número de visitantes año tras año alcanzando la cifra de 30 523 miles de turistas nacionales.

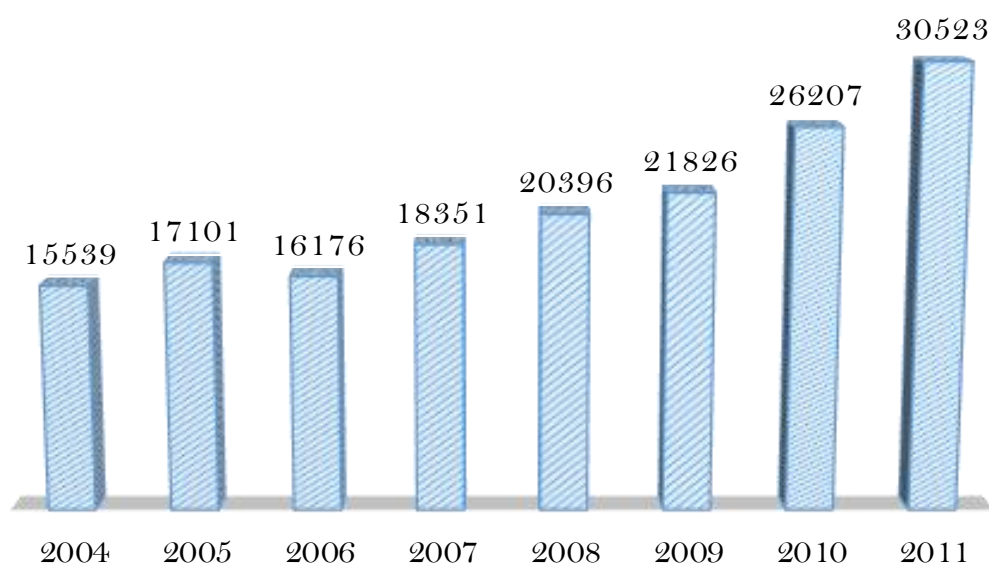


Figura 1. Flujo del turismo interno.

Fuente: MINCETUR.

Dirección Regional de Cultura-Amazonas, Con respecto al turismo interno del departamento de amazonas, considerando como base el atractivo turístico de Kuelap, lo cual nos ayudara a tener una noción del turismo interno que llega a este departamento, encontramos que en los

últimos nueve años ha obtenido un crecimiento significativo; lo cual esta evolución muestra una tendencia creciente sólida, esto es respaldado a que en el último año ha obtenido 27195 miles de visitas. Encabezando el mes de agosto, uno de los cuales encontramos mayor proporción de turista nacional, seguido de julio, octubre y noviembre, registrado en los últimos nueve años.

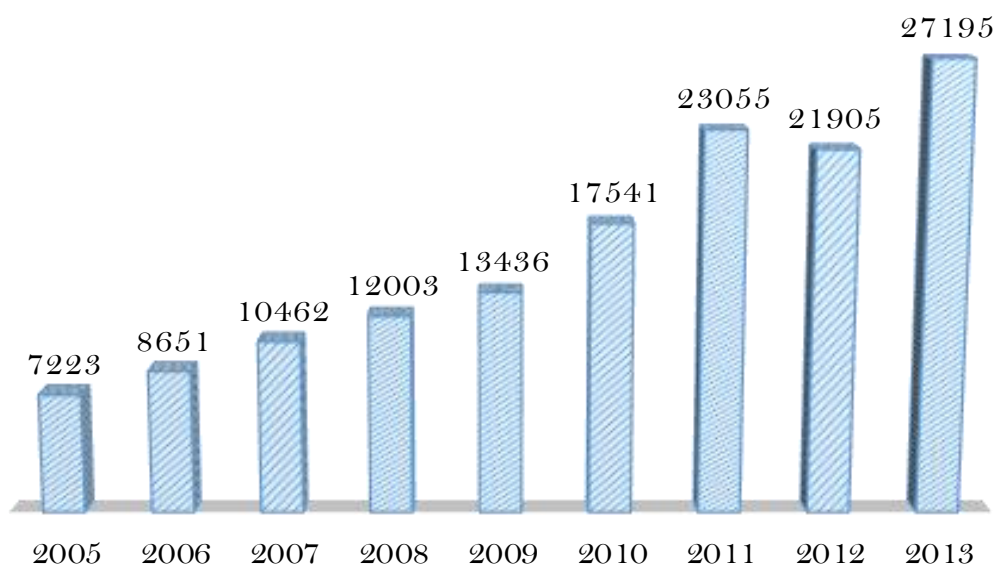


Figura 2. Visita del turista nacional a la fortaleza Kuelap.

Fuente: Ministerio de Cultura-Dirección Regional de Cultura-Amazonas.

Factor económico

Promperú (2013), pertenecientes a los niveles socioeconómicos Alto (A), Medio (B) y Bajo (C), que residen en las ciudades de Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Huancayo, las cuales son las principales ciudades emisoras de turistas nacionales, los gastos promedio del vacacionista es de S/.458.00 nuevos soles por persona, lo cual ha aumentado en un 20%, esto se debe a que en gran parte ha hecho uso de alojamientos pagados el 53% y menor uso de ómnibus el 72%, incrementando a la vez el uso de avión en un 12%, al año anterior. Considerando los cinco destinos nacionales que más visitaron en el 2012 fueron: Lima, Junín, Ica, Arequipa y Piura; acumulando con mayor proporción un 55.5% de los viajes por vacaciones, referente a este se ha podido analizar el perfil de

cada uno. La participación de la Región Amazonas en el PBI es mínima, sin embargo en los últimos años se encuentra dentro de las regiones que ha crecido en relación al indicador nacional, debido a la promoción de actividades productivas especialmente de la agricultura y la promoción del turismo, según el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología E Innovación – Amazonas (2013), alcanzando en el 2009 un incremento del 2.9% superando a Huancavelica siendo este en un 2.7%, para Ica un 2.6%, para Puno un 2.5% y para Lambayeque un 2.1% entre otros; considerándose como un departamento atractivo con tendencia a seguir creciendo.

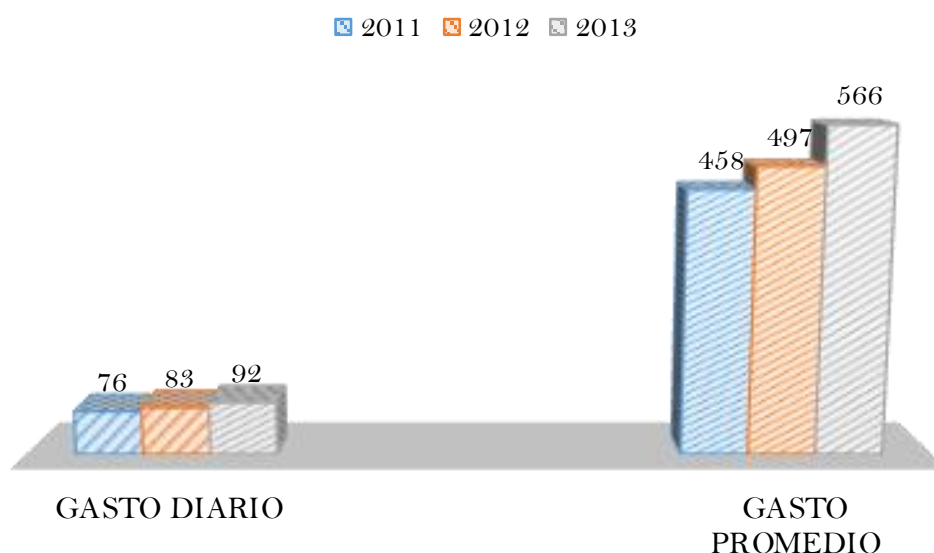


Figura 3. Gasto diario y promedio del turista nacional.

Fuente: Perfil del turista Nacional 2013-Promperu.

Factor ambiental

International Finance Corporation (2004), en el estudio sobre Ecolodges: Exploring Oportunities For Sustainable Business (2004), lo cual ayuda a examinar el mercado determinando los factores claves de su viabilidad económica y oportunidades de negocio en base a este modelo de negocio, considerando mucho los materiales de construcción que se utilizaran, insecticidas naturales, fuentes renovables y botes de baja polución pueden beneficiarse tanto el desarrollo ambiental como lograr

reducir los costos de operación lo cual hará que se aproveche todos los recursos naturales, sin perjudicar a la naturaleza. El promover el Ecoturismo o un Eco fundo da un nuevo valor de un área natural, el crecimiento del mercado en estos negocios se ha convertido en un estímulo para ofrecer nuevos productos, siendo diferenciado y creativos. La experiencia juega un papel sumamente importante dado que el viajero está dispuesto a pagar con tan de obtener experiencias inolvidables y agradables. La planificación de un negocio eco turístico debe ser muy cuidadosa por los distintos aspectos que hay que tener presentes. Promperú (2002), considera que se debe tratar de usar medios que permitan ahorrar energía y agua, levantar construcciones con materiales locales sin romper con la armonía del paisaje, reducir la producción de basura, reciclar aquello que se pueda, comprar productos reciclados y establecer tratos con proveedores cuyas políticas sean coincidentes con las de la empresa, dando siempre un espacio a los proveedores locales.

Factor tecnológico

Primer informe: Situación del Ecoturismo en el Perú (2002), el contar con una tecnología adecuada ayudara a mantener operaciones limpias, generando iniciativas eco turísticas para los servicios ofrecidos e incentivar la producción e instalación de equipamientos y la creación ayudando a mejorar la calidad del ambiente, favoreciendo directamente a este modelo de negocio. Ecolodges: Exploring Oportunities For Sustainable Business (2004), considera que la arquitectura de bajo impacto dependerá considerablemente en donde se tendrá que construir un Ecolodge, teniendo en cuenta el material adecuado que se utilizara en las construcciones. International Finance Corporation (2004), un clave ejemplo en Latinoamérica es el Resort Finca Rosa Blanca, lo cual se caracteriza por la ubicación de sus suites, estando encima de los arboles Cristóbal, empleando madera y rocas de lava volcánica propias de la zona. Este modelo se asemeja a esta propuesta de negocio dado que ofrece

deporte de aventura con un entorno agradable y sano, y en gran parte el cuidado del medio ambiente. Promperú (2002), considera que en Perú un gran ejemplo es el Ecolodge de Tambopata se distingue dado que sus instalaciones no cuenta con puertas (sino utilizan cortinas de yute), no cuentan con energía eléctrica (se usan energía de un generador), los pasadizos, caminos, cuartos y demás instalaciones se usan lámparas de kerosene.

Factor político

Promperú (2002), la construcción de Ecolodge en territorio peruano está regulada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, basada en el Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, considerando las disposiciones para la clasificación, categorización funcionamiento y supervisión de Ecolodge, el cual permitan enriquecer la estadía de los turistas en temas de comodidades y esparcimiento. Otras leyes que se relacionan directamente son Ley N° 26961 (involucra al Desarrollo de la Actividad Turística), DS 009-92 ICTI (evalúa la importancia de os interese públicos y necesidad nacional el desarrollo del turismo ecológico) y RM N° 0314-2002-AG (Disposiciones complementarias para el otorgamiento de concesiones para ecoturismo).

Factor cultural

Plan Estrategico Nacional de Turismo (PENTUR) 2013, el Perú desarrolla un turismo basado en un turismo multitemático, sostenible, competitivo, gestionando de manera descentralizada y con una activa participación de los actores locales, a fin de asegurar un desarrollo armonioso del turismo en los territorios, que contribuyan a la mejora de la calidad de vida de la población. El departamento de Amazonas, en los próximos años, tiene la oportunidad para potenciar aún más sus destinos de turismo cultural y de naturaleza, pues existirá demanda creciente año

a año, proveniente de un turista que valora más las condiciones de una experiencia de viaje auténtica, y con el que se puede desarrollar una mayor cercanía gracias a las tecnologías de información y comunicación. El turismo global mostrará crecimientos lentos; sin embargo, las economías emergentes, entre ellas el Perú, tendrán mayor protagonismo, como polos de atracción y como centros de emisión de crecientes flujos turísticos. Promperú (2012), es interesante el poder observar que dentro del segmento del ecoturismo la demanda se incrementa en mayor medida al turismo tradicional, con un crecimiento del 5% al 10% proyectado. En particular el turismo de naturaleza muestra un crecimiento anual de 30% inclusive. Es por ello, que se puede apreciar la evolución de los segmentos de turismo cultural y natural en nuestro país en los últimos años.

2.3. Microeconómico

Clientes

Personas de 15 a 50 años que les guste disfrutar de una agradable y acogedora estadía, experimentando una gastronomía variada; además de practicar deporte de aventura interactuando así con la naturaleza.

Proveedores

Los proveedores nacionales serian el Home Center Sodimac y Maestro para los materiales de construcción como gasfitería, entre otros; además los supermercados Tottus y Saga Falabella para los artefactos, textil (toallas, sabanas, etc.), menaje (ollas, platos, cubiertos, otros) que se utilizaran en todo el Ecolodge y los negocios de la zona.

Competencia

La infraestructura hotelera que encontramos en el Distrito de Bagua Grande es muy escasa, dado que no hay los suficientes hoteles con las características esenciales para mantener a un turista satisfecho. Cabe señalar que como competencia directa no existe un ecolodge con características similares o iguales a lo que se ofrecerá y como competencia indirecta hay hoteles y hostales, el más conocidos y que están legalmente registrados que encontramos son el Hotel del Edén, el Hostal Tavariz, el Hostal Iris, el Hostal Santa Isabel, el Rio Hotel Bagua Grande, el Hostal Paulina, el Hostal Hospedaje EL Rain, el Hotel Singapur, el Hostal Mija, el Hostal Hospedaje El Chiclayano, el Hostal Amazonas, el Hostal Gran Atlanta, el Hostal Karin, entre otros; considerando también como competencia a aquellas viviendas que improvisan como hospedajes ofreciendo servicio de posadas.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo de investigación

Es prospectiva ya que se respalda en la cronología de las observaciones levantadas, teniendo como ventaja el control de las variables independiente, la inspección y revisión de las mediciones que se emplearan en dicha investigación.

3.1.1. Población, muestra y muestreo

La población que se consideró es la Región Norte siendo los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca, San Martín, Amazonas, Ancash y Lima; debido a que estos son mercados atractivos; además de considerarse generadores de turistas nacionales, cabe recalcar que el rango de edad es de 15 a 50 años. Estas cifras han sido extraídas del último censo realizado en el 2007 por el Instituto Nacional de Estadística e Información (INEI). Para calcular la muestra poblacional de la Región Norte y el Departamento de Lima se utilizara una técnica estratificada.

Tabla 1

Muestreo estratificado

DEPARTAMENTOS	N	P	Q	PQ	NPQ	W	Ni
Tumbes	103,305	0.49	0.51	0.25	25815.92	0.013	5
Piura	673,162	0.49	0.51	0.25	168223.18	0.088	34
Lambayeque	482,835	0.49	0.51	0.25	120660.47	0.063	24
La Libertad	672,041	0.49	0.51	0.25	167943.05	0.088	34
Cajamarca	254,725	0.49	0.51	0.25	63655.778	0.033	13
San Martín	261,503	0.49	0.51	0.25	65349.6	0.034	13
Amazonas	87,975	0.49	0.51	0.25	21984.953	0.011	4
Ancash	371,248	0.49	0.51	0.25	92774.875	0.048	19
Lima	4,768,318	0.49	0.51	0.25	1191602.67	0.621	239
Total	7675112				1918010.49		384

Donde:

N: Población

E: Sumatoria de estratos

P: Variable constante en cada estrato

Q: Complemento de P

ND: Producto del tamaño de la población por error de estimación

Nos da un total de 384 personas encuestadas, las cuales se tomaron en cuenta para la recaudación de la información.

3.1.2. Instrumento de recolección de datos

La recolección de datos se llevó a cabo a los habitantes de la Región Norte, Departamento de Amazonas y el Distrito de Bagua grande; la realización de las encuestas será vía online, pertenecientes a los lugares antes mencionados, considerando a la vez el rango de edad de 15 a 50 años.

3.1.3. Procesamiento y análisis de datos

Se realizó una encuesta mostrándose esta en el anexo A para determinar la demanda, lo cual ayudó para fines operativos; además se llevó a cabo un flujo de caja para evaluar la factibilidad económica del proyecto.

IV. PROPUESTA

4.1. Plan estratégico

4.1.1 Objetivos

- Difusión y posicionamiento del Ecolodge para un mercado turístico nacional.
- Mantener alta calidad y comodidad en los servicios de hospedaje y restaurante.
- Realización de programas vivenciales a través de las comunidades locales.
- Desarrollar un ambiente laboral logrando la sinergia del personal.
- Lograr la recuperación de la inversión en un plazo no mayor a 4 años.
- Obtener una tasa anual de rendimiento sobre la inversión para los próximos diez años del 15% después de impuestos.

4.1.2. Modelo de negocio

El modelo CANVAS describe la estructura de la organización evaluando a nivel empresa las actividades claves, las alianzas estratégicas, la estructura de costos y los recursos claves, y a nivel mercado se enfoca en la relación con clientes, el segmento de clientes, los canales de distribución y los ingresos, llegando a generar una propuesta de valor siendo esta la estrategia empresarial que maximara nuestra demanda.

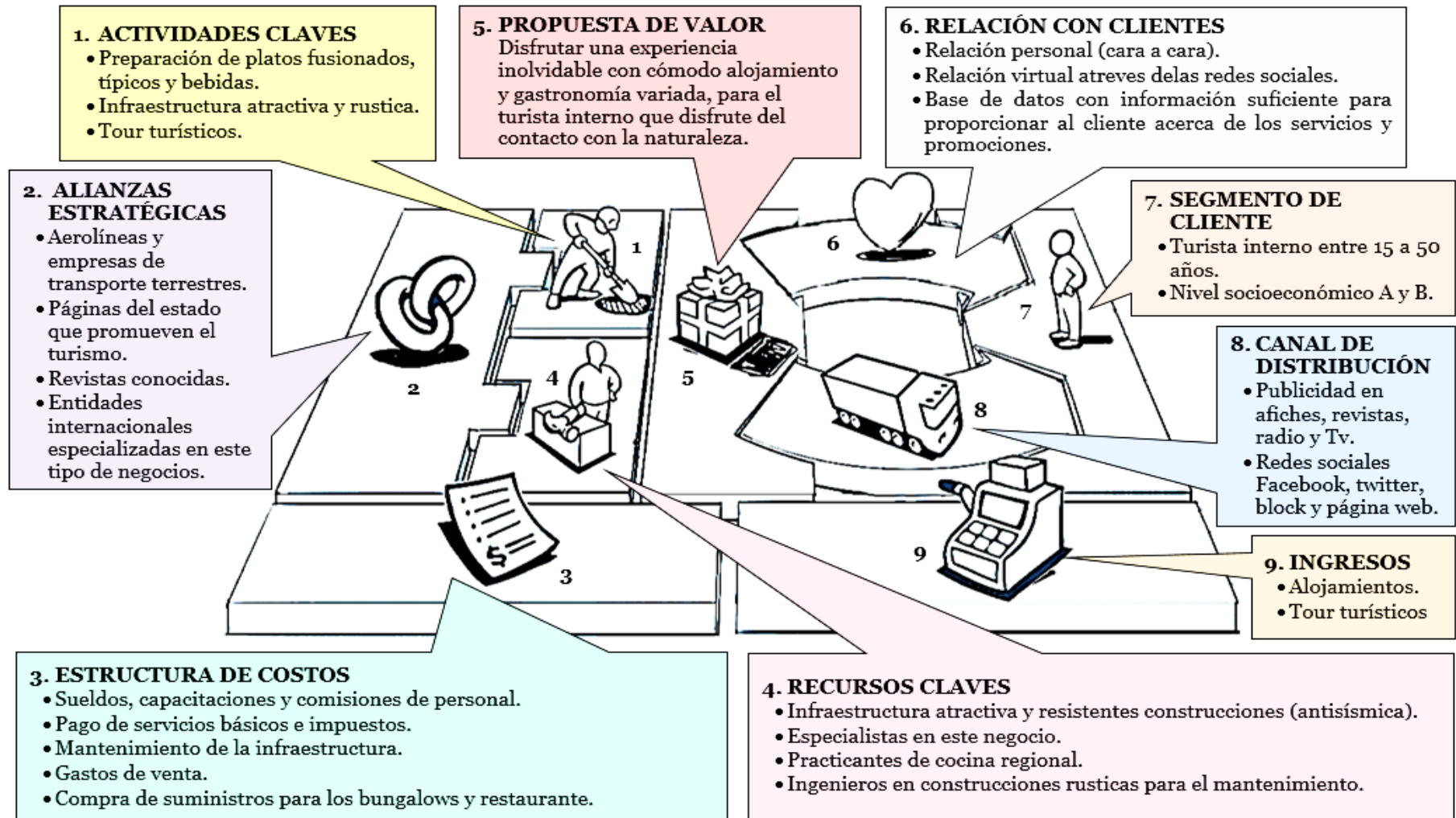


Figura 4. Modelo de negocio CANVAS.

4.1.3. Fuerzas de Porter

Amenaza de nuevos competidores

Las barreras de entrada más significativas para nuevos Ecolodges hace que éstos requieren una serie de condiciones que deben cumplirse desde el punto de vista ambiental y técnico, que exige en un estudio detallado del proyecto, y mayor costo de inversión en investigación. La amenaza de entrada de nuevos Ecolodges es baja, actualmente solo se tiene a nivel nacional 9 Ecolodges como localizados en Arequipa, Lima provincia, Madre de Dios, Pasco y San Martín. Una principal diferencia que existe entre hospedajes nacionales y los Ecolodges, es que estos son capaces de brindar una serie de servicios en relación con el ecosistema, desde esta perspectiva nuevos competidores no podrían brindar servicios alternativos en la zona pues atendería en un mismo ambiente natural lo que constituiría una segunda barrera de entrada importante.

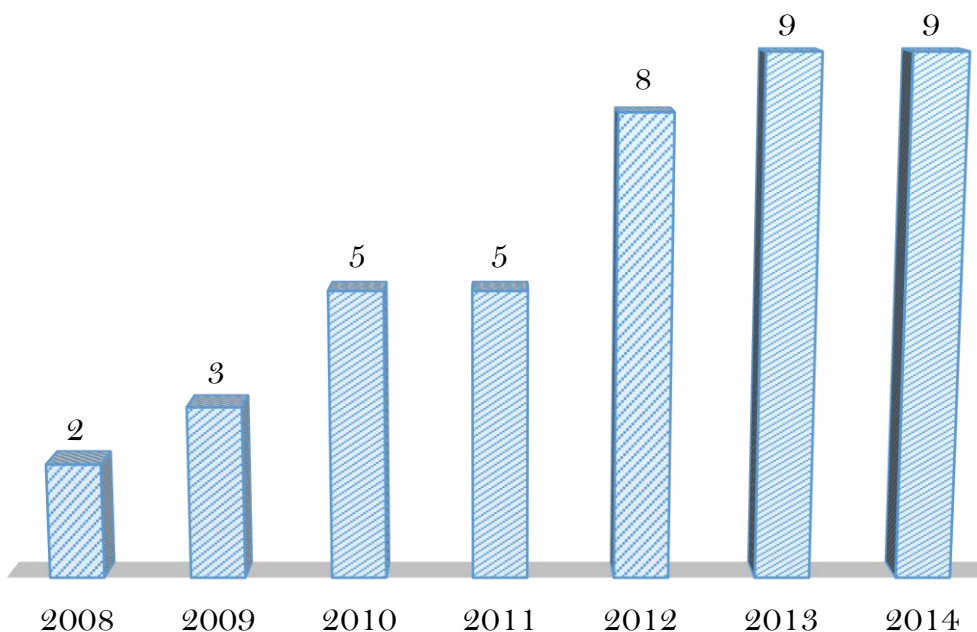


Figura 5. Número de Ecolodge a nivel nacional enero 2008-Julio 2014.

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Capacidad ofertada.

Rivalidad entre competidores

La infraestructura hotelera en esta región no es lo suficientemente buena o atractiva para los visitantes, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) el índice mensuales de culpabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo menciona que está orientada a atender necesidades de un vacacionista nacional, alcanzando 24224 arribos en el mes de Julio del 2014 e internacional con 1220 arribos en el 2014; además la mayoría de hospedajes de una o tres estrellas no son establecimientos óptimos para todos del segmentos del mercado teniendo problemas de agua y desagüe, es por ello que es considerado como un cuello de botella del ecoturismo en esta región, dado que falta infraestructura turística como aeropuerto, hoteles, hospedaje, restaurantes, etc. Considerando como nuestro público objetivo al turista nacional con un nivel socioeconómico A, B y C, la oferta de alojamientos actual no contribuye una competencia directa en ciertos segmentos, dado que la infraestructura no es la más adecuada; además se ven altos y bajos en número de establecimientos para enfrentar los visitantes nacionales que optan por visitar y disfrutar de sus atractivos turísticos de la región.

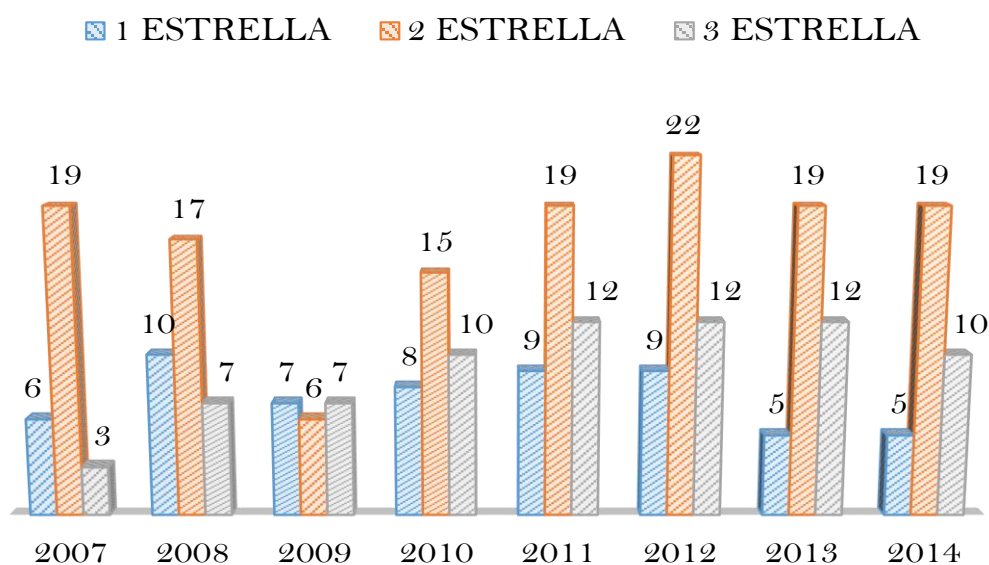


Figura 6. Número de establecimientos de alojamiento en Amazonas.

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y turismo-Capacidad ofertada.

Poder de negociación de los proveedores

Como actividades principales que se brindaran es alojamiento, los insumos y materiales fundamentales vinculados a la alimentación, mantenimiento de las habitaciones y los bungalows. Los proveedores son tan importantes, dado que sin ellos el proyecto no se podría ejecutar. Nuestros proveedores serán nacionales e internacionales. Inicialmente se contara con arquitectos que nos ayuden a diseñar la infraestructura del Ecolodge, además de una constructora para el levantamiento del proyecto (no se ha determinado si esta se encargara de la compra de materiales involucrados en la construcción), si se escoge adecuadamente a los proveedores se podrán obtener materiales de calidad. Para iniciar la construcción se necesitara como material principal el bambú, dado que la infraestructura va a ser antisísmica, protegiendo a ésta como al visitante; demás de otros. Enfocándonos a que está orientado a ser ecológico se requiere equiparlo con tecnología que permita ahorrar energía, reciclar agua y reutilizar cosas para no generar contaminación. Además se mantendrá contacto por personas especialistas en sembrío dado que se contara con huertos para extraer los insumos para la preparación de platillos y bebidas.

Poder de negociación con los compradores

El nivel de poder negociar con nuestros consumidores es un importante punto ya que estos pueden tener una mayor capacidad para cerrar negocios, cabe mencionar que en el mundo empresarial moderno el comprador ha obtenido mayor poder, es por ello que se debe mantener ciertos factores que influyan a éste a mantener contacto y así brindarles o mejor dicho venderles nuestros servicios generando satisfacción en cada uno de los servicios ofrecidos. Uno de los factores claves es que influye en la decisión de compra es la fuerza del poder adquisitivo, actualmente al consumidor se ha convertido más exigente siguiendo sus

gustos y preferencias, manteniendo cierta resistencia en comprar por comprar, mejor dicho lo piensa al momento de adquirir un producto o servicio, haciendo que las empresas se preocupen por darles al consumidor lo que les guste. También encontramos otro factor el de la disponibilidad de la información, el tan solo mantenerlo informado hace que por lo menos el consumidor sepa que existimos y que nos identifique con tan solo escuchar una palabra, es por ello que mantener presencia en redes sociales y páginas web hace que poco a poco el consumidor se interese un poco más por los servicios que brindamos, lo cual ayudara a mantener contacto y acercarles la información suficiente para que visiten a nuestro Ecolodge, considero que el poder de influencia hace que traiga más visitantes es por ello que se brindara una atención de calidad mostrándoles una alternativa diferente con tranquilidad, interacción con la naturaleza y gastronomía variada con nuevos sabores, haciendo que lo recuerden como una experiencia única.

Amenaza de ingresos de productos sustitutos

Los sustitutos limitan los rendimientos potenciales de un sector, para el caso del producto: Ecolodge, se puede decir que los sustitutos no tienen las mismas consecuencias, ya que por general son consideradas como otras posibles alternativas y son utilizadas para la misma función pero no generan un enfoque ecológico que tienen este Ecolodge haciéndolo único en la región. Los posibles sustitutos que podemos encontrar en amazonas con los tradicionales hoteles, hostales y posadas; considerando la modernidad encontramos los apart hotel y resort; además se puede considerar como amenaza a empresas o establecimientos que promuevan el deporte de aventura distribuidos en todo el Perú. Se puede decir que no tenemos competidores que tengan estos servicios fusionados, lo cual es una gran ventaja para nosotros como empresa.

4.1.4. Cadena de valor del sector

Se analizó la cadena de valor de Rio Hotels – Bagua Grande, lo cual ayudará a saber más del sector.

Infraestructura

Pertenece a INVERSIONES ECO E.I.R.L, con nombre comercial RIO HOTEL, ubicado en Jr. Capac Malku N° 115 – San Luis. Tiene como actividad principal el sector de hoteles, campamentos y otros, inicia sus actividades en el 01/11/2007 siendo el gerente general José Carlos Ruiz Melgar. Rio Hotel se encuentra a 5 minutos en coche de la ciudad de Bagua Grande, cuenta con instalaciones atractivas y acogedoras, habitaciones amplias (matrimoniales, simples, dobles y triples), servicios adicionales (frigobar, wi-fi, tv cable, aire acondicionado, servicio a la habitación, lavandería, restaurante, bar, piscina, playa de estacionamiento, loza deportiva, market y almacén para equipajes). Es considerado como un hotel tres estrellas, a pesar que hay otro hotel con el mismo nombre y que también pertenece a la misma corporación, cabe señalar que el que más resalta es el que se encuentra cerca al río, lo cual es una de las mejores alternativas para alojarse en dicha ciudad.

Recursos humanos

Tienen una adecuada gestión con el personal, ya que su equipo de trabajo está conformada por aproximadamente 15 personas que están constantemente capacitados para la atención hacia los clientes, de manera interna mantienen un buen clima laboral, son considerados como colaboradores dentro del hotel.

Tecnología

Realizan una adecuada administración de los desperdicios aprovechándolo al máximo dentro del hotel, cuentan con luz, agua y desagua en buenas condiciones para el uso del cliente.

Aprovisionamiento

Mantienen negociación con sus proveedores abastecimiento de los productos principales para la preparación de alimentos y bebidas ofrecidas en este lugar, siendo estos frescos y apto para el consumo. Cabe señalar que como queda en la ciudad no les es difícil adquirir productos ya que todo se encuentra cerca.

Logística interna

Mantienen buena comunicación con sus proveedores, cuentan con un mini almacén para los insumos que llegan y se utilizan en la cocina y el resto de las instalaciones, llevando un control de estos.

Operaciones

Controlan la calidad de las actividades y servicio brindado desde la entrada hasta la salida de los clientes, además gestionar capacitaciones para el personal, para un mejor servicio.

Logística externa

Tercerización de los servicios de capacitación hacia los colaboradores para un mejor servicio brindado hacia los clientes, cubriendo así las necesidades de estos.

Marketing y ventas

Cuentan con publicidad vía internet, contando con página web y presencia en redes sociales, para que el consumidor sepa la existencia de este Ecolodge.

Servicio pos-venta

Sigue en contacto con el cliente para saber si él está satisfecho con el servicio generando una retroalimentación para mejorar el servicio ofrecido; creando así una base de datos con los datos principales enviando email, informando de las promociones y ofertas con respecto al hotel.

4.1.5. Misión

Ofrecer una alternativa ecológica, educando a nuestros huéspedes sobre el turismo sostenible, brindándoles una experiencia inolvidable y única con un cómodo hospedaje y gastronomía variada, disfrutando así el contacto con la naturaleza, con un ambiente acogedor, manteniendo una atractiva y moderna infraestructura; transformándolo así en un paraíso natural, comprometiéndonos en brindar un servicio de calidad.

4.1.6. Visión

Lograr consolidar a este Ecolodge como una empresa líder e innovadora ofreciendo contacto directo con la naturaleza, siendo prestadora de servicio turísticos; es por ello que se compromete a fomentar, practicar, promover y apoyar practicas sostenidas y ambientales, al mismo tiempo ofrecer un excelente servicio y la más alta calidad en la industria hospitalaria y gastronómica.

4.1.7. Valores

- **Disciplina:** Se debe respetar una serie de reglas o lineamientos establecidas por este Ecolodge, lo cual involucra la puntualidad, seguir el plan trazado por la empresa, establecerse objetivos y alcanzarlos, respetar los recursos del negocio y tener la convicción de terminar y no dejar a medias las cosas que sean importantes para la formación de este.
- **Autocritica:** Es criticarse uno mismo de las acciones que ha realizado ante una actividad, sobre todo en la toma de decisiones, siendo favorable para el bienestar de la empresa y del empleador.
- **Proactividad:** Es tomar acción sobre las oportunidades que se nos presenta, actuando de manera positiva sobre los problemas en sí que los trabajadores tengan iniciativa y capacidad para anticiparse a solucionar problemas para el alojamiento del servicio del Ecolodge.
- **Perseverancia:** Es alcanzar los objetivos trazados por este Ecolodge, mantener firmeza y constancia en la manera de hacer algo; es decir que no se den por vencido fácilmente y ante una caída luchar ante la adversidad.
- **Trabajo en equipo:** Es el trabajo hecho por varios individuos donde cada parte sea fundamental para brindar un buen servicio, siguiendo un objetivo en común, lo cual permite compañerismo, generando entusiasmo y produciendo satisfacción en las actividades.
- **Disponibilidad al cambio:** Es la disposición que tiene el trabajador a enfrentar nuevos cambios dentro de este Ecolodge para alcanzar el éxito.

4.1.8. Matriz FODA de la empresa

Esta herramienta evalúa la situación real de la empresa, analizando las características internas como las debilidades y fortalezas, y las externas siendo las amenazas y oportunidades.

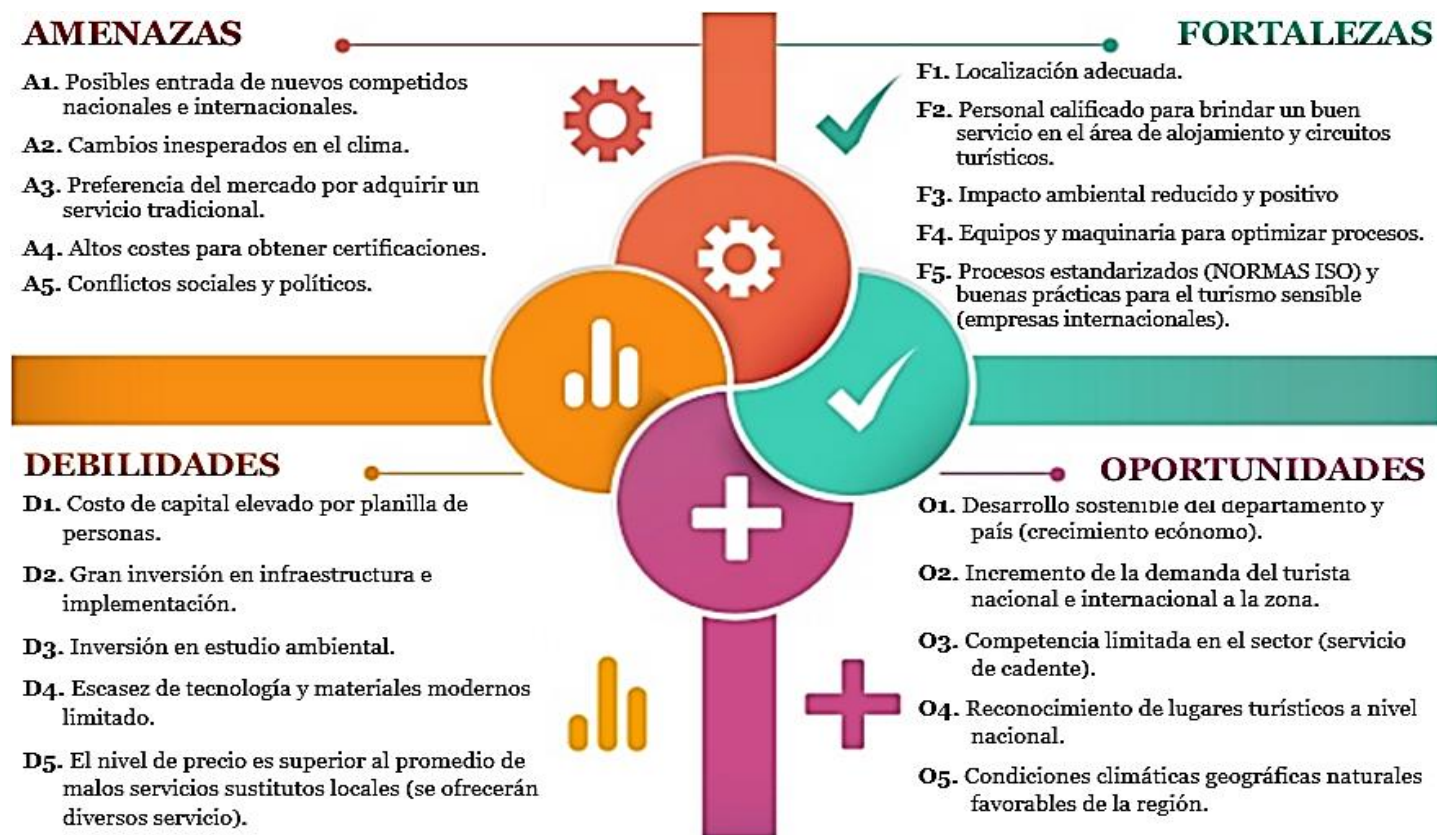


Figura 7. Matriz FODA.

4.1.9. Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)

Considerando la puntuación correspondiente de los factores internos y a cada uno con un peso a su importancia relativa, la matriz EFI ha obtenido una puntuación de 2.90 en el ponderado total, lo que significa que existe una posición interna fuerte, donde los factores de mayor puntuación son el enfoque eficiente del ecolodge, personal calificado y servicio de turismo cultural y natural.

Tabla 2

Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

FACTORES INTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
FORTALEZAS			
F1. Localización adecuada	0.11	4	0.44
F2. Personal calificado para brindar un buen servicio en el área de alojamiento y circuitos turísticos	0.13	4	0.52
F3. Impacto ambiental reducido y positivo	0.08	3	0.24
F4. Equipos y maquinaria para optimizar procesos	0.12	3	0.36
F5. Procesos estandarizados (normas ISO) y buenas prácticas para el turismo sensible (empresas internacionales)	0.20	4	0.80
DEBILIDADES			
D1. Costo de capital elevado por planilla de personas	0.08	2	0.16
D2. Gran inversión en infraestructura e implementación	0.04	2	0.08
D3. Inversión en estudio ambiental	0.1	1	0.1
D4. Escasez de tecnología y materiales modernos limitado	0.08	1	0.08
D5. El nivel de precio es superior al promedio de malos servicios sustitutos locales (se ofrecerán diversos servicio)	0.06	2	0.12
TOTAL	1		2.90
1= Debilidad menor	3= Fortaleza menor		
2= Debilidad Mayor	4= Fortaleza mayor		

4.1.10. Matriz de evaluación de los factores externos (EFE)

El ponderado total obtenido de la matriz EFE es de 2.86 lo que nos indica que la empresa se encuentra dentro de los márgenes competitivos y favorables para el futuro del proyecto, superando el margen promedio de 2.86 puntos, lo cual significa que la empresa

viene respondiendo de manera adecuada a las oportunidades y amenazas contrarrestando los posibles efectos negativos de las amenazas externas.

Tabla 3

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

FACTORES EXTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
OPORTUNIDADES			
O1. Desarrollo sostenible del departamento y país (crecimiento económico)	0.08	3	0.24
O2. Incremento de la demanda del turista nacional e internacional a la zona	0.18	4	0.72
O3. Competencia limitada en el sector (servicio de cadente)	0.06	3	0.18
O4. Reconocimiento de lugares turísticos a nivel nacional	0.16	4	0.64
O5. Condiciones climáticas geográficas naturales favorables de la región	0.14	4	0.56
AMENAZAS			
A1. Posibles entrada de nuevos competidos nacionales e internacionales	0.08	1	0.08
A2. Cambios inesperados en el clima	0.04	1	0.04
A3. Preferencia del mercado por adquirir un servicio tradicional	0.12	1	0.12
A4. Altos costes para obtener certificaciones	0.06	2	0.12
A5. Conflictos sociales y políticos	0.08	2	0.16
TOTAL	1		2.86
1= Respuesta mala	3= Respuesta buena		
2= Respuesta media	4= Respuesta superior		

4.1.11. FODA cruzado

Es elaborada luego de evaluar las variables internas y externas, con la finalidad de establecer estrategias ofensivas, defensivas, reorientación y de supervivencia para el crecimiento con la empresa.

Tabla 4

FODA cruzado

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar las condiciones climáticas, geográficas y naturales del distrito de Bagua Grande, utilizando equipos modernos para los procesos en el servicio. (F4:O5) Aprovechar al personal calificado en conocimiento de la zona para reforzar y difundir nuestro servicio. (F2:O4) Aprovechar el crecimiento de la demanda del turista nacional e internacional ofreciéndole una adecuada infraestructura en base a la ubicación (F1:O2) Ofrecer a los pobladores de la zona más y mejores puestos de trabajo, mejorando la calidad de vida. (F3:O1) 	<ul style="list-style-type: none"> Para contrarrestar adecuadamente la demanda del turista se requiere gran gestión en la planificación financiera, contable y estratégica. (D1 y 2:O2) Obtener financiamiento para adquirir tecnología y materiales que puedan ayudando a disminuir el impacto al ambiente debido a la demanda. (D4:O2).
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar equipos y maquinaria moderna para contrarrestar los cambios inesperados por el clima evitando daños en la infraestructura. (F4:A2). Establecer procesos estandarizados reduciendo los costos de adquisición y obteniendo certificados de calidad y ambiental (F5:A4) Reducir los conflictos sociales de la poblaciones desarrollando proyectos que genere impacto ambiental mínimo generando inclusión social (F3:A5) Aprovechar el conocimiento del personal calificado para optimizar los procesos y ofrecer precios competitivos de tal forma compita con los sustitutos. (F2:A3) 	<ul style="list-style-type: none"> Tendrá buen posicionamiento, esto se debe la entrada de nuevos competidores y a la gran inversión inicial del proyecto en infraestructura y capital de trabajo. ((D2:A1) Realizar un adecuado control para optimizar los costos de producción, gastos venta, y administrativos de manera que se ofrezcan servicios de calidad de manera que se pueda competir con los posibles servicios sustitutos. (A3:D2).

4.1.12. Estrategias genéricas

Considerando el análisis macro, micro y las estrategias planteadas a partir de la Matriz FODA; la estrategia genérica se emplearía es la de diferenciación, dado que la misión y la visión de este Ecolodge se orientan hacia la innovación, satisfaciendo así una necesidad evidenciadas de un mercado turístico interno. Esta estrategia nos permitirá definir una plataforma de servicios con un valor agregado diferente al alojamiento y gastronomía tradicional, dado que se aprovechara a su máximo los recursos naturales de la zona, y tendencias globales; enfocándonos en marcar un diferencia importante en el sector, lo cual nos permitirá manejar un nivel de precios superiores al de los productos locales.

4.2. Estudio de mercado

4.2.1. El consumidor

Para definir el perfil de los consumidores de los servicios que brindara este proyecto, es importante identificar la evolución del turismo nacional en el tiempo. Según el MINCETUR los principales mercados emisores del turismo en la actualidad considerando el número de huéspedes residentes en el Perú que arribaron a los establecimientos de hospedajes son los departamentos de Lima, Arequipa, La Libertad, Lambayeque y Junín. Cabe decir que el turismo involucra a todos nunca fue más cierto, los visitantes no solo tratan con los prestadores de servicios turísticos sino que se acercan cada vez más a los pobladores locales para cubrir sus necesidades de información así, todas las personas se convierten en anfitriones y, dependiendo de cómo cumplen este rol, pueden determinar el éxito de un destino turístico. Un vacacionista que encuentra datos útiles, hospitalidad, amabilidad y empatía se convierte en un huésped feliz

que deseará regresar y se encargará de difundir las bondades del lugar, promoviendo de paso el desarrollo de la comunidad.

Tabla 5

Principales mercados emisores del turismo nacional

MERCADOS EMISORES	2011	2012	2013	2014
Lima	1319642	1597270	1831313	1820226
Arequipa	99523	121158	120443	133208
La libertad	89126	107840	120559	129838
Lambayeque	55543	79874	72559	74871
Junín	66901	81118	77493	89074

Considerando el gasto promedio en el sector alojamiento los departamentos emisores del turismo nacional prefieren pagar alojamiento, aumentando así el gasto promedio. Hasta el 2013 el departamento de Lima ha generado gastos de S/.594.00, Arequipa de S/.506.00, Trujillo de S/.453.00, Chiclayo de S/.367.00 y Huancayo de S/.442.00, cabe mencionar que los meses que más viajan son los meses de febrero, marzo, julio, octubre y diciembre.

Tabla 6

Gasto promedio y porcentaje de alojamiento pagado

EMISORES DEL TURISMO NACIONAL	2012		2013	
	GASTO PROMEDIO	% ALOJAMIENTO PAGADO	GASTO PROMEDIO	GASTO ALOJAMIENTO PAGADO
Limeño	S/. 520.00	52%	S/. 594.00	56%
Arequipeño	S/. 368.00	50%	S/. 506.00	50%
Trujillano	S/. 385.00	49%	S/. 453.00	48%
Chiclayano	S/. 432.00	56%	S/. 367.00	37%
Huancaíno	S/. 394.00	41%	S/. 442.00	42%

Perfil del turista nacional

Los aspectos del vacacionista peruano se muestran en el anexo B, reflejando las características generales de acuerdo al comportamiento, intereses y actitudes de ellos. El estudio del perfil de vacacionista nacional revela que durante el 2013 las cinco principales ciudades emisoras de vacacionistas generaron un total de 4 513 445 viajes de recreación a nivel nacional aquí se muestra el resumen de los hallazgos principales del estudio.

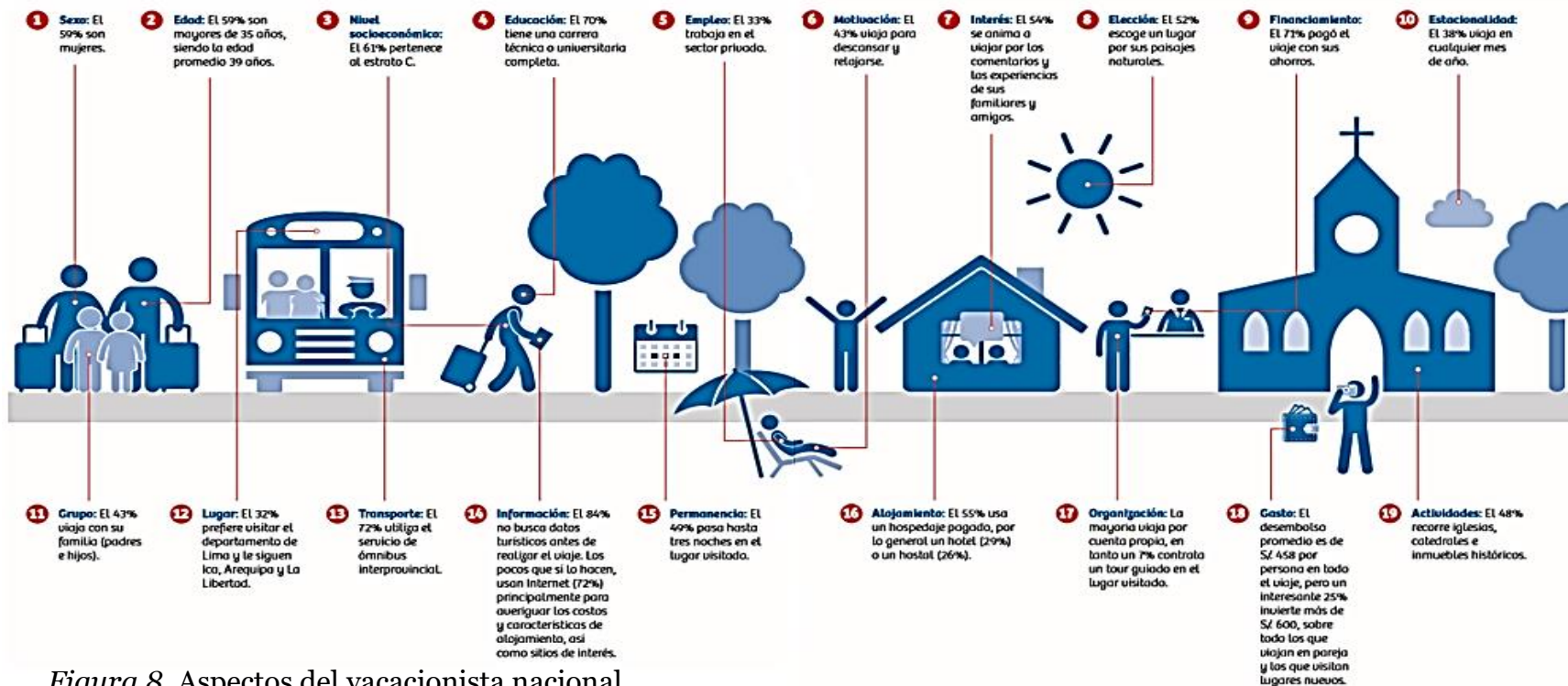


Figura 8. Aspectos del vacacionista nacional

Con respecto a la motivación que lleva al viajero a recorrer el Perú señalan que un 43% viaja para descansar y relajarse, siendo este el índice más alto dado que prefieren alejarse de las preocupaciones y encontrar un poco de paz teniendo como aspecto más relevante al escoger un destino es disfrutar de un hermoso paisaje y estar en contacto con la naturaleza, seguido con un 29% salir en familia y conocer otras costumbres un 1% siendo esta la característica menos atractiva para el viajero se debe considerar un factor importante muy motivador ya que aunque parezca increíble el boca a boca funciona mejor que nunca siempre y cuando el viaje haya encontrado satisfacción en su viaje. Hoy en día las personas que visitan un lugar y se quedan fascinados con la experiencia se convierten en los mejores promotores turísticos entre sus amigos, conocidos y familiares.

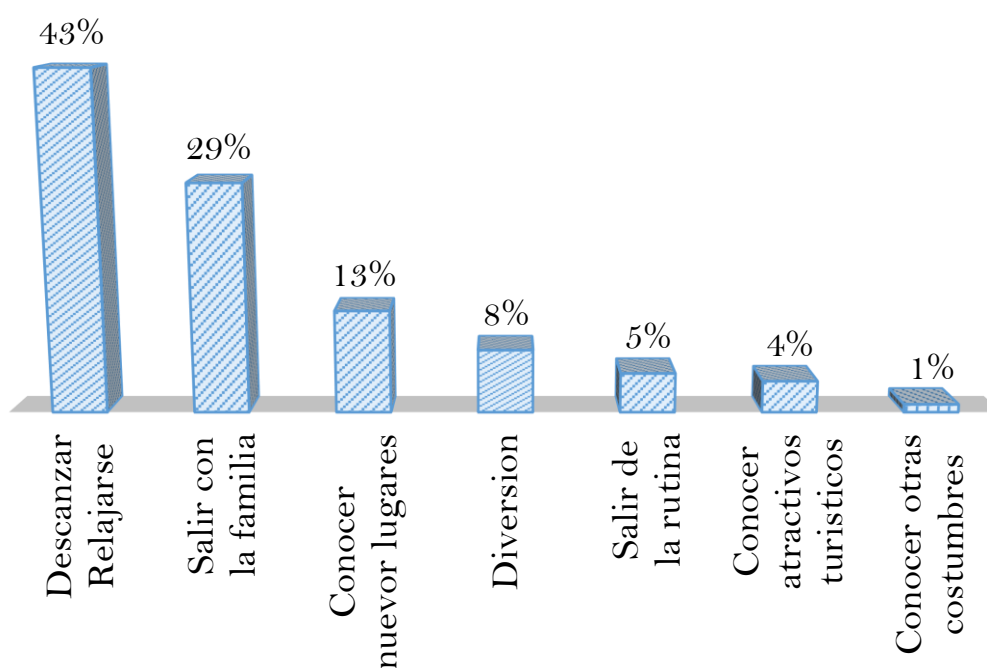


Figura 9. Motivación de los turistas nacionales.

Fuente: Perfil del vacacionista nacional 2013-Promperú.

Aunque parezca creíble las inquietudes del vacacionista interno se dan antes y durante del viaje. Señalan que antes del viaje evalúan los costos de alojamiento siendo el 64% quienes se preocupan con anticipación,

el 62% de ellos revisan antes los lugares turísticos del destino y un 6% le es indiferente las condiciones de las vías de acceso para llegar al lugar escogido y durante el viaje el 61% se preocupa por conocer los lugares turísticos de la zona, el 41% evalúa lo costos de alojamiento. Cabe señalar que los viajeros que buscan información durante el viaje, se interesan por investigar más acerca de los lugares turísticos que pueden visitar en la zona de destino. Para los que averiguan antes de partir. Los visitantes no tratan directamente con los prestadores de servicio turístico, sino mantienen contacto directo con los pobladores de la zona elegida y trabajadores de los alojamientos, cubriendo así su necesidad de información.

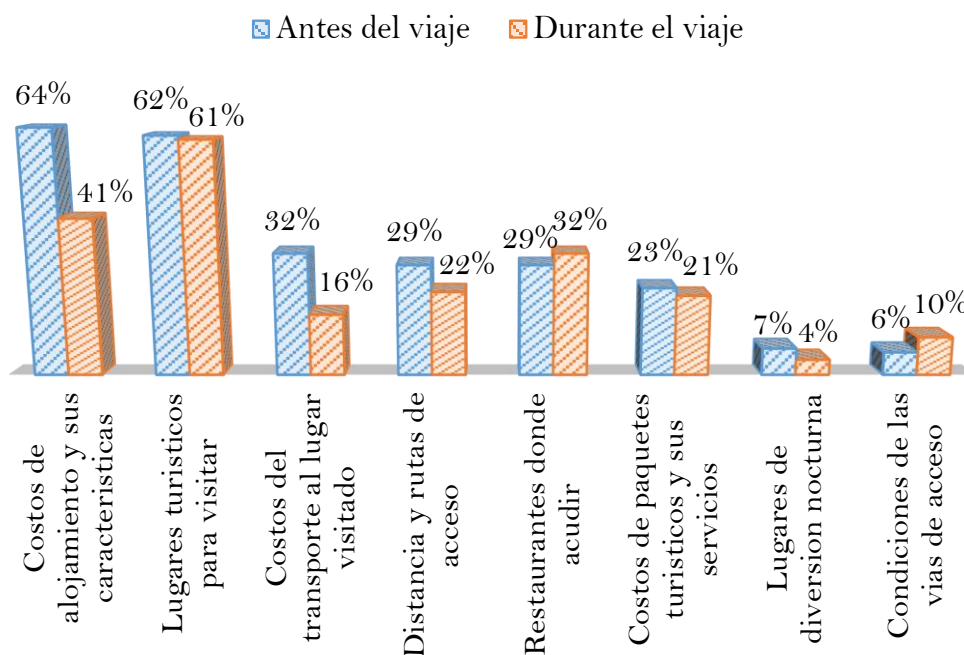


Figura 10. Intereses del Vacacionista Nacional.

Fuente: Perfil del vacacionista nacional 2013-Promperú.

Si bien los vacacionistas nacionales no acostumbran a contratar una agencia de turismo, campañas enfocadas a promover la compra de paquetes con ofertas personalizadas están teniendo efecto. El uso de alojamientos se incrementa cada año, el 55% señala que prefiere pagar su estadía en hostales especialmente por los vacacionistas de 25 a 34 años y de niveles socioeconómicos A y B. en el 2013 el tipo de

alojamiento más usado han sido los hostales con un 18%, los hoteles con 1 y 2 estrellas el 14%. La principal fuente de financiamiento del vacacionista nacional es el ahorro con un 71% pero esta tendencia está en declive en comparación a años anteriores, cada vez hay más peruanos que disponen del sueldo del momento con un 33% para realizar un viaje de recreación, lo cual muestra que hay una mejora en la situación económica y el 9% hace uso de tarjetas de crédito siendo esta la modalidad menos usada por los turista.

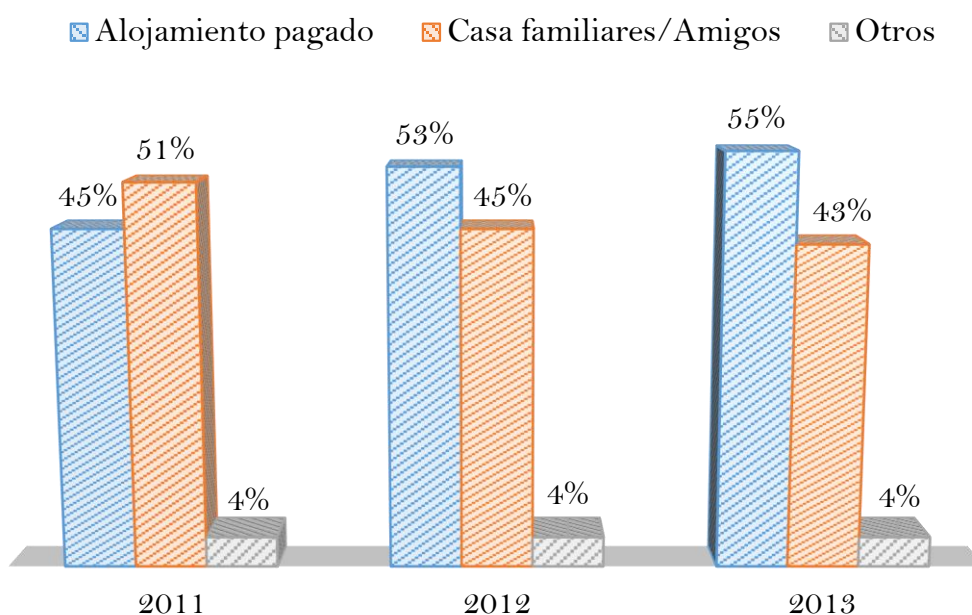


Figura 11. Tipo de alojamiento.

Fuente: Perfil del vacacionista nacional 2013-Promperú.

La mayor parte del vacacionista nacional prefiere viajar en grupo familiar directo con un 43%, especialmente los de 35 a 44 años, el 21% opta por ir en grupos de amigos y/o familiares sin hijos y un 7 % con amigos y/o hijos con la finalidad de sentirse acompañado, pasarla mejor con las personas de su entorno, divertirse y compartir experiencias inolvidable, siendo un promedio de 4 personas por grupo de viaje coincidiendo en gustos y personalidad ya que van a pasar la mayoría del tiempo juntos, lo cual existen múltiples ventajas en este estilo e viaje como encontrar variedad de descuentos, mejor

organización y planificación de las actividades del día a día. La costumbre de emprender una ventura solo con un 11% está en retroceso dado que optan por compartir hábitos con personas de su medio, el hecho de viajar así es porque tendrán más libertad de acción sintiéndose obligados conocer gente nueva o de meditar sobre lo que harán el año que viene.

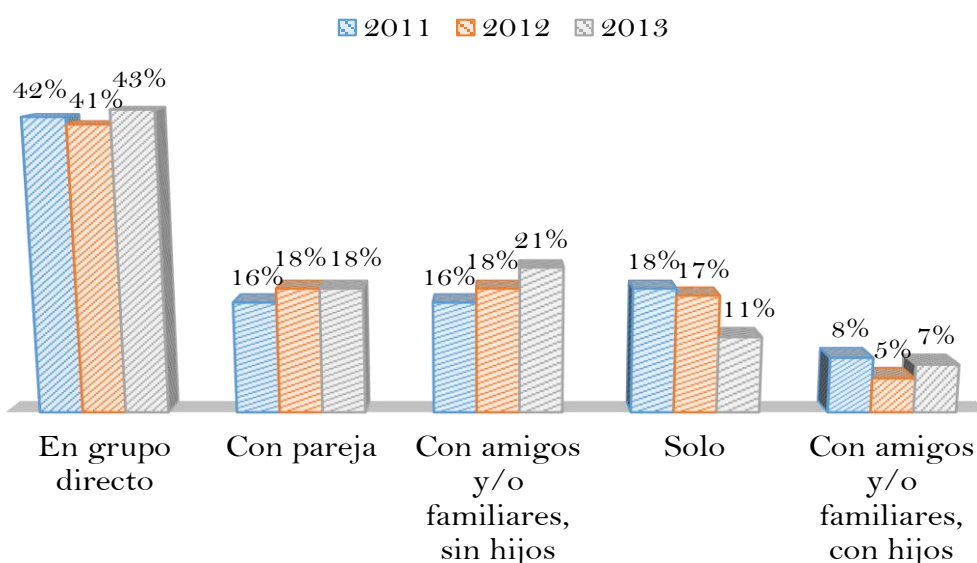


Figura 12. Compañía de viaje.

Fuente: Perfil del vacacionista nacional 2013-Promperú.

4.2.2. Resultados del comportamiento del perfil del consumidor

La mayoría de los Turistas Nacionales que estarían dispuestos a optar por este tipo de servicio son aquellos Viajeros de ambos sexos alcanzando así el 50% entre las edades de 24 a 32 años, teniendo un total de 264 respuestas para ambos. Cabe señalar que entre las edades de 42 a 50 años también se alcanzó el mismo porcentaje.

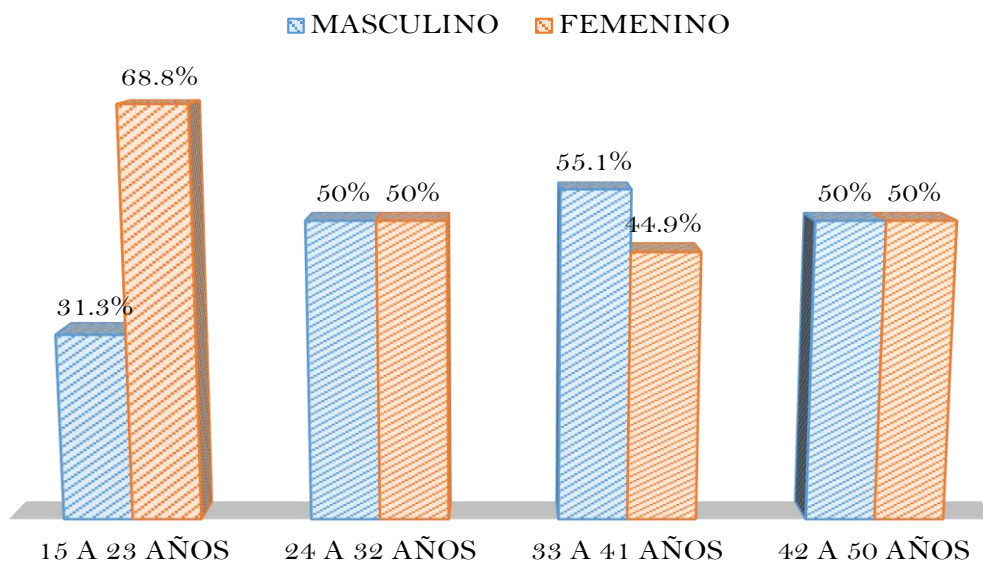


Figura 13. Edad de los Turistas nacionales de la Región Norte según género.

Tabla 7

Edad de los Turistas Nacionales de la Región Norte según sexo

EDAD / SEXO	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
15 a 23 años de edad	5	11	16
	31.3%	68.8%	100.0%
24 a 32 años de edad	132	132	264
	50.0%	50.0%	100.0%
33 a 41 años de edad	54	44	98
	55.1%	44.9%	100.0%
42 a 50 años de edad	3	3	6
	50.0%	50.0%	100.0%
TOTAL	194	190	384
	50.5%	49.5%	100.0%

El porcentaje más representativos de los Turistas Nacionales que acudirían a este Ecolodge generan ingresos de S/.1001 a S/.3000 Nuevos soles, siendo los trabajadores dependientes el 96% los que tendrían mayor interés por asistir, alcanzando un total de 264 respuestas; mientras que los que generan ingresos menores a S/.1000 son los trabajadores dependientes con un 100% los que representan con tan solo 4 respuestas, cabe señalar que este es un mercado

potencial ya que según nuestra segmentación se pueden ofrecer otros tipos de alojamientos y operador turístico.

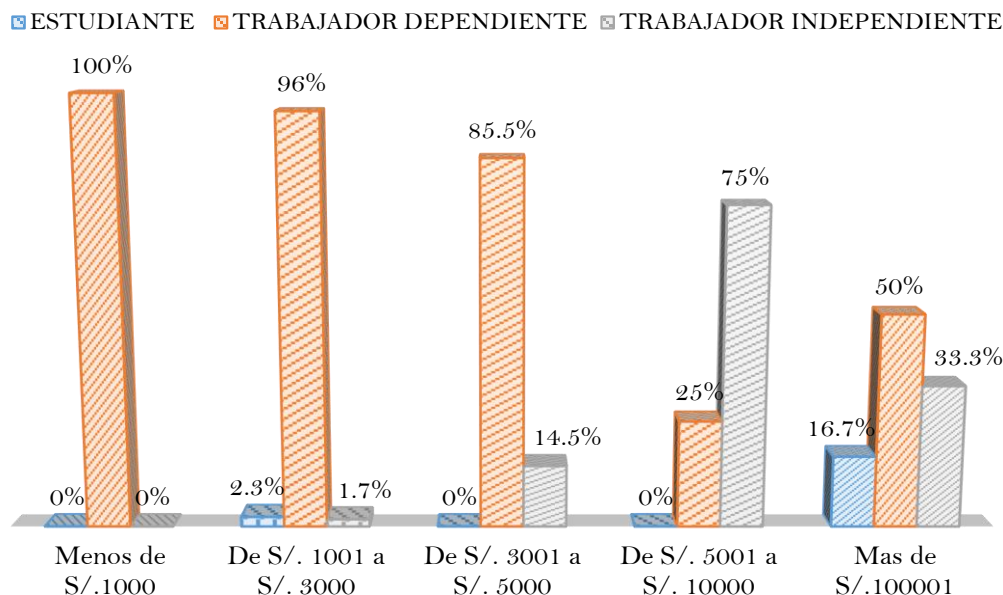


Figura 14. Ingresos de los Turistas Nacionales de la Región Norte según ocupación.

Tabla 8

Ingresos de los Turistas Nacionales de la Región Norte según ocupación

INGRESOS / OCUPACIÓN	ESTUDIANTE	TRABAJADOR DEPENDIENTE	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	TOTAL
Menos de s/.1000		4		4
	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
De s/. 1001 a s/. 3000	4	168	3	175
	2.3%	96.0%	1.7%	100.0%
De s/. 3001 a s/. 5000		136	23	159
	0.0%	85.5%	14.5%	100.0%
De s/. 5001 a s/. 10000		8	24	32
	0.0%	25.0%	75.0%	100.0%
Más de s/.100001	1	3	2	6
	16.7%	50.0%	33.3%	100.0%
TOTAL	5	319	52	384
	1.3%	84.8%	13.8%	100.0%

De todos los Turistas Nacionales de la región norte la mayor proporción es el departamento de Lima con un 62%, esto se debe ya que existe mayor población, siendo un mercado atractivo y potencial

para atraer más visitantes a este Ecolodge. Considerando el total de los encuestados de Lima, los que generan mayor ingreso es de S/.3001 a S/5000 nuevos soles siendo el 66.7% a comparación de todos los departamentos que generan este nivel de entrada económica.

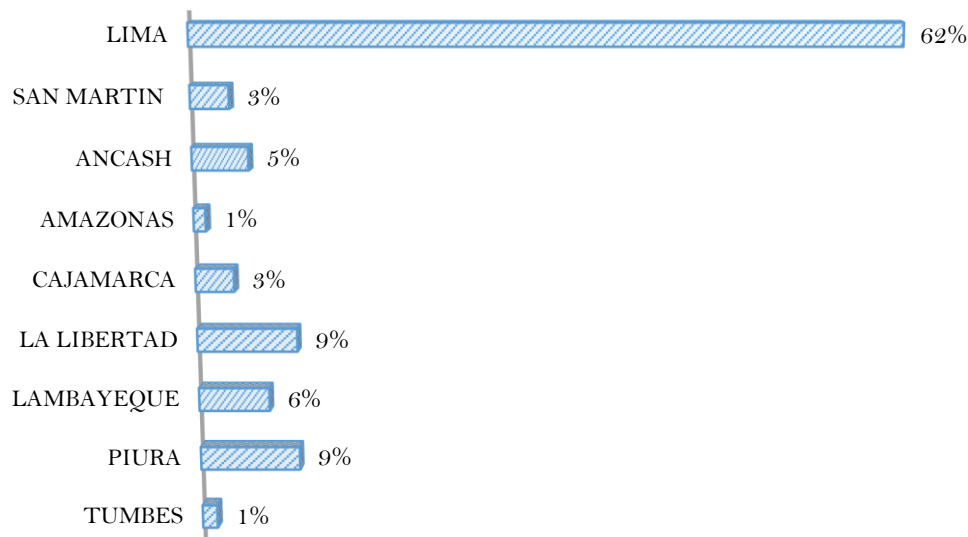


Figura 15. Zona de procedencia de los Turista Nacionales de la Región Norte.

La gran cantidad de los Turistas Nacionales están de acuerdo en que percibirían la naturaleza es el 58.6%, la distribución del lugar un 44.5%, la gente el 58.1%, la limpieza y orden del lugar un 39.1% y la rapidez en la atención el 45.3%. considerando la edad de mayor porcentaje los de 24 a 32 años y las peculiaridades antes mencionadas señalan que lo que perciben: están de acuerdo un 58.3% con la naturaleza y por otro lado les es indiferente con un 1.5%, para la distribución señalan estar de acuerdo un 45.1% y otro grupo están en total desacuerdo con un 0.4%, con respecto a la gente están de acuerdo el 59.1% mientras otros consideran estar totalmente en desacuerdo el 1.9%, están totalmente de acuerdo un 52.7% con la limpieza y para otros están en desacuerdo y totalmente desacuerdo un 0.8% y están de acuerdo un 43.7% en que la atención sea rápida y otros están en total desacuerdo con un 5.7%.

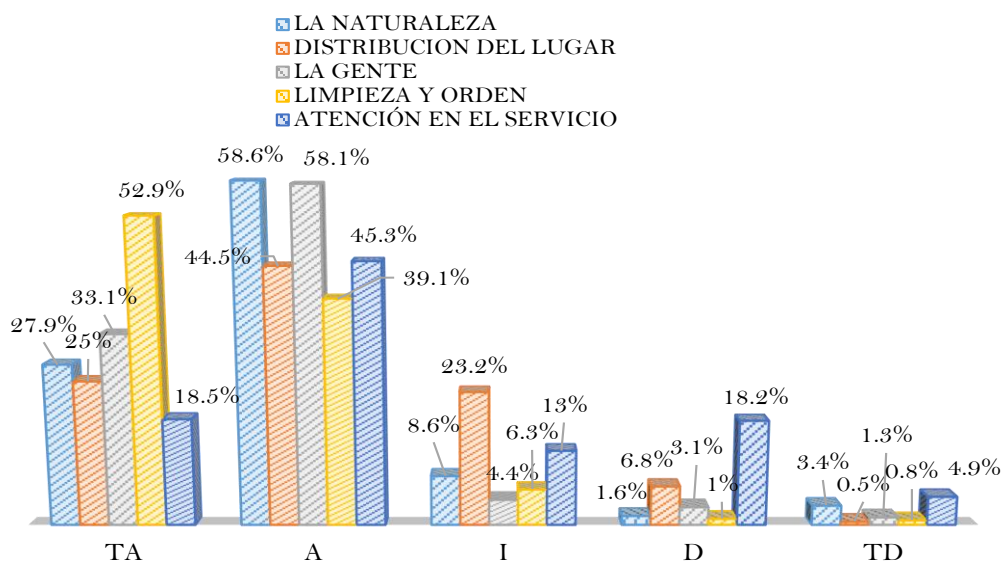


Figura 16. Percepción de los Turistas Nacionales de la Región Norte para la creación de un Ecolodge en el Distrito de Bagua Grande.

La mayor proporción de los Turistas Nacionales acudirían a este Ecolodge si encontrarán las características antes vistas considerando, la edad con mayor estima son los de 24 a 32 años) con un total de 264 respuestas afirman estar de acuerdo con un 47% y a la vez existe un grupo que está en total desacuerdo un 3% debido a que tiene otras preferencias y gustos en este tipo de servicio. Cabe señalar que están de acuerdo y totalmente de acuerdo un 50%, esto se debe existe 6 respuestas, en ir aquellos visitantes de 42 a 50 años.

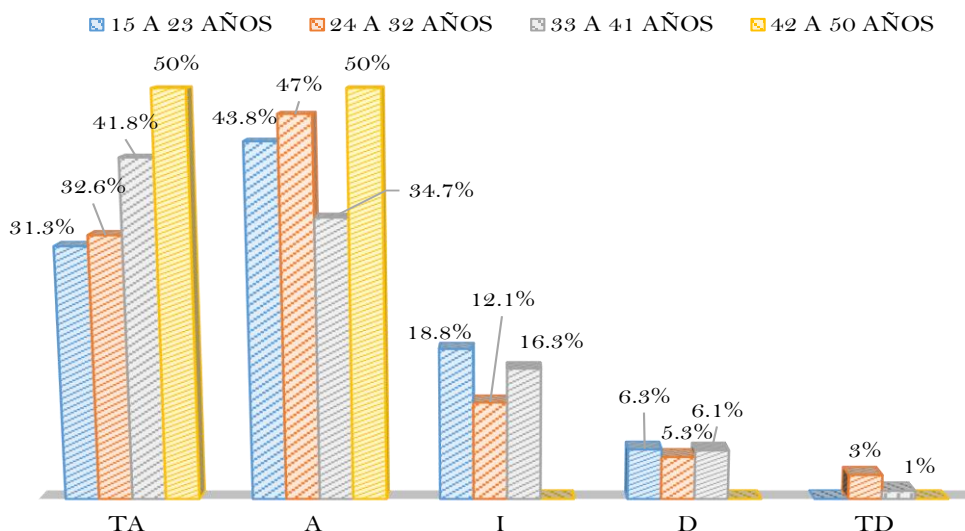


Figura 17. Edad de los Turistas Nacionales de la Región Norte y características físicas que usted considera, asistiría a este Ecolodge.

La mayor proporción de individuos encuestados considerando la edad óptima los de 24 a 32 años señalan que para ellos les es indiferente la práctica de deportes en la naturaleza con un 37.8% teniendo un total de 99 respuestas; mientras que para los de 15 a 23 años están totalmente de acuerdo con un 53.3% en realizar deporte en la naturaleza. Cabe señalar que el 50% está de acuerdo con esta actividad considerando la edad de 42 a 50 años.

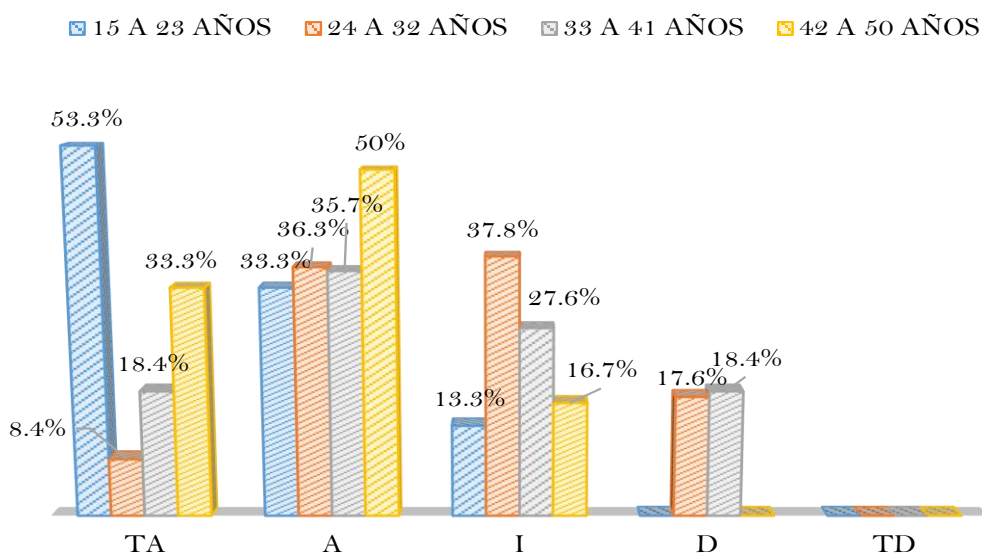


Figura 18. Edad de los Turistas Nacionales de la Región Norte según la práctica de deportes va de la mano con la naturaleza.

La mayoría de los Turistas Nacionales de sexo masculino ocupan el 71.1% y los de sexo femenino el 67.9% quienes asocian la palabra Ecolodge con la interacción con la naturaleza en primera instancia, cabe señalar que el área de alojamiento es atractivo para el mercado, siendo el 26.3% para los de sexo masculino y un 25.8% para sexo femenino, utilizando esta oportunidad para el funcionamiento del Ecolodge. Considerando a la par el deporte ya que para ambos no les es indiferente señalando que para los de sexo masculino un 2.6% y sexo femenino un 6.3%.

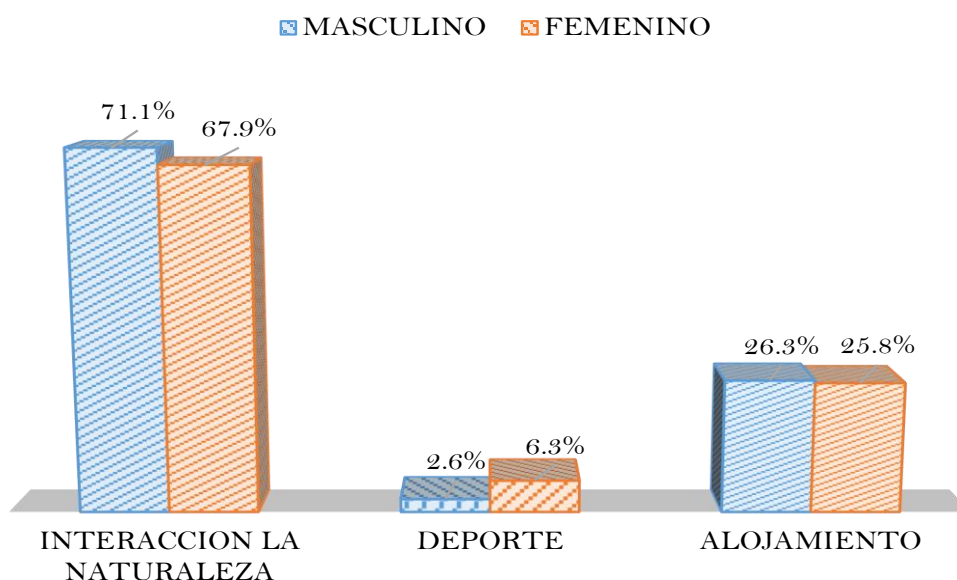


Figura 19. Sexo de los Turistas Nacionales de la Región Norte según la palabra Ecolodge lo relaciona.

De todos los turistas encuestados señalan que se acostumbrarían a asistir a este Ecolodge o centro de entretenimiento considerando estar totalmente de acuerdo para establecer negocios ofreciéndole las características antes analizadas están totalmente de acuerdo un 68% en que se acostumbrarían a establecer negocios dentro de estas instalaciones, cabe señalar que están de acuerdo en que irían por relajarse un 46%, siendo los medios de comunicación el 45% que influyan positivamente para que el turista nacional acuda a este Ecolodge, considerando que la observación de los demás con un 45%

es capaz de persuadir asistir a este negocio siendo ellos quienes promociones y califiquen de forma directa el servicio que se brinda.

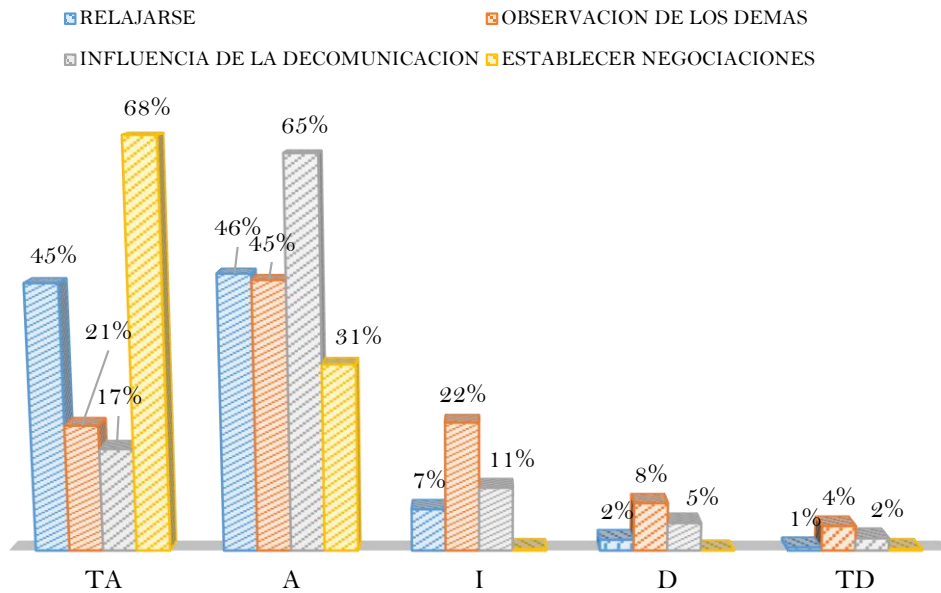


Figura 20. Los Turistas Nacionales se acostumbraran a visitar este Ecolodge.

Considerando la edad optima de los visitantes internos siendo de 24 a 32 años la modalidad de viaje que emplearían es en grupo de amigos con un 62.9% un total de 166 respuestas, este modo también lo emplearía las edades de 15 a 23 años, cabe resaltar que las edades de 42 a 50 años usarían un tour para un viaje lo cual se establecerán estrategias con agencias de viaje para que los turistas asistan a este Ecolodge, por lo cual las agencias serán una clave fundamental para atraer a estos turistas ofreciéndoles los servicios de este proyecto.

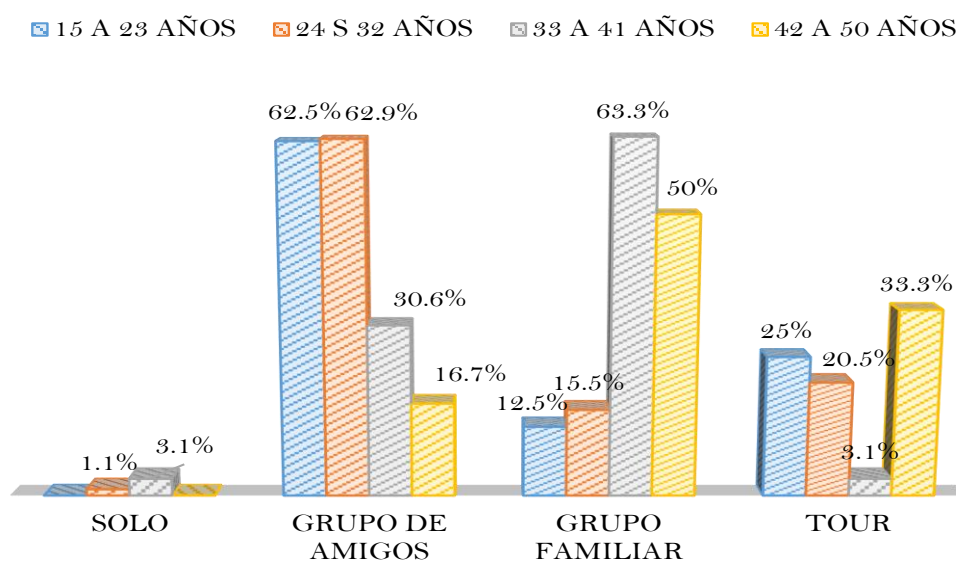


Figura 21. Edad según modalidad de viaje de los turistas nacionales de la región Norte.

Los turistas nacionales que generan ingresos de S/.1001 a S/.3000 siendo estos trabajadores dependientes son los que asistirían de 1 a 3 días registrando un 80% siendo un total de 140 respuestas y aquellos que ganan menos de S/.1000 mensuales son los que permanecerían de 1 a 3 días esto se debe a que son trabajadores dependientes tienen obligaciones laborales, cabe decir que los que generan ingresos desde S/.5001 a S/. 10000 son aquellos que permanecerán de 6 días a más ya que tienen gente que trabajan para ellos y los que generan ingresos más de S/. 10001 estaría de 1 a 3 días ya que cuentan con más obligaciones esto se debe a que generan ingresos altos preocupándose así más por sus negocios.

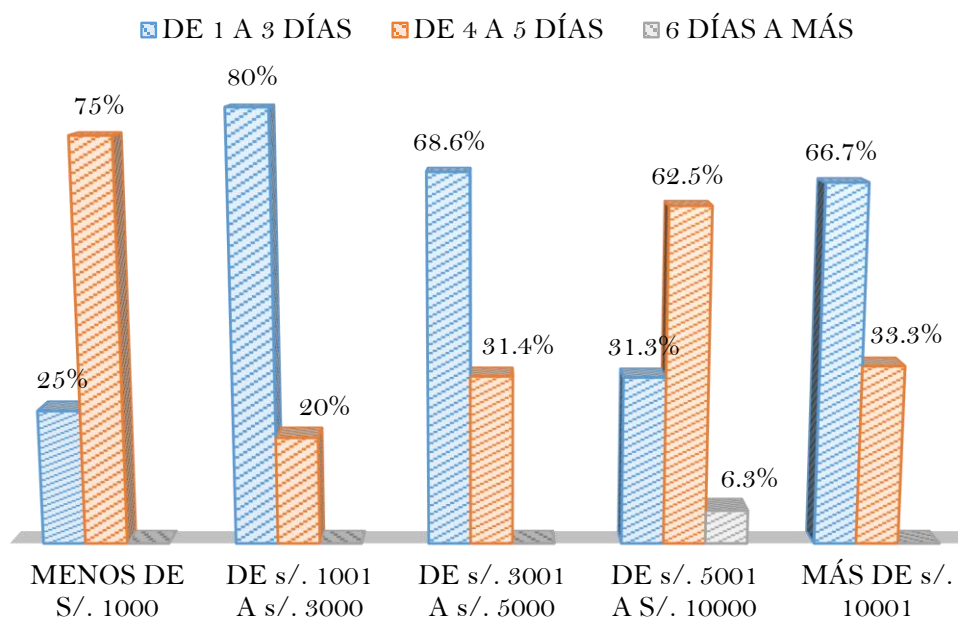


Figura 22. Nivel de ingresos según permanencia de viaje de los Turistas Nacionales de la Región Norte para la creación de un Ecolodge.

La mayor proporción de los encuestados señalan que están dispuestos a pagar por un bungalows de un piso entre S/.251 a S/. 350 siendo el 71.2%, considerando la edad optima de los viajeros entre 24 a 32 años, siendo un total de 188 afirmaciones, esto se asemeja a los precios establecidos en este proyecto, pero no se debe dejar de lado el otro estrato de viajeros con edades de 42 a 50 años que están dispuestos a pagar entre S/ .351 a S/. 450 si bien se parecía un 100% pero es un total de 6 visitantes, es un grupo pequeño pero se encuentra en potencia, es por ello que se han establecido tipos de alojamiento para satisfacer a este grupo.

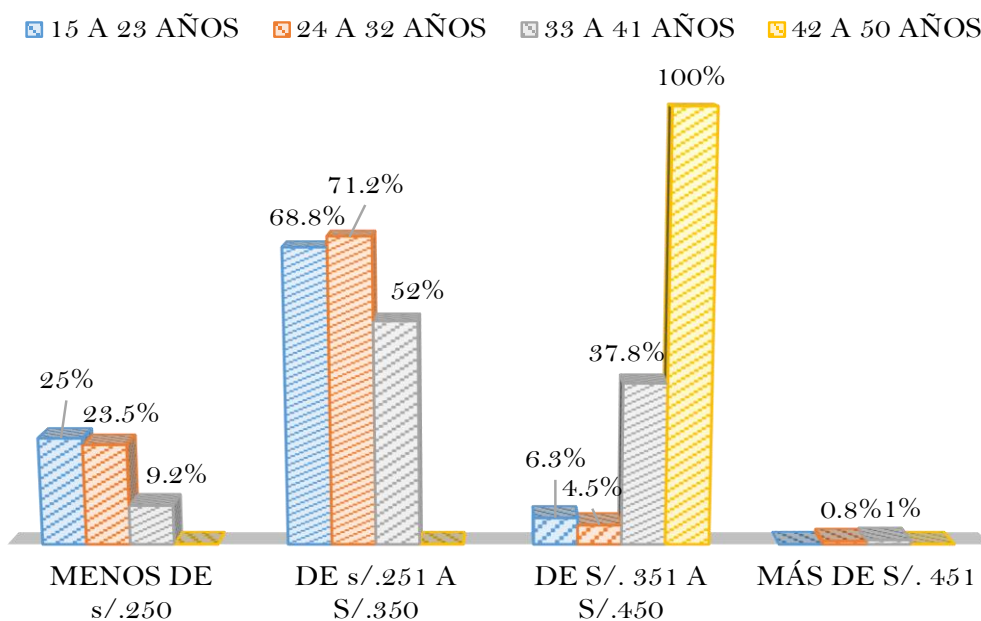


Figura 23. Edad de los Turistas Nacionales según disposición de pago para los servicios del Ecolodge.

Tabla 9

Edad de los Turistas Nacionales según disposición de pago para los servicios.

AÑOS / DISPOSICIÓN DE PAGO	MENOS DE S/. 250	DE S/. 251 A S/. 350	DE S/. 351 A S/. 450	MÁS DE S/. 451	TOTAL
15 a 23 años	4 25.0%	11 68.8%	1 6.3%	0 0.0%	16 100.0%
24 a 32 años	62 23.5%	188 71.2%	12 4.5%	2 0.8%	264 100.0%
33 a 41 años	9 9.2%	51 52.0%	37 37.8%	1 1.0%	98 100.0%
42 a 50 años	0 0.0%	0 0.0%	6 100.0%	0 0.0%	6 100.0%
TOTAL	75 19.5%	250 65.1%	56 14.6%	3 0.8%	384 100.0%

Considerando el nivel de ingreso óptimo de los viajeros internos con la frecuencia de viaje a este ecolodge el 69.7% asistiría de forma trimestral teniendo ingresos de S/ .1001 a S/ .3000 dado que cuentan con más responsabilidades ya que cuentan con familia generando más gastos, consiguiendo un total de 122 respuestas siendo trabajadores dependientes es por ello este tiempo de viaje, otro estrato atractivo son los que tienen ingresos de S/ .3001 a S/ .5000 alcanzando el 56.6% con un total de 90 turistas y los que generan ingresos más de S/ .1001

asistirían de forma mensual siendo el 50% siendo ellos quienes concurrirían de 1 a 3 días pero su presencia sería continua siendo beneficioso para el crecimiento del proyecto.

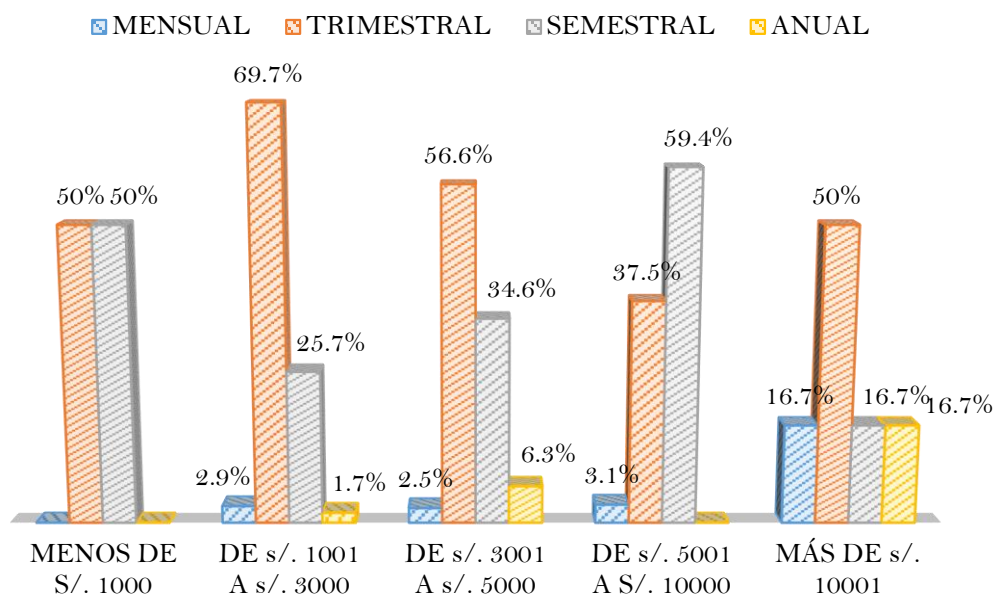


Figura 24. Nivel de ingresos de los Turistas Nacionales de la Región Norte según frecuencia de viaje a este Ecolodge.

Considerando la opinión de estos, señala que la mayoría de ellos manifiestan que el motivo por el cual acudirían a este Ecolodge si estuviera en el mercado sería la tranquilidad con un 39.74% siendo el más importante por la cual se interesarían en visitarlo, considerando también la comodidad con un 37.39%; es por ello que se propone que los tipos de alojamientos este ubicados estratégicamente para que el turista sienta conexión con la naturaleza disfrutando de la tranquilidad y armonía de esta, cabe señalar de cada tipo de alojamiento tendrá ciertas características que los diferencia pero a la vez haciendo que el turista sienta comodidad dentro de estos; por lo cual estará amoblada y equipada para que se sienta como en casa.

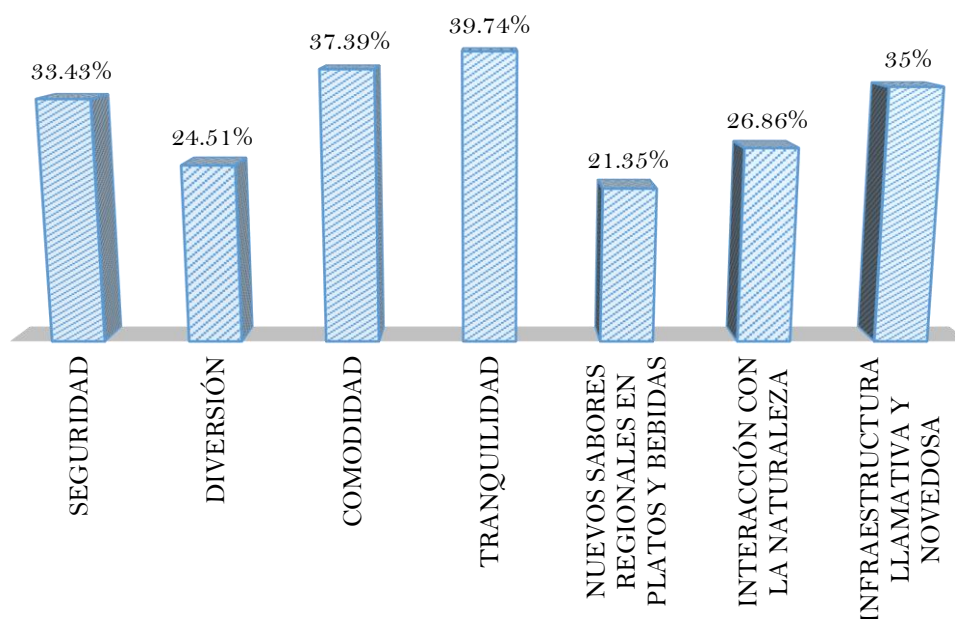


Figura 25. Motivos que considera el Turista Nacional de la Región Norte para la creación de un Ecolodge en el distrito de Bagua Grande.

Cabe señalar que la mayoría de los Turistas Nacionales están de acuerdo que ante su visita a este Ecolodge esperan encontrar las peculiaridades ya señaladas. Considerando el género, los de sexo masculino están de acuerdo que tenga piscina con un 88.1% con 171 respuestas, el spa con un 71.1% con 138 afirmaciones y en total acuerdo sala de lavandería un 68.6%; mientras tanto que para el sexo femenino consideran estar de acuerdo en que haya piscina con un 79.5% con 151 visitantes, la sala de lavandería con un 78.4% con 149 respuestas y el spa con un 60% con 114 afirmaciones, es por ello que se propone considerar dentro de este Ecolodge lo que ambos sexo esperar; además de gimnasio, sala de fumadores, juegos infantiles entre otros, para que el turista sepa que en este Ecolodge encontraran todo lo que ellos necesitan, haciendo que su estadía sea placentera yendo a la par con la naturaleza.

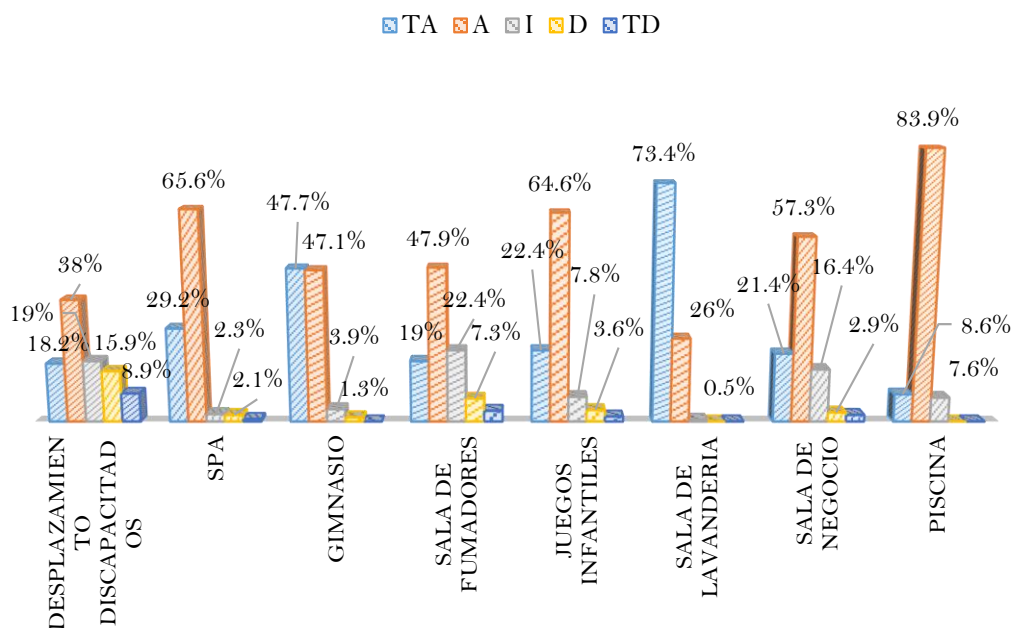


Figura 26. Expectativas de las características físicas de los Turistas Nacionales de la Región Norte hacia el Ecolodge.

Los turistas nacionales prefieren enterarse de este Ecolodge por medio del internet con un 34% esto se debe a que estamos en la tendencia tecnológica. Es por ello que se propone entrar con fuerza en el mercado teniendo presencia en la red por lo tanto se contara con página web, cuentas en redes sociales como Facebook, twitter, integran, entre otros; haciendo que el Turista Nacional obtenga información acerca de nosotros y de los servicios que ofrecemos. Además se debe considerar la promoción y publicidad mediante folletos con un 12% siendo de manera tradicional pero importante a la vez; otro modo de llegar al turista es mediante amigos con un 24% mejor dicho el boca a boca de las experiencias que han tenido ellos por lo cual se propone que por apertura brindar cupones de invitación para que disfruten al máximo de nuestro Ecolodge, logrando que ellos pasen de la voz del buen servicio que se ofrece. Aunque se aprecia con menor porcentaje las agencias de viaje con un 5% esto se debe a que el turista peruano no opta acudir a estas agencias a informarse antes de

viajar, por lo cual también se establecerán alianzas para publicitar este Ecolodge.

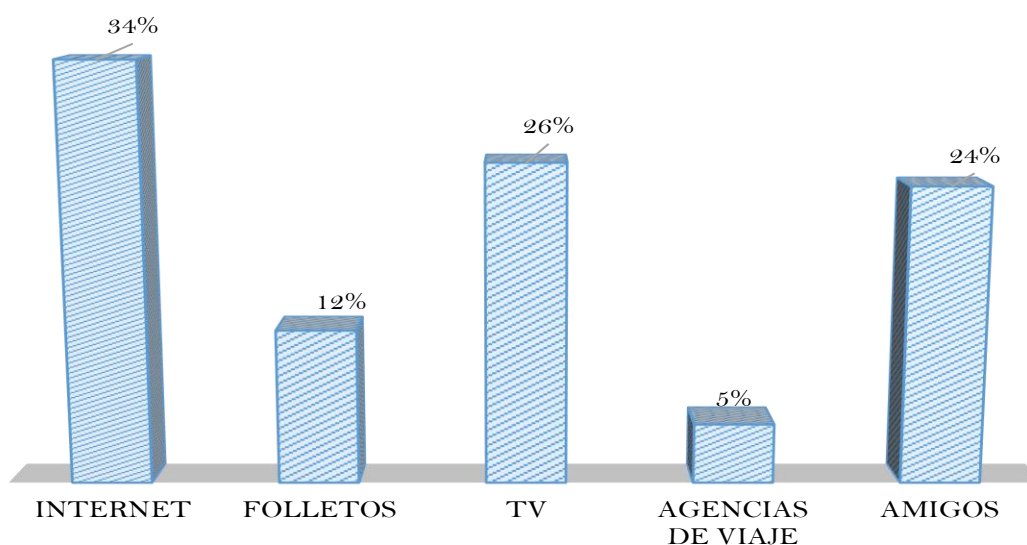


Figura 27. Medios de comunicación por el cual se enterarían de este Ecolodge los Turistas Nacionales de la Región Norte.

Segmentación

Se consideró como referencia el Perfil del Turista Nacional 2012, realizada por la Comisión de Promociones del Perú – PROMPERÚ, según este estudio por lo general los turistas nacionales que visitan diferentes lugares, el aspecto que consideran para elegir un destino son los paisajes y la naturaleza, así como conocer atractivos turísticos. La tendencia en el servicio de alojamiento es cada vez más exigente y cambiante, actualmente existe un alto porcentaje de personas que optan por el servicio que les permita interactuar con la naturaleza. Considerando sus comportamientos, actitudes y motivaciones frente a un viaje, perfilando a cada grupo según lo más importante. En este sentido se ha identificado a cuatro tipos de viajes siendo el turista de descanso y relax con un 51%, el turista conocedores el 18%, el turista ahorrador el 17% y el turista divertido el 14%, siendo el turista conocedor y de descanso y relax los que han visto un crecimiento. Anexo C.

4.2.3. Mercado potencial

Según la encuestadora Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM) los niveles socioeconómicos (NSE) se categorizan en A, B, C, D y E, de acuerdo a las características del negocio propuesto la población disponible se encontraría situada en los NSE A y B por ser quienes tendrían acceso a los servicios que brindará el Ecolodge debido a su capacidad de pago. En el departamento de Tumbes la población situada en el NSE A y B es de 8.4%, Piura el NSE A y B es de 9.5%, en Lambayeque el NSE A y B es de 12.9%, en la Libertad el NSE A y B es de 9.8%, en Cajamarca el NSE A y B es de 9.0%, en San Martín el NSE A y B es de 8.1%, en Amazonas el NSE A y B es de 5.0%, Ancash el NSE A y B es de 14.3% y en el departamento de Lima el NSE A es de 5.6% y el NSE B 20.3%.

Para el cálculo de la población efectiva se ha considerado el porcentaje de 52% que representa el porcentaje de turistas que escoge un lugar por sus paisajes naturales el cual se ha obtenido mediante la encuesta aplicada y el 43% que representa el porcentaje de turistas nacionales que viajan para descansar y relajarse, este indicador también se ha obtenido a través de la encuesta. El mercado objetivo también ha sido calculado a través de la pregunta formulada en la encuesta en relación al nivel de ingreso familiar al mes, teniendo como resultado 10.42% que representa un nivel de ingresos de S/. 5,001.00 a S/. 10,000.00 y 3.39% que representa niveles de ingresos mayores a S/. 10,001.00.

Tabla 10
Mercado Potencial

DEPARTAMENTOS	POBLACIÓN TOTAL	NSE A y B HOGAR (%)	MERCADO POTENCIAL (100%)	MERCADO DISPONIBLE (NSE)	MERCADO EFECTIVO (52% * 43%)	MERCADO OBJETIVO (NIVEL DE INGRESOS: 10.42%*3.39%)
Tumbes	103305	8.4	103305	8678	1940	7
Piura	673162	9.5	673162	63950	14299	51
Lambayeque	482835	12.9	482835	6229	1393	5
La Libertad	672041	9.8	672041	65860	14726	52
Cajamarca	254725	9.0	254725	22925	5126	18
San Martín	261503	8.1	261503	21182	4736	17
Amazonas	87975	5.0	87975	4399	984	3
Ancash	371248	14.3	371248	5309	1187	4
Lima	4768318	25.9	4768318	123499	27614	98
TOTAL	7675112		7675112	322031	72006	254

Tasa de crecimiento promedio

Según los censos realizados entre los años 1993 al 2007 por el Instituto Nacional de Estadística e Información (INEI), la tasa promedio de crecimiento del departamento de Amazonas es de 0.79%, en Tumbes es de 1.82%, en Piura y Lambayeque es de 1.36%, en Ancash 0.77%, en la Libertad es de 1.74 %, en Cajamarca es de 0.69, en San Martín es de 2% y en Lima es de 2.02%.

Tabla 11
Tasa de crecimiento promedio

DEPARTAMENTO	2007	1993	TASA
Amazonas	375993	336665	0.79
Tumbes	200306	155521	1.82
Piura	1676315	1388264	1.36
Lambayeque	1112868	920795	1.36
Ancash	1063459	955023	0.77
La Libertad	1617050	1270261	1.74
Cajamarca	1387809	1259808	0.69
San Martín	728808	552387	2.00
Lima	8445211	6386308	2.02
TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO			1.39

Brecha oferta-demanda

Para el cálculo de la brecha oferta-demanda se ha considerado la tasa y la diferencia de las proyecciones de la demanda y oferta a los 5 años, obteniendo una demanda potencial insatisfecha esto se debe a que la demanda es mayor a la oferta, encontrando un mercado atractivo en el sector hotelero y turístico. Con una demanda proyectada anual, al año inicial de 91567 visitantes nacionales estando sujeta a la tasa de crecimiento promedio del 1.39% anual obtenida en la tabla anterior, según los censos realizados de 1993 al 2007 por el INEI y con una oferta proyectada anual constante de 58320 visitantes nacionales, teniendo a 162 visitantes diarios suponiendo que el ecolodge esté completamente lleno con 64 alojamientos entre bungalows, habitaciones y ecosuites.

Tabla 12

Brecha oferta-demanda

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Demanda proyectada	91567	92844	94139	95452	96784	98134
Oferta proyectada	58320	58320	58320	58320	58320	58320
BRECHA OFERTA- DEMANDA	-33247	-34524	-35819	-37132	-38464	-39814

4.2.4. Marca, logo y slogan

Para determinar el nombre de este Ecolodge se realizó un pequeño focus group, con el fin de que nuestros clientes sientan que son parte de la organización, decidiendo así la denominación de este nuevo Ecolodge; para lo cual se le presento una serie de nombres como: La Quebrada, Senda Verde, El Abrazo del árbol, Catarata Ecolodge y como quinta opción Ecolodge Natural. El nombre que ha tenido mayor simpatía ha sido Ecolodge “La Quebrada”, el termino quebrada es un arroyo, rio pequeño o riachuelo de poco causal siendo

comparado con un río promedio, teniendo poca o casi nada de profundidad, con poco caudal y sirve como bañaderos y se puede vadear y cruzar caminando. Optaron por este nombre ya que en la zona existen muchas quebradas y sienten familiaridad con el lugar, logrando así una mayor influencia de clientes a este Ecolodge.

El logo representa el equilibrio que se busca alcanzar entre la naturaleza y el hombre, ofreciendo servicios naturales ayudando así a estimular la presencia del persona en esta. El slogan de la empresa es “Tómate la vida con pasión”, lo que significa que este Ecolodge tiene como principal motivación satisfacer la necesidad de descansar y relajarse, teniendo como cómplice a la naturaleza.



Figura 28. Marca, logo y slogan del Ecolodge “La Quebrada”.

4.2.5. Mezcla comercial

Servicio

Considerando el perfil de los consumidores y los resultados de la segmentación de los vacacionistas nacionales siguiendo con la estrategia genérica de diferenciación, definiendo los servicios

adecuados para cada segmento, incluyendo estándares de calidad que permita conseguir un sistema de retroalimentación interna. Se empleara para este proceso la metodología de diseño de servicios Multiatributos del Modelo de Cravens, lo cual está orientado a optimizar los procesos en el servicios, enfatizando a la definición de los servicios. Esta metodología parte de establecer una necesidad, para luego definir servicios base, complementarios e indicadores de calidad. Con respecto a la definición de la necesidad que atenderá este Ecolodge se especificaran a continuación.

El segmento del Vacacionista Aventurero Pro Naturaleza (VAPN) se enfoca en la necesidad de establecimientos de tipo rural, utilizando a su totalidad materiales naturales que mantenga una política verde y ofreciendo una buena calidad en el servicio, el segmento del Vacacionista Nacional (VCN) se orienta a la necesidad de infraestructura hotelera de categoría tres a cinco estrellas, con un nivel de servicio e instalaciones compatibles con el paisaje y el segmento del Vacacionista Vivencial Urbano (VVU) se dirige a una necesidad de infraestructura de cinco estrellas o resort con un excelente nivel de servicio, con espacios amplios y comodidad, brindándoles servicios especializados. Las necesidades de estos segmentos están vinculadas al tema de alojamiento y a la guía turística, de manera que vaya paralelamente entre estos; es por ello que ambos servicios deben ser cubiertos por este Ecolodge mediante paquetes o diseños personalizados tanto en las habitaciones como en los recorridos que se ofrecerán.

a. Diseño del servicio base

Con respecto al servicio de alojamiento, debe cumplir con ciertas características, siendo en su requerimiento principal la comodidad, yendo de la mano con el estilo del turista. Aquí se considera la

infraestructura de hospedaje con un diseño acorde al ecoturismo y a la vez el poder adquisitivo de cada segmento. Respetando la reglamentación del MINCETUR.

Tabla 13

Servicio base de alojamiento

SEGMENTO	NECESIDAD DE ALOJAMIENTO	SERVICIO BASE SUGERIDO
VAPN	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos de tipo rural • Utilizando materiales naturales que mantenga una política verde • Ofreciendo una buena calidad en el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>BUNGALOWS</u> • Estilo natural • Para 2 a 6 personas
VCN	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura hotelera de 3 a 5 estrellas • Nivel de servicio e instalaciones compatibles con el paisaje 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>HABITACIONES</u> • Estilo local • Simple, doble, triple y matrimoniales
VVC	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura de 5 estrellas o resort • Excelente nivel de servicio con espacios amplios y comodidad • Servicios especializados 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>ECOSUITES</u> • Estilo natural • Moderno • De 2 personas

Fuente: MINCETUR

Considerando el servicio de operador turístico, la necesidad de los consumidores potenciales es importante ofrecerles a estos un servicio paralelo al de operador turístico, lo cual son capaces de orientar e informar la lección de circuitos que vinculados al turismo natural y de aventura; con una óptima atención ofreciéndoles a la vez paquetes de alojamiento sin un costo extra. Además se deben considerar los principales destinos turísticos que cuentan amazonas, en especial los lugares cercanos a la provincia de Utcubamba y en los cuales se puedan realizar este tipo de deportes.

Tabla 14

Servicio base operador turístico

SEGMENTO	SERVICIO DE ASESORÍA	SERVICIO BASE SUGERIDO
VAPN	<ul style="list-style-type: none"> • Intermediación y guías sobre las alternativas de deporte de aventura 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría turística especializada en destinos de turismo de aventura
VCN	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría para la elección de los circuitos 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría turística especializada en destinos de turismo de aventura y cultura
VVU	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios especializados 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría especializada en destinos culturales y urbanos, recorridos alternativos que cuenten con movilidad

Fuente: MINCETUR

b. Diseño de los servicios complementarios

Los servicios complementarios brindados por este Ecolodge permitirán engrandecer la estadía de los turistas, ofreciéndoles comodidad y esparcimiento; lo tanto el servicio de operadora turística podrá brindar información de los diseños de circuitos coordinando el transporte de los visitantes que acuerdan a nuestras instalaciones. Asimismo los servicios complementarios son aquellas cuya función se orienta a crear valor diferencial dentro de este Ecolodge. Considerando el Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, los requisitos mínimos para la clasificación de Ecolodge se establecen que la limpieza de los alojamientos, como el cambio de toallas se cambiara periódicamente en el día. Con respecto al restaurante, este debe tener platos típicos de exclusivos de la zona.

Tabla 15

Servicios complementarios

DESCRIPCIÓN	
Servicio de lavandería	Exposiciones gastronómicas
Servicio de seguridad	Teléfono nacional/internacional
Servicio médico	Tina de hidromasajes
Servicio de custodia de valores	Televisor satelital
Servicio de atención a la habitación	Exposiciones de turismo vivencial
Agua caliente las 24 horas del día	Servicio de transporte
Restaurante	Servicio de asesoría en ecoturismo
Guardarropa	Internet, web casting
Áreas libres para deportes	Pub de estilo y decoración rural
Telescopio	Laguna artificial
Base de datos con información turística especializada	Tercerización para transporte de turistas desde el aeropuerto
Bar con diferentes bebidas de la región	Salas de conferencias
Área de acampar	Piscina

c. Estándares de calidad de los servicios

La herramienta que emplearemos para medir la ejecución de los servicios del proyecto es el modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1998), basándose en la idea de que el cliente percibe la calidad de un servicio como la diferencia entre lo que espera del mismo y lo que realmente recibe, cabe señalar que los clientes comparan el servicio que la experiencia con lo que esperan y cuando no coinciden con la expectativa surge una brecha, es por ello que esta estrategia ayudo a identificar las 5 GAP.

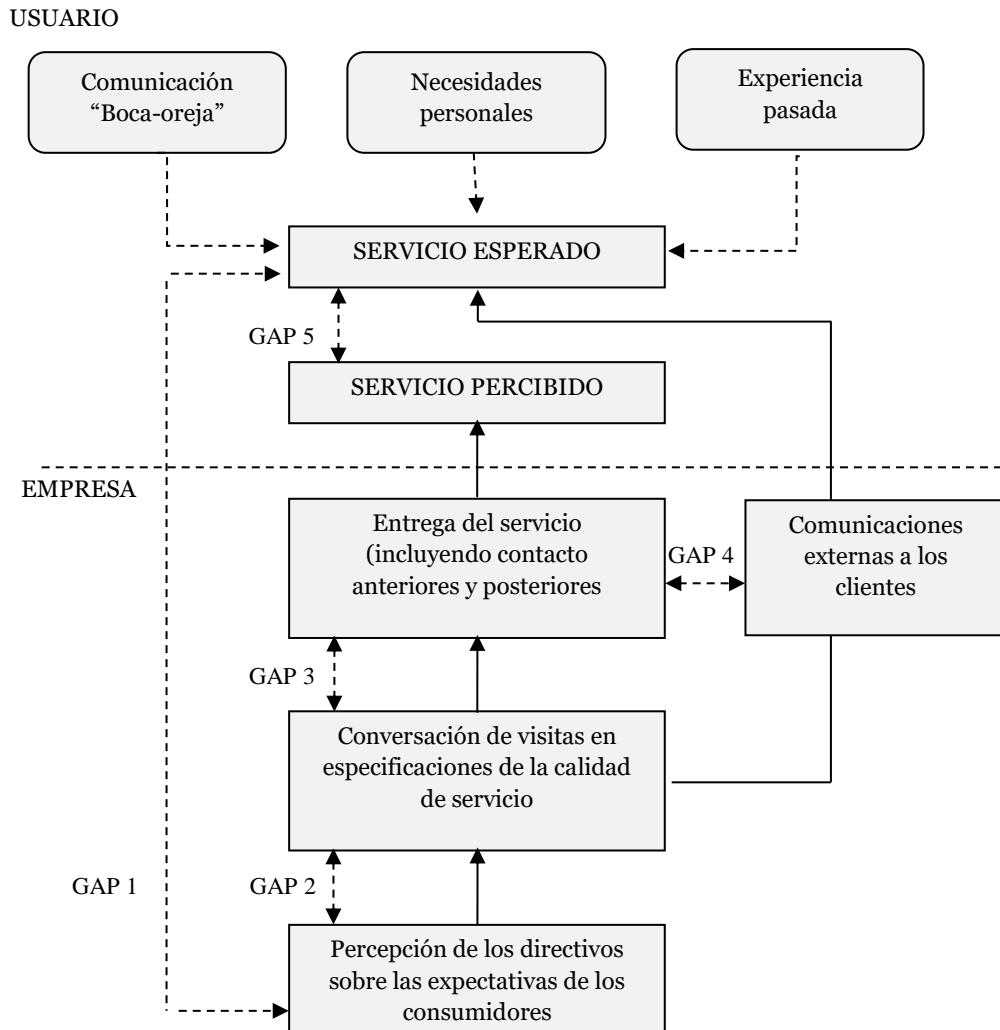


Figura 29. Modelo de concepción de calidad del servicio.

El GAP1 es de información de Marketing, es el único que traspasa la frontera que separa a los clientes de los proveedores del servicio aquí aparecen diferencias que existen entre las expectativas de los clientes y las percepciones que la empresa tiene sobre esas expectativas, es por ellos que la principal razón por la cual la calidad de servicio puede ser percibida como deficiencia es no saber con exactitud qué es lo que el cliente espera. En el GAP 2 existen ocasiones en que a veces teniendo la información suficiente y exacta sobre los clientes, las empresas de servicios no logran cubrir esas expectativas, dado que en las especificaciones de calidad de los servicios no son consecuentes con

las percepciones, es por ello que la disconformidad entre la percepción que los directivos tienen sobre las expectativas de los clientes y las especificaciones de calidad. El GAP 3 ayuda a conocer las expectativas de los clientes y disponer de directrices que las reflejan con exactitud no garantizada la prestación de un elevado nivel de calidad de servicio, existe discrepancia entre las especificaciones de calidad y el servicio realmente ofrecido, es por ello que para que las especificaciones de calidad sean efectivas han de estar respaldada por recursos adecuados (considerando a la tecnología, personas y sistema) y los empleados deben ser evaluados y recompensados según sus funciones. El GAP 4 hace énfasis a la información que reciben los clientes a través de la publicidad, el personal de venta u otro medio de comunicación, cabe la posibilidad que incremente sus expectativas, se analiza la discrepancia que existe entre el servicio real y lo que se transmite a los clientes sobre el proyecto, lo cual significa que las promesas hechas a los clientes de la comunicación de marketing no son consecuentes con el servicio del suministro. Es por ello que lo que quiere lograr este modelo es sugerir la calidad de los servicios e identificar los pasos que se deben tener en cuenta para analizar y planificar la misma. En la primera etapa se recolecta aspectos relacionados con el cliente o usuario, en función a necesidades personales, experiencias previas, formando si expectativas del servicio que recibirá; y en la etapa inferior muestra el servicio que va a recibir, además incluye relativos al proveedor del servicio, exponiendo como las percepciones de los directivos sobre las expectativas del cliente que deben considerar la organización sobre las especificaciones de la calidad. El GAP 5 analiza la diferencia entre las expectativas y percepciones de los consumidores, lo cual se debe cerrar los restantes gap del modelo considerando esta fórmula $GAP_5 = f(GAP_1, GAP_2, GAP_3, GAP_4)$.

Plaza

Dado que estamos tratando con un servicio de alojamiento, el análisis de la plaza se reduce a la atención de los parámetros críticos en la gestión con los proveedores y en política de inventarios, influyendo factores como la cobertura y canales de distribución no son tan relevantes. Desde este punto el escoger a un proveedor en la ciudad capaz de atender las necesidades de insumos del Ecolodge de manera apropiada. La opción más viable se determina tomando en cuenta la variedad de productos como alimentos, limpieza y útiles, tiempo de entrega, calidad y medios de entrega de los productos, y los niveles de precios. Respecto al manejo de inventarios se optara por una gestión basada en la rotación de insumos empleándose métodos de pronostico en base al consumo promedio mediante el sistema de planificación de recursos empresariales, siendo el Enterprise resource planning (ERP), evaluando el registro de huéspedes (ingreso, salida y reservaciones), contabilidad, restaurante (uso de insumos y compras de estos), logística (los inventarios y compras) y el turismo (siendo los itinerarios y el etransporte). Ayudando a manejara el Ecolodge de manera que se permita un reabastecimiento oportuno optimizando el espacio de almacenes disponibles

Precio

Los precios establecidos por los Ecolodge a nivel nacional son ajustados al tipo de ecosistema donde se ubican y el nivel de la plataforma de servicio que se ofrezcan. Para determinar los precios en este Ecolodge es necesario plantear una posición estratégica respecto al nivel de servicio del mercado. Se ha fijado un valor ubicado entre los competidores más cercanos siendo Rio Hotel, Gocta Lodge y Chillo Lodge, sabiendo los precios que estos manejan ante sus clientes, es posible realizar una interpolación simple obteniendo así un precio que

sea considerado proporcional al nivel de servicio descrito anteriormente, obteniendo así un rango de precios referenciales a nivel nacional. Los precios varían según el tipo de alojamiento, en los bungalows de 1° piso costara S/. 200.00 donde entra 1 cama para 2 personas, en los de 2° piso costara S/.4000.00 donde entran 3 camas para 6 personas, en las habitaciones simples costara S/.80.00 donde entra 1 cama para 1 persona, en las habitaciones dobles costara S/.140.00 donde entran 2 camas para 2 personas, en las habitaciones triples costara S/. 200.00 donde entran 3 camas para 3 personas, en las habitaciones matrimoniales costara S/.150.00 donde entra 1 cama para 2 personas y en las ecosuites costara S/.350.00 donde entran 1 cama para 2 personas; cabe señalar que los precios establecidos para el ecolodge son diarios por noche incluyendo el derecho de instalaciones y alimentación. En el servicio de tour turístico los precios individuales para el Vacacionista Aveturero Pro Naturaleza (VAPN) siendo máximo 2 días es de S/.80.00, para el VAcaciosnita Nacional (VCN) siendo máximo 3 días es de S/.150.00 y para el Vacacionista Vivencial Urbano (VVC) siendo máximo 4 días es de S/.230 ; cabe señalar que son precios diarios.

Tabla 16

Precios ecolodge y tour turísticos

DESCRIPCIÓN	PRECIO DÍA	
	ECOLOGDE	
Bungalows	1° piso	S/. 200
	2° PISO	S/. 400
Habitaciones	Simple	S/. 80
	Dobles	S/. 140
	Triples	S/. 200
	Matrimoniales	S/. 150
	Ecosuites	S/. 350
	TOUR TURÍSTICO	
VAPN	Max 2 días	S/. 80
VNC	Max 3 días	S/. 150
VVC	Max 4 días	S/. 230

Promoción

Los principales medios de comunicación para difundir información sobre este Ecolodge los constituirán principalmente el internet y las agencias de turísticas. La publicidad en internet se ajusta según el perfil del turista nacional 2013, revela que el 72% de ellos emplea internet como medio de búsqueda de información para averiguar los gastos y características de alojamiento y a la vez sitios de interés. La estrategia de publicidad en internet se basara en contar con un portal web que debe tener las siguientes características: Debe contar por lo menos los idiomas principales considerando los idiomas de español e inglés considerando que lleguen turistas internacionales; el portal web debe contar con un sistema de reservas que permita almacenar una base de datos de reservas realizadas y vacantes de alojamiento disponible; debe tener una sección donde se detalle la gama de servicios turismo que se ofrecerán, enfatizando la estrategia de diferenciación; mostrar los servicios de esparcimiento y diversión , proyectando una imagen de comodidad, status y estilo; incluir un guestbook lo cual permitirá mostrar a los visitantes las impresiones de visitantes anteriores de experiencias y opiniones influyendo en la percepción de la calidad del servicio enfatizar en mostrar una infraestructura natural y bajo un enfoque ecoturista, mostrando así fotos que permita realizar el valor visual; incluir información clara de los tipos de alojamiento ofrecidos, incluir una sección cultural donde se enfatice la gastronomía local y la oferta del restaurante; e incluir fotos para contactos y reservaciones. Se contara con presencia en los principales sitios web, vinculados al turismo siendo PROMPERU, Y tú que planes? y Peruinfo.

Aunque la mayoría de turistas nacionales por cuenta propia, el 7% contrata un tour guiado en el lugar visitado, es por ello que el otro medio de promoción será a través de agencias de viaje. Se emplearía

una estrategia a través de estos medios de publicar masivamente la introducción de este Ecolodge al mercado nacional, publicitándolo como primer Ecolodge en la zona de la amazonia peruana, con una infraestructura ideal donde se aproveche al máximo la naturaleza de la zona y la vez influyendo en la visita de destinos culturales, arqueológico y naturales con un alojamiento que fusiona la comodidad y excelente calidad de servicio con tecnología sin impacto negativo a la naturaleza. Las promociones que se emplearan serán servicios agregados de acuerdo al alojamiento escogido por el turista, diseñándose asesoría personalizada que ayude a poder aplicar estructuras de costos eficientes, lo cual permita negociar niveles de descuentos por volúmenes de compra de entrada a sitios arqueológicos a atractivos de la zona.

4.3. Estudio técnico-operativo

4.3.1. Localización

La ubicación de este Ecolodge se evaluó considerando la macrolocalización y microlocalización, logrando conseguir el territorio más apropiado siendo los lugares evaluados los departamentos de Amazonas, Cajamarca, Loreto, Piura, Lambayeque y Tumbes. La elección se realizara considerando alternativas en base a factores involucrados agua, accesibilidad, seguridad, competencia y clima. El departamento en donde existe mayor ventaja para la edificación del Ecolodge es el departamento de Amazonas, ya que obtuvo un ponderado de 3.57 siendo este el pontaje más alto, escogiéndose como el lugar más adecuado, haciendo que el lugar sea atractivo por los atractivos turísticos del lugar y por la diversidad de áreas verdes logrando que el cliente opte por nuestros servicios, siendo el departamento de Tumbes con una ponderación de 2.83 el lugar menos apropiado para la construcción para la edificación de este proyecto.

Tabla 17

Matriz de macrolocalización

FACTORES DE MACROLOCALIZACIÓN		AGUA	ACCESIBILIDAD	SEGURIDAD	COMPETENCIA	CLIMA	TOTAL
PONDERACIÓN		0.25	0.35	0.18	0.11	0.11	1
Amazonas	Clasificación	5	3	4	3	2	
	Puntuación	1.25	1.05	0.72	0.33	0.22	3.57
Cajamarca	Clasificación	3	4	2	1	2	
	Puntuación	0.75	1.4	0.36	0.11	0.22	2.84
Loreto	Clasificación	4	3	4	2	3	
	Puntuación	1.00	1.05	0.72	0.22	0.33	3.32
Piura	Clasificación	3	4	3	1	4	
	Puntuación	0.75	1.40	0.54	0.11	0.44	3.24
Lambayeque	Clasificación	2	4	1	5	4	
	Puntuación	0.50	1.40	0.18	0.55	0.44	3.07
Tumbes	Clasificación	3	2	4	4	2	
	Puntuación	0.75	0.70	0.72	0.44	0.22	2.83

Considerando dentro del análisis de microlocalización se consideraron evaluar la red vial del departamento, donde se consideran las provincias de Rodríguez de Mendoza, Bagua Grande, Bongará, Chachapoyas y Luya. Los factores que se analizarán serán el precio por metro cuadrado, disponibilidad del terreno requerido y sobre todo el poder paisajístico. El resultado muestra que la provincia de Bagua Grande es la provincia más adecuada para la creación de este Ecolodge aprovechando la riqueza de su paisaje y de sus ríos de esta zona. Uno de los aspectos que podría causar un impacto favorable al proyecto, se refiere a que el lugar donde se sitúa el terreno se encuentra en una zona altamente estratégica, dado que se encuentra al lado del lago Burlán, al encontrarse en una zona natural es ideal para la imagen que queremos vender a los clientes, lo que permitirá mayor afluencia de público que visite este Ecolodge. Además el atractivo visual que podrá derivarse del mismo será ventajoso, ya que se podrán ver los cultivos de los diferentes frutos que realizan los pobladores del distrito e incluso con los cultivos propios del Ecolodge y compartir alguna inquietud con respecto a la cosecha y aprender un poco del proceso de cultivo.

Tabla 18

Matriz de microlocalización

FACTORES DE MICROLOCALIZACIÓN		AGUA	CERCANÍA AEROPUERTO	SEGURIDAD	COMPETENCIA	ACCESIBILIDAD	CLIMA	TOTAL
PONDERACIÓN		0.25	0.22	0.15	0.10	0.10	0.18	1
Rodríguez de Mendoza	Clasificación	5	2	3	5	1	2	3.1
	Puntuación	1.25	0.44	0.45	0.50	0.10	0.36	
Bagua grande	Clasificación	4	3	3	4	4	4	3.63
	Puntuación	1.00	0.66	0.46	0.40	0.40	0.72	
Bongará	Clasificación	4	2	4	5	3	2	3.2
	Puntuación	1	0.44	0.60	0.50	0.30	0.54	
Chachapoyas	Clasificación	3	3	4	4	5	3	3.45
	Puntuación	0.75	0.66	0.60	0.40	0.50	0.54	
Luya	Clasificación	4	4	4	3	4	2	3.54
	Puntuación	1.00	0.88	0.60	0.30	0.40	0.36	

4.3.2. Tamaño

La determinación del tamaño del proyecto se centra en el tema del dimensionado considerando las instalaciones que se ofrecerán, el área a dimensionar se divide en tres sectores; el primero es el área de alojamiento que se calculara en función a la demanda y considerando las especificaciones técnicas teniendo en cuenta la Reglamentación para Establecimientos de Hospedaje del Decreto Supremo N 029-2004-MINCETUR, revisar el anexo D, el segundo sector se dimensionara en base a la cantidad de visitantes en el caso de áreas comunes y a un tamaño estándar estimado para caso de las áreas administrativas y el último sector lo constituye el de áreas abiertas. Para calcular en número de habitaciones, bungalows y ecosuites, se considera el número de pernoctaciones por tipo de hospedaje en cada mes.

Sector de alojamiento

Habiendo definido el número de bungalows, habitaciones y ecosuites considerando el área requerida en metros cuadrado de estos

sugerido metros adicionales para una mejor comodidad del cliente; el total de metros cuadrado que se emplearan en la edificación en el área de alojamiento es de 2328.5 m², incluyendo las piezas de cuarto, baños y terrazas. Las dimensiones sugeridas en los bungalows de un piso tendrán un área de 23 m² y en los de dos pisos un area de 51 m², en las habitaciones simples un área de 21.5 m², en las habitaciones dobles un área de 31 m², en las habitaciones triples un área de 37 m², en las habitaciones matrimoniales un área de 30.5 m² y los ecosuites un área de 68.5 m².

Tabla 19

Área requerida en habitaciones, bungalows y ecosuites

TIPO DE ALOJAMIENTO		ÁREA (M ²)	BAÑO (M ²)	TERRAZAS (M ²)	TOTAL ÁREA SUGERIDO (M ²)	CANTIDAD	TOTAL M ²
Bungalow	1 piso	18	5	0	23	8	184
	2 pisos	38	5	8	51	10	510
Habitaciones	Simple	17	4.5	0	21.5	15	322.5
	Doble	19	6	6	31	8	248
	Triple	25	6	6	37	9	333
	Matrimonial	18	4.5	8	30.5	6	183
Ecosuites		48	7.5	13	68.5	8	548
TOTAL M ²							2328.5

Sector administrativa y de servicios

El terreno necesario para el segundo sector, siendo el administrativo y de servicios, se considera un área total de 3378 m², abarcando una superficie de 78 m² en el área de vigilancia, una superficie de 1635 m² en el área de servicio siendo tópicos, lavandería, custodia de valores, conserjería, cocina, restaurante, oficina para los guías ecoturistas, mirador, sala de computo, bar y mini pub rural, recepción, hall servicio, sala de máquina, servicios higiénicos, sala de estar y terrazas, una superficie de 365 m² en el área administrativa

encontrando allí el hall administrativo, comedor, sala de juntas, oficina general, sala de espera, oficina auxiliar, servicios higiénicos, y almacén y una superficie de 1300 m² en pistas internas y veredas externas, esto ayuda para que cada área tenga un espacio proporcional a cada función y a la capacidad promedio de visitantes en el lugar, es así como en el caso del restaurante el dimensionado se hace considerando el número esperado de visitantes, mientras que para las áreas administrativas se asignaran espacios estándar según la afluencia de clientes.

Tabla 20

Longitud del Sector Administrativo y servicios

ÁREA REQUERIDA EN EL SECTOR ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS			
ZONA	ÁREA (M ²)	ZONA	ÁREA (M ²)
SERVICIOS	1635 M ²	VIGILANCIA	78 M ²
Tópico	30	Estacionamiento	70
Lavandería	40	Caseta de seguridad	10
Custodia de valores	15	ADMINISTRATIVO	365 M ²
Conserjería	15	Hall administrativo	60
Cocina	80	Comedor servicio	40
Restaurante	300	Sala de juntas	50
Oficina guías ecoturismo	40	Oficina general	30
Mirador	300	Sala de espera	10
Sala de computo	80	Oficina auxiliar	25
Bar y mini pub rural	250	Ss.hh dama	30
Recepción	70	Ss.hh varones	30
Hall servicio	55	Almacén	20
Sala de maquinas	40	Hall principal	70
Ss.hh dama	30	OTROS	1300 M ²
Ss.hh varones	30	Pistas internas	800
Sala de estar	80	Veredas externas	500
Terraza	180	TOTAL M ²	3378M ²

Sector abierto

El tercer sector abarca áreas libres siendo este un total de 2491 m² aquí se establecerán los servicios de la laguna artificial ocupa 800 m², almacén ocupa 41 m², la zona de acampar y parrilla ocupa cada

una 400 m², el área de jardines ocupa 600 m² y la piscina un área de 200 m², en donde se podrán realizar diferentes actividades como actividades recreativas, deportivas, esparcimiento, laguna artificial, piscina y zona de camping para que el cliente este satisfecho dentro de este proyecto, logrando que este regrese.

Tabal 21

Longitud del sector abierto

DESCRIPCIÓN	ÁREA
Laguna artificial	850 m ²
Almacén stand	41 m ²
Zona acampar	400 m ²
Zona parrilla	400 m ²
Jardines/otros	600 m ²
Piscina	200 m ²
Total	2491 m ²

4.3.3. Características físicas

Las características físicas se especificara considerando los sectores, equipos y muebles y la distribución de los espacios, para ellos será considerar el reglamento actual del MINCETUR para Ecolodge.

Infraestructura

El Ecolodge será construido con materiales rústicos, aprovechando al máximo la riqueza natural de la zona; además de emplear el bambú como materiales base para la edificación de los bungalows, será un estilo casi moderno, en armonía con el ambiente a través de técnicas de construcciones nativas y diseños arquitectónicos, produciendo así una experiencia de calidad relacionadas con la vida silvestre amazónico. Se contara con un adecuado servicio de agua, desagüe, electricidad e internet para el consumidor sienta que está en casa y no le faltara dentro de este Ecolodge. Se establecer rutas propias para llegar a este modelo de negocio logrando fácil acceso mediante carreteras o trochas en buenas condiciones.

El análisis de la infraestructura se definirá según el tipo de alojamiento dentro del sector hospedaje y para el sector central los materiales de construcción, cimentaciones, techos, acabados y estilos arquitectónicos que vaya de acuerdo al reglamento de consideraciones para la edificación, según el MINCETUR los requisitos indispensables para el levantamiento de este negocio son: Deberá guardar armonía con el entorno en el que se ubique el establecimiento y el Ecolodge deberá ser constituido con materiales naturales propios de la zona debiendo guardar estrecha armonía con su entorno natural. Se considerara el Sector de Alojamiento para bungalows, habitaciones, ecosuites y sector central, donde se detallaran en las Tablas 23, 24, 25 y 26. En el anexo E se muestra las imágenes de la estructura de los alojamientos.

Tabla 22

Características de bungalows

1 PISO	2 PISOS		
			
DISTRIBUCIÓN	1. Ingreso	5. Escalera	
	2. Dormitorio	6. Tragaluz	
	3. Baño	7. Terraza	
	4. Sala de estar		
MEDIDAS	Área interior		18 m ²
	Baño		38 m ²
	Terraza		5 m ²
	Ancho de paredes		-
	Altura interior		0.3 m
CARACTERÍSTICAS	Cabaña de troncos e interiores madera listones	Mosqueteros en puertas y ventanas	
	Baño con decoración de madera	Techo a dos aguas de madera recubierto	
	Zona de ducha recubierta con loseta	Suministro eléctrico con tablero	
	Puerta de madera y ventanas de madera amplias	Suministro de agua de madera recubierto	
	Closet abierto de madera	Cimentación concreto con tabloncillos de madera	
OBSERVACIONES	La madera empleada será de madera extraída en la zona básicamente para los troncos nogal y para interiores puertas y ventanas de pino pues estos tipos de madera con los de mayor durabilidad de los disponibles de la zona		

Tabla 23

Características habitaciones

SIMPLE				TRIPLE			
Área interior	17 m ²	Ancho paredes	0.25 m	Área interior	25 m ²	Ancho paredes	0.25 m
Baño	4.5 m ²	Altura interior	2.5 m	Baño	6 m ²	Altura interior	2.5 m
Terraza	0 m ²	Área closet	1 m ²	Terraza	6 m ²	Área closet	1.75 m ²
DOBLE				MATRIMONIAL			
Área interior	19 m ²	Ancho paredes	0.25 m	Área interior	18 m ²	Ancho paredes	0.25 m
Baño	6 m ²	Altura interior	2.5 m	Baño	4.5m ²	Altura interior	2.5 m
Terraza	6 m ²	Área closet	1.75 m ²	Terraza	8 m ²	Área closet	1.75 m ²
DISTRIBUCIÓN	1. Ingreso			4. Sala de estar			
	2. Dormitorio			5. Terraza			
	3. Baño			6. Tragaluz			
CARACTERÍSTICAS	Ubicados en una edificación de dos pisos			Estructura de concreto y hierro			
	Pisos de madera			Paredes e interiores de adobe			
	Cimientos de arena y concreto			Duchas con losetas			
	Instalaciones de servicios			Losetas en baños y terrazas exteriores			
	Ventanas amplias con marcos de madera y puerta de madera decoradas			Techos a dos aguas de madera circular en segundo piso			
	Closet empotrados			Mamparas corredizas y barandales de madera en terrazas			
OBSERVACIONES	Área de closet no incluida en el espacio interior de las habitaciones.						

Tabla 24

Características ecosuites

1 PISO			
Área interior	48 m ²	Ancho de paredes	0,25 m
Baño	7.5 m ²	Altura interior	2.6 m
Terraza	13 m ²	Área closet	3,8 m ²

The floor plan shows a rectangular layout with a total width of 0,094 and a total height of 0,090. A green terrace area is shown on the left and bottom. The main living area is orange and contains a sofa (5), a dining table (4), and a kitchen (3) with a bathtub (3). A bedroom (2) is yellow, and a patio (7) is also yellow. A stone wall (6) is located in the upper right. A closet (1) is located near the entrance (1).

DISTRIBUCIÓN	1.	Ingreso	5.	Sala de estar
	2.	Dormitorio	6.	Sala de estar
	3.	Baño	7.	Patio
	4.	Mini bar		
CARACTERÍSTICAS	Exterior con roca empotrada		Puerta principal amplia de dos cuerpos	
	Paredes de ladrillos y vitrales		Closet empotrado	
	Acabados de madera de pino		Dos ambientes interiores	
	Amplias ventanas con marco de madera		Baños revestidos con losetas	
	Piso de loseta		Terrazas a desnivel	
	Barandales de vidrio y bordes de madera		Instalaciones de agua luz, cable e internet	
	Techo de madera de pino		Vigas interiores de madera	
OBSERVACIONES	Área de closet incluida en el espacio interior de las habitaciones			

Tabla 25

Características del sector central

		DESCRIPCIÓN	
2 pisos	Área total interior por piso		1 700 m ²
	Altura interior		3 m
	Ancho de paredes		0.25 m
Características	Puertas de madera de pino	Paredes de piedra	
	Puertas a calle corrediza de madera y hierro	Instalación de servicios	
	Ventanas con marco de madera	Estructura principal de ladrillo y adobe	
	Mamparas corredizas de marco de madera a exterior	Recubrimiento interiores con madera	
	Cimentación de concreto y arena	Piedra empotrada en exterior	
	Vidrio polarizado para caseta de vigilancia	Desniveles por zonas	
	Barandales de vidrio marco madera	Losetas de roca para terraza	
	Escaleras principales con barandales	Tragaluces	
	Baños con losetas	Techo circular con tejas	

Distribución

Para la distribución de las áreas se consideró tomar en cuenta que básicamente la infraestructura es el factor mediador del servicio con una adecuada asignación de zonas, logrando tener una beneficiosa infraestructura para que el cliente tenga fácil acceso a los diferentes servicios que se ofrecerán en este ecolodge. Se considera que la zona de ingreso tenga fácil acceso con la zona de estacionamiento y administración para el registro adecuado y elección del tipo de alojamiento, además de información acerca de los servicios que brindamos. La zona de servicio tendrá fáciles recorridos para los huéspedes con accesos apropiados a cada tipo de alojamiento, es por ello que se tomara en cuenta un adecuado dimensionado de los pasillos y espacios en cada una de las zonas. En la zona de ingreso encontraremos la caseta de vigilancia, en la zona de estacionamiento contamos con un amplio aparcamiento para los vehículos de nuestros clientes, en la zona de administración se encuentra la oficina gerencial, los servicios higiénicos para la plana administrativa, el hall administrativo, el comedor, la sala de juntas, la sala de espera para

clientes, la oficina auxiliar y el almacén, en la zona de alojamiento encontramos las diferentes opciones de alojamiento clasificándolos en área de los bungalows, área de las habitaciones y área de los ecosuites y la zona de servicios en el primer nivel encontramos el tóxico, la lavandería, la custodia de valores, la conserjería, la cocina, el restaurante, el guía ecoturismo, la sala de exposiciones, la recepción, el hall servicio, la sala de máquina y los servicios higiénicos y en el segundo nivel está el mirador, la sala de computo, los servicios higiénicos, las salas de estar, una amplia terraza y el pub rural o bar y en el sector abierta tendremos zona de camping, zona de parrilla, laguna artificial y servicios higiénicos.

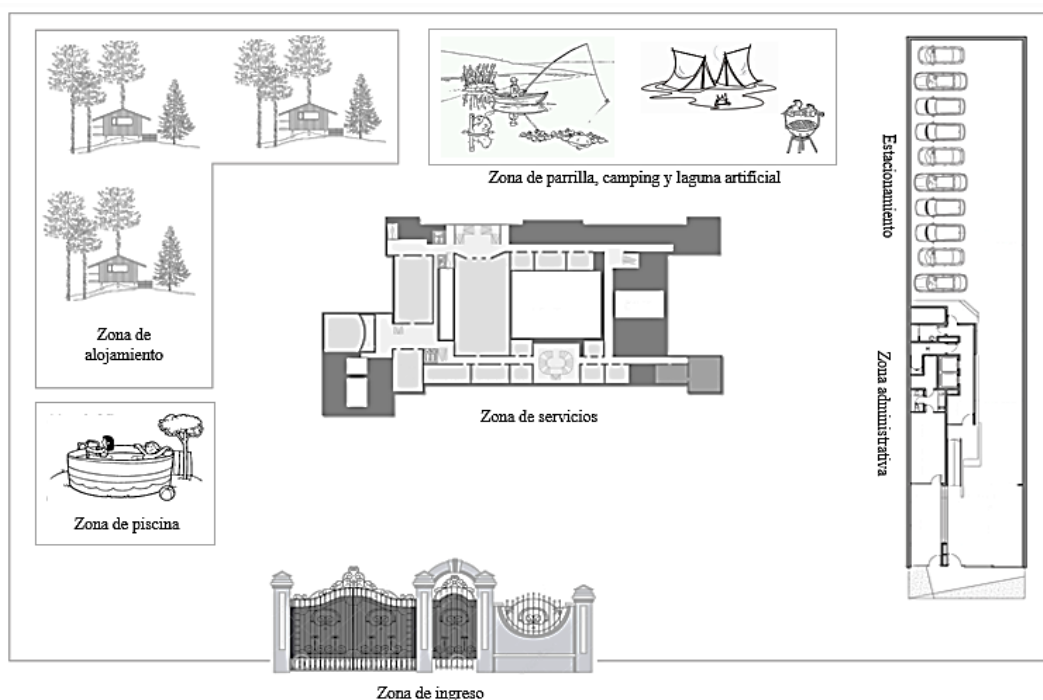


Figura 30. Distribución de las zonas del ecolodge.

4.3.4. Procesos

Las principales operaciones dentro del Ecolodge están vinculadas a dar soporte, Servicio de alojamiento, Servicio de alimentación–Restaurante y el Servicio de operadora Ecoturística. Por lo tanto se realizan diagrama de flujo de cada servicio ofrecido.

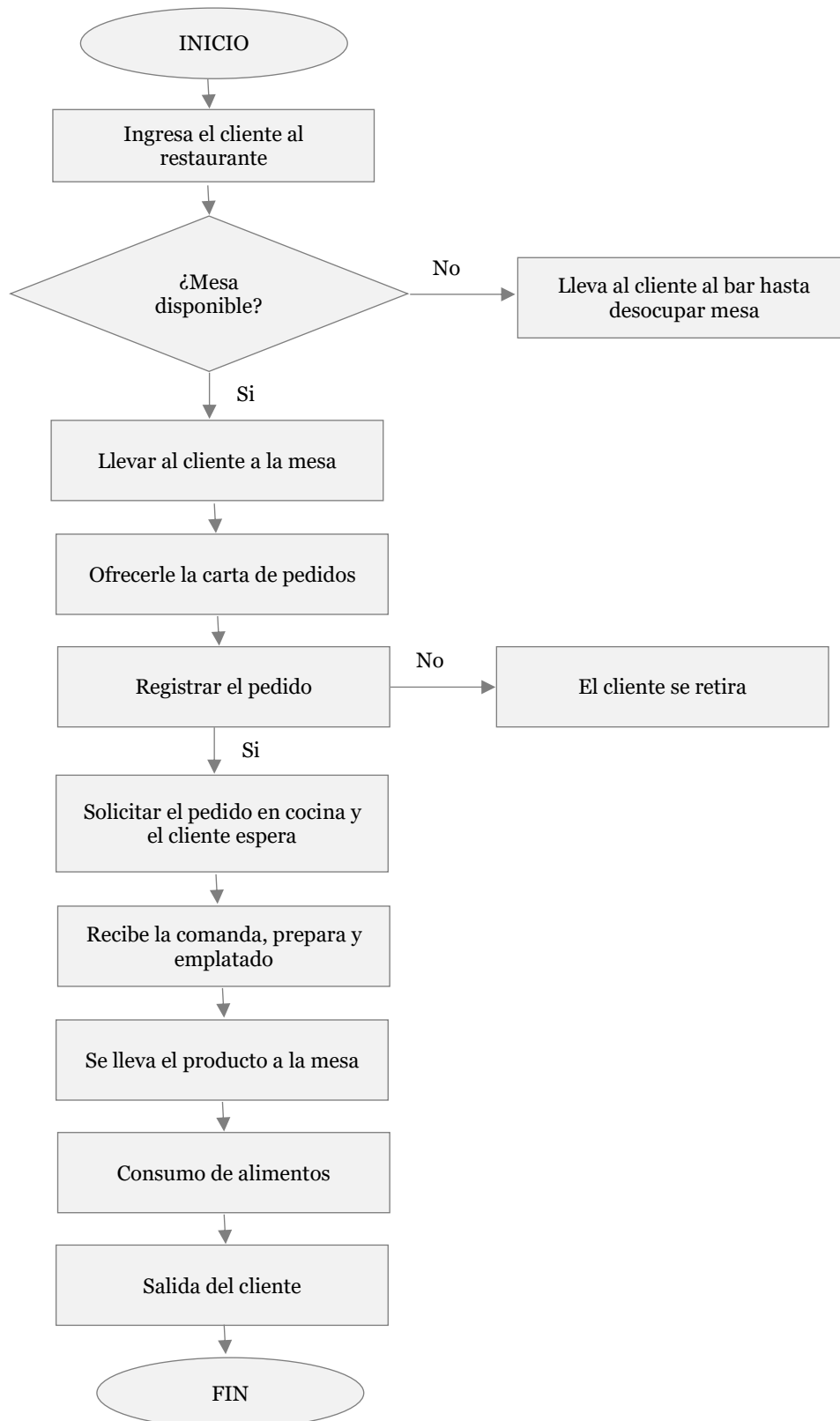


Figura 31. Diagrama de flujo de restaurante.

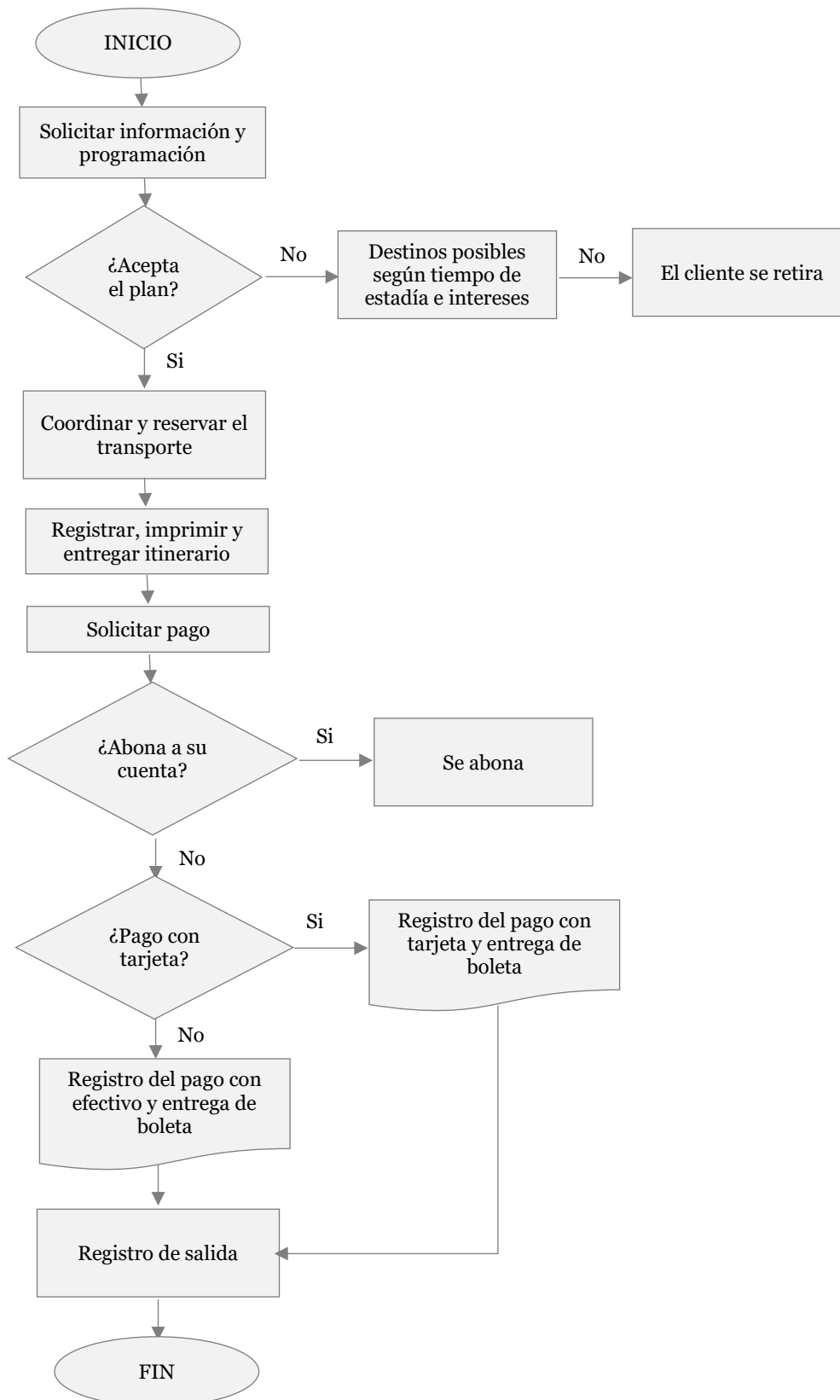


Figura 32. Diagrama de flujo de operador turístico.

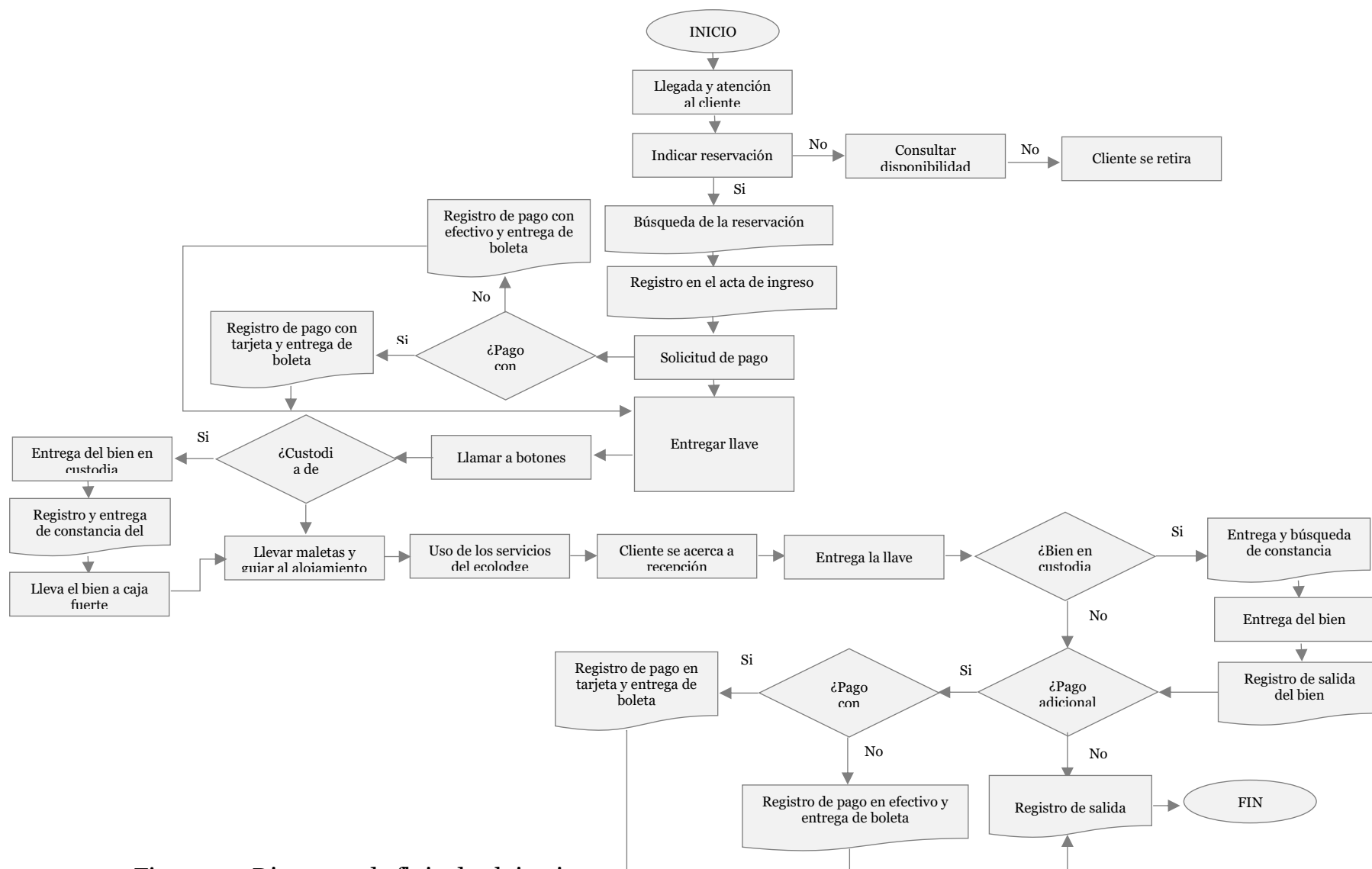


Figura 33. Diagrama de flujo de alojamiento.

4.3.5. Muebles y equipos por zonas

Los muebles que se consideraron para el proyecto tienen un total de S/2,472,586.30, considerando en la zona administrativa un total de S/68,560.00 siendo S/25,350.00 en maquinaria y equipos y S/43,210.00 en muebles y enseres, en la zona de servicios es un total de S/338,590.00 siendo S/86,092.00 en maquinaria y equipos y S/252,498.30 en muebles y enseres y en la zona de alojamiento un total de S/2,065,436.00 siendo S/534,690.00 en maquinaria y equipo y S/1,530,746.00 en muebles y enseres, cabe señalar que estos datos han sido extraído de la tabla muebles y enseres de la zona administrativa, de servicios y alojamiento.

Tabla 26

Total de muebles y equipos

DESCRIPCIÓN	ZONA ADMINISTRATIVA	ZONA SERVICIO	ZONA ALOJAMIENTO
Maquinaria y equipos	S/ 25,350.00	S/ 86,092.00	S/ 534,690.00
Muebles y enseres	S/ 43,210.00	S/ 252,498.30	S/ 1,530,746.00
Sub total	S/ 68,560.00	S/ 338,590.30	S/ 2,065,436.00
TOTAL	S/ 2,472,586.30		

Tabla 27

Muebles y equipos de la zona administrativa

ZONA ADMINISTRATIVA			
DESCRIPCIÓN	CAN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Muebles de recepción	1	S/. 2,400	S/. 2,400
Escritorio	10	S/. 550	S/. 5,500
Credenza	20	S/. 250	S/. 5,000
Sillón fijo negro	20	S/. 60	S/. 1,200
Sillas giratorias	10	S/. 90	S/. 900
Estantes	22	S/. 100	S/. 2,200
Anaqueles	15	S/. 80	S/. 1,200
Pizarra acrílica 120 x 80	5	S/. 100	S/. 500
Persiana vertical blanca	10	S/. 195	S/. 1,950
Rack tv fijo curva 37-70''	1	S/. 90	S/. 90
Set para oficina	10	S/. 30	S/. 300
Mesa (6 personas)	2	S/. 550	S/. 1,100
Mesa (8 personas)	8	S/. 800	S/. 6,400
Dispensador de agua	1	S/. 600	S/. 600
Mesa comedor de madera	1	S/. 400	S/. 400
Sillas plástico	25	S/. 35	S/. 875
Juego de sala de espera	1	S/. 4,000	S/. 4,000
Relojes	10	S/. 25	S/. 250
Cuadros	8	S/. 20	S/. 160
Alfombras	15	S/. 230	S/. 3,450
Toallas pequeñas baño	10	S/. 10	S/. 100
Percheros 5	2	S/. 250	S/. 500
Equipo fluorescente c/rejilla 2x36w	15	S/. 150	S/. 2,250
Tomacorrientes simple	35	S/. 11	S/. 385
Interruptores doble	20	S/. 14	S/. 280
Interruptor universal	10	S/. 17	S/. 170
Lavatorio blanco + pedestal blanco	1	S/. 93	S/. 93
Grifería	1	S/. 100	S/. 100
One piece blanco	1	S/. 430	S/. 430
Urinario blanco	1	S/. 110	S/. 110
Dispensador de jabón	1	S/. 19	S/. 19
Dispensador de papel higiénico	1	S/. 150	S/. 150
Papelero	1	S/. 15	S/. 15
Set de baño	1	S/. 90	S/. 90
Escobillones para interiores	3	S/. 10	S/. 30
Recogedores	2	S/. 7	S/. 13
TOTAL MUEBLES Y ENSERES ZONA ADMINISTRATIVA			S/. 43,210.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Computadoras	6	S/. 1,600	S/. 9,600
Laptops hp	2	S/. 2,300	S/. 4,600
Impresora multifuncional	1	S/. 500	S/. 500
Proyector	1	S/. 2,500	S/. 2,500
Horno microondas	1	S/. 350	S/. 350
Refrigerador 2 puertas	1	S/. 4,500	S/. 4,500
Tv led 40''	1	S/. 1,800	S/. 1,800
Aire acondicionado	1	S/. 1,500	S/. 1,500
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS ZONA ADMINISTRATIVA			S/. 25,350

Tabla 28

Muebles y equipos de la zona de servicios

ZONA SERVICIO				ZONA SERVICIO				ZONA SERVICIO				
DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	
MUEBLES-RESTAURANTE				MUEBLES – TÓPICO				MAQUINARIA- VIGILANCIA				
Mobiliario cocina	2	3500	7000	Escritorio	1	200	200	Enfriador de aire	1	270	270	
Mesa (2 personas)	20	250	5000	Credenza	1	2500	2500	Computadoras	6	1600	9600	
Mesa (4 personas)	10	400	4000	Papelero	1	15	15	Cámaras de seguridad	1	1800	1800	
Sillas	130	175	22750	Camilla portátil	2	390	780	Cámara a color	6	240	1440	
Mesa cocina	4	800	3200	Camilla fija	1	540	540	SUB TOTAL MAQUINARIA- VIGILANCIA			13110	
Mostrador-comedor	3	1800	5400	Relojes	1	25	25	Muebles-vigilancia				
Sillones	20	170	3400	Estantes	2	100	200	Sillas giratorias	1	90	90	
Vitrinas	10	530	5300	Persiana vertical	1	195	195	Escritorio	1	200	200	
Barras de madera	2	1500	3000	Sillón fijo negro	3	60	180	Set para oficina	1	30	30	
Tavola	2	3500	7000	Sillas giratorias	1	90	90	Tachos ecológicos	1	250	250	
Escobillones interior	3	10	30	Set para oficina	1	30	30	Relojes	1	25	25	
Recogedores	2	6,5	13	Fluorescentes	2	150	300	Cortina delgada	1	45	45	
Cuchara	180	3,5	630	Toma dobles	2	18	36	Equipo fluorescente	8	150	1200	
Tenedor	180	3,5	630	Interruptores	3	14	42	Tomacorrientes dobles	8	18	144	
Cucharita	180	2	360	Interruptor univ.	2	17	34	Interruptores doble	10	14	140	
Cuchillo para mesa	180	3,5	630	SUB TOTAL MUEBLES-TÓPICO			5167	Interruptor universal	6	17	102	
Vasos	180	8	1440	MUEBLES - CUSTODIA DE VALORES				SUB TOTAL MUEBLES-VIGILANCIA				2226
Manteles de tela	60	50	3000	Estantes	2	100	200	MUEBLES - PISCINA				
servilletas tela	90	10	900	Credenza	1	2500	2500	Tachos ecológicos	1	250	250	
Plato corona tendido	180	20	3600	Caja fuerte	6	429	2574	Mesa pequeñas	5	200	1000	
Plato corona hondo	180	15	2700	Relojes	1	25	25	Puff	8	80	640	
Plato entrada	180	7	1260	Papelero	1	15	15	Sillones de madera	5	830	4150	
Tazas + platino	180	15	2700	Sillas giratorias	1	90	90	Sombrillas reclinable	3	2500	7500	
Cremeros doble	180	15	2700	Set para oficina	1	30	30	Mecedoras redondas	9	430	3870	
Azucareros corona	38	25	950	Fluorescentes	2	150	300	Toldo blanco plegable	1	3000	3000	
Servilleteros madera	38	8	304	Toma dobles	2	18	36	Toallas pequeñas baño	10	10	100	
Esencieros	20	6	120	Interruptores	3	14	42	Estantes	2	100	200	
Tetara cerámica	20	25	500	Interruptor univ.	2	17	34	Bomba hayward max	1	2100	2100	
Olla grande	8	80	640	TOTAL MUEBLES –TÓPICO			5846	Filtro hayward 16''	1	1200	1200	
Olla mediana	6	50	300	MUEBLES CONSERJERÍA				Escalera inoxidable	2	570	1140	
Olla pequeña	4	35	140	Mueble conserje	1	2800	2800	Iluminación reflector	10	900	9000	
Ollas de barro	2	50	100	Silla	1	150	150	TOTAL MUEBLES-PISCINA			34150	

ZONA SERVICIO				ZONA SERVICIO				ZONA SERVICIO			
DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL
Ollas de barro buffet	10	35	350	Estantes	1	100	100	MAQUINARIA-PARRILLA Y CAMPING			
Jarras de vidrio	38	25	950	Relojes	1	25	25	Parrilla a carbón	2	1700	3400
Platos grande	20	75	1500	Papelero	1	15	15	Parrilla para pescado	5	90	450
Azafates de madera	15	35	525	Set para oficina	1	30	30	TOTAL MAQUINARIA-PARRILLA Y CAMPING			3850
Termo 3l inoxidable	2	240	480	Fluorescentes	1	150	150	MUEBLES-PARRILLA Y CAMPING			
Sartén	4	90	360	Tomacorrientes	1	18	18	Tachos ecológicos	1	250	250
Perol de acero	2	80	160	Interruptores	2	14	28	Caja china chica	2	430	860
Cuchillo de cocina	8	37	296	Interruptor univ.	1	17	17	Bandejas	2	30	60
Cucharones grandes	6	12	72	TOTAL MUEBLES-CONSERJERÍA			3333	Cepillo doble limpia parrilla	6	15	90
Coladores de acero	4	20	80	TOTAL MAQUINARIA OF GUIA Y SALA ESTAR				Soplador	4	10	40
Espumadera	10	12	120	Laptops hp	2	2300	4600	Utensilios para parrilla	6	80	480
Tabla de picar	5	10	50	Home theater	1	220	220	Cuchillo parrillero grande	4	60	240
Tetera 3l acero	2	180	360	Aire acondicionado	1	1500	1500	Mandiles parrillero	15	53	795
Pelador de papas	4	7	28	TOTAL MAQUINARIA OF GUIA Y ESTAR			6320	Grifería corona	1	100	100
Carros para servicio	3	330	990	MUEBLES OF GUIA Y SALA ESTAR				One piece blanco	1	430	430
Equipo fluorescente	8	150	1200	sala de espera	1	4000	4000	Urinario blanco	1	110	110
Tomacorrientes	8	18	144	Credenza	2	2500	5000	Dispensador de jabón	1	19	19
Interruptores doble	10	14	140	Sillas giratorias	10	90	900	Dispensador de papel	1	150	150
Interruptor univ.	6	17	102	Papelero	3	15	45	Papelero	1	15	15
Filtro	1	170	170	Estantes	3	100	300	Set de baño	1	90	90
TOTAL MUEBLES RESTAURANTE			97774	Relojes	1	25	25	Carpa para campamento	2	1260	2520
MAQUINARIA-RESTAURANT				Cuadros	8	20	160	Carpa maurice	8	430	3440
Batidora	1	899	899	Alfombras	1	40	40	Bolsa para dormir	12	50	600
Cafetera	1	171	171	Persiana vertical	1	195	195	Kgame power futbol	1	700	700
Campana extractora	1	1500	1500	Computadoras	2	1600	3200	Kit de emergencia	4	40	160
Cocina industrial	1	2300	2300	Cámara de video	1	1700	1700	Lámpara solar emergencia	6	170	1020
Horno microondas	1	350	350	Sillas	2	175	350	Linterna a kerosene	2	80	160
Licuadaora	1	400	400	Puff	20	80	1600	Kayak day life amarillo	6	980	5880
Sandwichera	1	105	105	Tapizón e instalar	1	230	230	Silla plegable para camping	10	140	1400
Exprimidor	1	140	140	Cojines	15	30	450	Linterna recargable	6	32	192
Congeladora	1	1700	1700	Fluorescentes	10	150	1500	TOTAL MUEBLES-PARRILLA Y CAMPING			19801
Refrigerador	1	4500	4500	Tomacorrientes	5	18	90	MAQUINARIA-ALMACÉN			
TOTAL MAQUINARIA ESTAURANTE			12065	Interruptores	15	14	210	Equipo de comunicación	2	1300	2600
MUEBLES-BAR				Lavatorio-pedestal	1	93	93	Paneles fotovoltaicos flexible	1	35000	35000
Abrebotellas	5	10	50	Grifería corona	1	100	100	Generador gasolina	1	6400	6400

ZONA SERVICIO				ZONA SERVICIO				ZONA SERVICIO			
DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL
Sacacorchos	5	25	125	One piece	1	430	430	TOTAL MAQUINARIA- ALMACÉN			
Cucharilla de bar	4	78.2	312.8	Urinario blanco	1	110	110	MUEBLES-ALMACÉN			
Coctelera con filtro	3	60	180	Dispensador jabón	1	19	19	Escobillones para interiores	10	10	100
Colador para pulpa	3	11	33	Dispensador papel	1	150	150	Recogedores	2	6.5	13
Cuchillo montador	2	16	32	Set de baño	1	90	90	Estantes horizontales	3	100	300
Cuchillo de sierra	3	33	99	TOTAL MUEBLES OF GUIAS Y ESTAR			20987	Interruptor riel bifásico 63 a	1	43	43
Medidor	4	25	100	MAQUINARIA -LAVANDERÍA				Interruptor riel bifásico 50 a	5	33	165
Exprimidor	2	15	30	Lavadoras 8 k	2	1900	3800	Interruptor diferencial	1	119	119
Trituradora	1	600	600	TOTAL MAQUINARIA LAVANDERÍA			3800	Equipo fluorescente	2	150	300
Martillo	1	35	35	MUEBLES-LAVANDERÍA				Tomacorrientes doble	1	18	18
Cubiteras de hielo	10	11	110	Puff grandes	5	230	1150	Interruptores doble	4	14	56
Machacador	3	45	135	Canasta tejido	8	180	1440	TOTAL MUEBLES-ALMACÉN			
Organizador de bar	1	2800	2800	Estantes verticales	5	100	500				
Banco bar	50	200	10000	Canastillas-ropa	10	60	600				
Parisién	2	35	70	Relojes	1	25	25				
Pitillos y sombrillas	1000	0.08	80	Fluorescentes	2	150	300				
Rallador	2	26	52	Tomacorrientes	8	18	144				
cucharas medidoras	2	90	180	Interruptores	2	14	28				
Tabla de madera	1	10	10	TOTAL MUEBLES-LAVANDERÍA			4187				
Tapete de servicio	6	120	720	MAQUINARIA-MIRADOR							
Tenazas hieleras	10	20	200	Telescopio	1	2217	2217				
Posa vasos	1000	0.38	380	Friobar	1	730	730				
Hieleras	15	40	600	TOTAL MAQUINARIA-MIRADOR			2947				
Vasos largos	30	8	240	MUEBLES Y ENSERES - MIRADOR							
Vasos cortos	30	6	180	Sillones	5	830	4150				
Copas cóctel	30	15	450	Sombrillas reclina	10	2500	25000				
Copas altas	30	13	390	Mecedoras	12	430	5160				
Vasito cup	20	7	140	Lavatorio-pedestal	1	93	93				
Jarras	3	25	75	Grifería	1	100	100				
Cuchara	12	3.5	42	One piece blanco	1	430	430				
Fluorescentes	2	150	300	Urinario blanco	1	110	110				
Tomacorrientes	2	18	36	Dispensador jabón	1	19	19				
Interruptores doble	5	14	70	Dispensador papel	1	150	150				
Interruptor univ.	3	17	51	Papelero	1	15	15				
Escobillones interior	1	10	10	Set de baño	1	90	90				

ZONA SERVICIO				ZONA SERVICIO				ZONA SERVICIO			
DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL
Recogedores	1	6.5	6.5	Tomacorrientes	8	18	144				
TOTAL MUEBLES-BAR			18924.3	Interruptores	2	14	28				
				Farol colgante	8	40	320				
				Foco ahorrador espiral 20 w	10	18	180				
				Toldo plegable	1	3000	3000				
				TOTAL MUEBLES-MIRADOR			38989				

Tabla 29

Muebles y equipos de la zona de alojamiento

ZONA ALOJAMIENTO				ZONA ALOJAMIENTO				ZONA ALOJAMIENTO			
Descripción	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL
MAQUINARIA – ECOSUITES				MAQUINARIA - BUNGALOWS				MUEBLES Y ENSERES - HABITACIONES			
Extractor de aire	6	120	720	Friobar	24	730	17520	Colchón tropical 2 plz	20	800	16000
Friobar	1	730	730	Aire acondicionado	24	1500	36000	Box tarima 2 plz	20	740	14800
Aire acondicionado	1	1500	1500	Home theater	24	3500	84000	Cabecera punto 2 pz	20	890	17800
Home theater	1	3500	3500	Televisor led 48"	24	2700	64800	Colchón 1,5 plz	40	600	24000
Televisor led 48"	6	2700	16200	Extractor de aire	6	120	720	Tarima universal 1,5 plz	40	510	20400
TOTAL MAQUINARIA-ECOSUITES			22650	TOTAL MAQUINARIA-BUNGALOWS			203040	Cabecera basic 1 ½	40	530	21200
MUEBLES – ECOSUITES				MUEBLES - BUNGALOWS				Sofá cama saxo	60	440	26400
Colchón King	6	1800	10800	Colchón queen	24	1400	33600	Reclinable ultra negro	60	800	48000
Tarima King	6	1600	9600	Tarima queen	24	1200	28800	Espejo joyero con puerta	60	130	7800
Cabecera king beige	6	2200	13200	Cabecera queen beige	24	1700	40800	Closet proyecto madera	60	1400	84000
Sofá cama home	6	880	5280	Sofá cama botones	24	600	14400	Rack tv fijo 37-70''	60	90	5400
Reclinable	6	2400	14400	Reclinable ultra negro	24	1500	36000	Mesa de centro berlín	60	400	24000
Espejo joyero	6	500	3000	Espejo joyero	24	200	4800	Zapatera 3 cajones	60	280	16800
Aparador	12	1300	15600	Closet proyecto madera	24	2100	50400	Velador de 1 cajón	120	130	15600
Closet madera	6	8500	51000	Rack tv fijo 37-70''	24	90	2160	Repisa flotante blanco	80	20	1600
Rack tv fijo 37-70''	6	90	540	Mesa de centro	24	650	15600	Juego de sábanas 2 pz	20	180	3600
Mesa de centro manila	6	980	5880	Zapatera 3 cajones	24	350	8400	Sábanas 1 1/2 pz	40	160	6400
Mesa lateral	6	900	5400	Velador de 1 cajón	48	130	6240	Cubrecamas 2 pz	30	210	6300
Sillón	12	619	7428	Repisa flotante blanco	36	20	720	Cubrecama 1 ½	60	170	10200
Zapatera 5 cajones	6	500	3000	Sábanas queen	24	215	5160	Almohada anti stress	120	70	8400
Velador de 1 cajón	12	280	3360	Edredón plumas queen	30	1400	42000	Lámpara de mesa	120	55	6600
Repisa hexagonal	18	30	540	Almohada anti stress	40	70	2800	Persiana vertical	60	195	11700
Juego de sábanas king	12	330	3960	Lámpara de mesa	48	60	2880	Cojines	120	30	3600
Quilt liso King	24	350	8400	Persiana vertical blanca	24	195	4680	Alfombras	90	150	13500
Edredón plumas king	12	1400	16800	Cojines	40	35	1400	Lámpara colgante	60	250	15000
Almohada súper soft	24	90	2160	Alfombras	48	220	10560	Linternas	60	32	1920
Lámparas de mesa	12	80	960	Lámpara colgante	24	300	7200	Percheros	60	60	3600
Persiana vertical	12	195	2340	Linternas	24	32	768	Puff	120	80	9600
Cojines	24	60	1440	Percheros	24	60	1440	Cortinas para baño	60	45	2700
Alfombras	18	380	6840	Puff	48	80	3840	One piece blanco	60	220	13200
Lámpara colgante	14	480	6720	Cortinas para baño	24	45	1080	Mueble + lavatorio	60	190	11400
Linternas	10	32	320	One piece blanco	24	300	7200	Llave buzios cromo	60	90	5400

ZONA ALOJAMIENTO				ZONA ALOJAMIENTO				ZONA ALOJAMIENTO			
Descripción	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL
Lámparas	162	100	16200	Ovalín cuadrado blanco	24	250	6000	Botiquín	60	85	5100
Percheros	6	85	510	Lavatorio milán	24	130	3120	Urinario blanco	60	110	6600
Puff	6	80	480	Urinario blanco	24	110	2640	Llave para urinario	60	80	4800
Cortinas para baño	6	45	270	Llave para urinario	24	80	1920	Caja con ojal	160	15	2400
One piece blanco	6	629	3774	Mueble para baño	24	215	5160	Repisa de vidrio	90	50	4500
Ovalín pavonado	6	400	2400	Espejo italia 40 x 55 cm	24	150	3600	Organizador ducha	60	20	1200
Llave de lavatorio	6	339	2034	Caja con ojal blanca	48	15	720	Gancho command baño	120	16	1920
Urinario blanco	6	160	960	Repisa de vidrio	30	50	1500	Accesorios 4 piezas	60	80	4800
Llave de urinario	6	160	960	Organizador ducha	24	20	480	Dispensador de jabón	60	60	3600
Mueble de baño	6	340	2040	Gancho command baño	36	16	576	Dispensador de papel	60	150	9000
Espejo led para baño	6	250	1500	Accesorios 4 piezas	24	80	1920	Papelero	60	30	1800
Caja de tela marrón	30	22	660	Dispensador de jabón	24	60	1440	Toallas pequeñas baño	240	10	2400
Repisa de vidrio	12	95	1140	Dispensador de papel	24	150	3600	Interruptores doble	360	14	5040
Organizador ducha	6	33	198	Papelero	24	30	720	Tomacorriente doble	540	17	9180
Gancho baño	20	16	320	Toallas pequeñas baño	96	10	960	Columna de ducha	60	700	42000
Set de accesorios	6	130	780	Interruptores doble	192	14	2688	Cabinas de ducha	60	2500	150000
Dispensador de jabón	6	60	360	Tomacorriente doble	144	17	2448	TOTAL MUEBLES-HABITACIONES			700460
Dispensador de papel	6	150	900	Cava de vinos negro	24	800	19200				
Papelero	6	30	180	Columna de ducha	24	700	16800				
Toallas pequeñas	20	10	200	Cabinas de ducha	24	2500	60000				
Interruptores doble	30	14	420	Tina hidromasaje	24	3300	79200				
Tomacorriente doble	36	17	612	TOTAL MUEBLES BUNGALOWS			547620				
Cava de vinos negro	6	1300	7800	MAQUINARIA-HABITACIONES							
Columna de ducha	6	700	4200	Extractor de aire	60	120	7200				
Cabinas de ducha	6	2500	15000	Friobar	60	730	43800				
Tina hidromasaje	6	3300	19800	Aire acondicionado	60	1500	90000				
TOTAL MUEBLES-ECOSUITES			282666	Equipo de sonido	60	1000	60000				
				Tv led 40''	60	1800	108000				
				TOTAL MAQUINARIA-HABITACIONES			309000				

4.3.6. Suministros

Los suministros que se utilizara para que el proyecto esté en marcha es un total de S/.684,047.52 anual, en el servicio oficina es un total de S/. 10,246.00 anual utilizándose en diferentes útiles de escritorio, en el servicio de tópicos un total de S/.35,293.00 anual teniendo así una implementación adecuada lo cual ayudara para actuar ante posibles lesiones, en el servicio de transporte un total de S/.46,000.00 anual empleados en repuestos, aditivos y gasolina, en el servicio de restaurante y bar un total de S/.542,322.00 anual usados en insumos para la preparación de los diferentes platos gastronómicos y tragos de la zona, en el servicio de limpieza un total de S/.17,622.72 anual para los diferentes tipos de aojamiento y en suministros para el baño es un total de S/.32,563.80 anual. Cabe señalar que estos costos están vinculados al servicio que ofrecemos para un mejor orden y calidad en este, cabe resaltar que estos datos son obtenidos de la tabla características específicas de suministros, siendo la sumatoria de estos.

Tabla 30

Total de suministros

DESCRIPCIÓN	GASTOS MENSUALES	GASTOS ANUALES
Oficina	S/. 853.83	S/. 10,246.00
Tópico	S/. 2,941.08	S/. 35,293.00
Transporte	S/. 3,833.33	S/. 46,000.00
Restaurante y bar	S/. 45,193.50	S/. 542,322.00
Limpieza	S/. 1,468.56	S/. 17,622.72
Baños	S/. 2,713.65	S/. 32,563.80
TOTAL	S/. 66,842.36	S/. 684,047.52

Tabla 31

Suministros requeridos por zonas

DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	NOMBRE DEL PLATO	CAN	COSTOS MES	COSTOS AÑO				
SUMINISTRO- OFICINA				SUMINISTRO DE LIMPIEZA				SUMINISTROS-RESTAURANTE							
Papel fotocopia	15	12.9	193.5	Detergente 4.5 kg	72	68.1	4903.2	Tortilla de paiche	15	870	10440				
Tintas líquida	55	67	3685	Limpiadores	120	3.3	396	Tacacho con cecina	10	4020	48240				
Dvd en blanco	60	3.5	210	Pinesol	120	9.7	1164	Picuro al horno	30	3720	44640				
Plumones pizarra	180	2.8	504	Papel toalla set 2 u	144	7.95	1144.8	Patara shca	17	2589	31068				
Folders	60	5	300	Escobillón interiores	20	12.6	252	Juane de yuca con gallina	18	1920.75	23049				
Sobres manila	5	96	480	Bolsas para basura	216	0.39	83.52	Paiche a la parrilla	19	2291.25	27495				
Lapiceros	100	5.9	590	Desinfectante	120	9.7	1164	Chicharrón de paiche	12	2193	26316				
Lapices 6 uni	180	9	1620	Lavavajillas liquido	60	9.9	594	Cecina de picuro	10	1095	13140				
Tajadores	70	2	140	Lejía	120	5.3	636	Trucha al palo	11	1255.5	15066				
Tijeras	60	6	360	Anti grasa	60	5.5	330	Casuela	11	2754	33048				
Engrapador	2	75	150	Pastilla desinfectante	48	5.25	252	Cerdo arrollado	9	954	11448				
Caja de grapas	45	4.8	216	Destructor sancudos	72	5.5	396	Plátano cocido con dulce	20	1560	18720				
Perforador	2	75	150	Limpiadores	120	5.4	648	Tamales	10	960	11520				
Goma	10	7	70	Cera auto brillante	48	5.4	259.2	Humitas	18	604.5	7254				
Reglas	30	3	90	Limpiador de piso	120	35	4200	Picarones	15	540	6480				
Ibisprial profesional	1	1320	1320	Otro		1200	1200	Plátanos rellenos maduros	15	915	10980				
Resaltadores	15	2	30	TOTAL-SUMINISTROS LIMPIEZA			17622.72	Buñuelos de yuca	25	1650	19800				
Correctores	15	2.5	37.5	SUMINISTRO-BAÑOS				Chapo de plátano	35	1365	16380				
Otro		100	100	Papel higiénico 24 u	1872	1.6	3034.2	Purtumute	24	874.5	10494				
TOTAL SUMINISTRO-OFICINA				10246				Papel toalla set 2 u	1248	7.95	9921.6	Guarapo	14	630	7560
SUMINISTRO-TÓPICO				Jabón tocador	1248	3.4	4243.2	Chuchuhuasi	7	420	5040				
Antinflamatorio	100	8	800	Jabón liquido 1 l	624	9.5	5928	Licor de mora	10	540	6480				
Antipiréticos	100	9.5	950	Jabón glicerina	1248	2.1	2620.8	Licor de leche	12	684	8208				
Antibiótico	100	7.5	750	Protectores íntimos	624	3.8	2371.2	Pur pur	6	450	5400				
Alcohol 1 l	45	35	1575	Toallas intima	624	5.2	3244.8	Daiquiri de cocona	11	726	8712				
Sueros	50	45	2250	Otros		1200	1200	Daiquiri aguaje	9	726	8712				
Paquete de gasas	130	60	7800	TOTAL SUMINISTROS-BAÑOS			32563.8	Pisco sour de aguaymanto	10	960	11520				

DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL
Vendajes cobán	150	23.9	3585
Algodón en paños	200	5.3	1060
Agua oxigenada 1 l	30	37	1110
Bicarbonato de sodio	100	3.9	390
Venditas adhesivas	10	15.1	151
Repelente	510	27.2	13872
Otro		1000	1000
TOTAL SUMINISTROS TÓPICO			35293
SUMINISTRO-TRANSPORTE			
Gasolina		10000	10000
Aditivos		5000	5000
Presupuesto de repuestos		30000	30000
Otro		1000	1000
TOTAL SUMINISTROS TÓPICO			46000

DESCRIPCIÓN	CAN	PU	TOTAL	NOMBRE DEL PLATO	CAN	COSTOS MES	COSTOS AÑO
				Rompe calzón	13	819	9828
				Uvachado	8	456	5472
				Gaseosa personal	7	735	8820
				Gaseosa familiar 3l	11	3000	36000
				Chicha morada jarra	9	810	9720
				Jugo de cocona con limón	12	828	9936
				Jugo de aguaymanto con naranja	10	480	5760
				Jugo aguaje-mandarina	14	798	9576
				TOTAL SUMINISTROS RESTAURANTE		45193.5	542322
				TOTAL SUMINISTROS			684047.52

4.4. Estudio organizacional y legal

4.4.1. Tipo de sociedad

La sociedad elegida es el de Sociedad Limitada de Responsabilidad Limitada (SRL), cabe resaltar que el patrimonio no está afecto y el capital dividido en participaciones iguales, pueden ser constituidas en acciones. De acuerdo al tipo de sociedad será necesario constituir una Junta General de socios constituidos por los dos socios aportantes y un Gerente General encargado de la administración de la sociedad con facultades especiales con representante procesal, siguiendo los pasos que se deben tener en cuenta para constitución de esta sociedad.

Tabla 32

Pasos para constitución

Nº	DESCRIPCIÓN
1	Tramite y búsqueda del nombre de la empresa en SUNARP – zona registral N° II Bagua, asegurándonos que no exista alguna empresa con el mismo nombre
2	Tramite de reserva del nombre ante SUNARP – zona registral N° II – sede Bagua.
3	Elaboración de minuta de constitución firmada por abogado.
4	Trámite de la escritura pública ante notario público y seguimiento de la inscripción en el registro de personas jurídicas de la oficina registral de Bagua.
5	Registro único del contribuyente (RUC) gestionada en la SUNAT, presentando el Documento Nacional de Identidad (DNI) del titular, escritura pública de la propiedad inscrita en el registro público, formato de inscripción de ruc, el domicilio fiscal es el del local.
6	Autorización para la emisión de comprobantes de pago (SUNAT)
7	Tramite de obtención de licencia municipal de funcionamiento presentando documento de constitución social, numero de RUC, certificado de zonificación y compatibilidad de usos y planos de distribución.
8	Inscripción en el registro especial de establecimientos de hospedaje presentando copia de licencia de funcionamiento.
9	Solicitud de clasificación y categorización ante la dirección nacional de turismo en categoría de ecolodge.
10	Los libros contables serán llevados internamente dentro de la planificación de recursos empresariales que generara en base a las operaciones los registro de inventarios, balances, caja diaria y mayor; además de los registro de compras y venta, siendo los libros principales legalizados y supervisados en los periodos de cierre por el contador externo.

Fuente: SUNARP

4.4.2. Afectación tributaria

Para la inscripción en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria dentro del Registro Único de Contribuyentes se considerando los requisitos para la inscripción de RUC se debe contar con una minuta de constitución, tener escritura Pública de la propiedad en Registros Públicos, obtener un formato de inscripción de RUC de la SUNTA (formato N° 2119) – Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos) y DNI original del representante legal. Los impuestos a los que se encuentran están sujeta este Ecolodge son el Impuesto a la Renta y al impuesto General a las Ventas, detallándose a continuación.

Cabe señalar que el impuesto a la renta los ingresos del Ecolodge pertenecen a la tercera categoría: ingresos del comercio, la industria y otras determinadas por ley, a los que se encuentran domiciliados en el país al importe del 30% anual sobre los ingresos netos en las actividades comerciales y al Impuesto General a las ventas (IGV) el giro de atención a turistas nacionales es regulado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), ubicándose en el Régimen Especial de Establecimientos de Hospedaje es del 18% en base al consumo del visitante, Para eso se debe cumplir con una serie de obligaciones y presentar un Registro de Huéspedes en el Centro servicios al Contribuyente – Regional Amazonas, consultar anexo F. Los requisitos del régimen de establecimiento de hospedaje es indispensables contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC), encontrarse efecto al IGV, El establecimiento debe haber sido declarado como domicilio fiscal en el RUC y deberá presentar copia de la licencia de funcionamiento o de la licencia de apertura de establecimiento donde figure como actividad de servicio de hospedaje

4.4.3. Normas competentes

Se debe considerar el tipo de sistema, en este caso se debe considerar el régimen especial de hospedaje, actividad turística y clasificación y categorización del ecolodge estipulado por la SUNAT Y MINCETUR.

Tabla 33

Régimen de hospedajes, actividad turística y de ecolodge

RÉGIMEN ESPECIAL DE HOSPEDAJE		
LEY	FECHA	DESCRIPCIÓN
Decreto supremo N° 122-2001-EF	29/06/2001	Dictan normas para la aplicación de beneficio tributario a establecimientos de hospedaje que brinden servicio a sujetos no domiciliados.
Resolución de superintendencia N° 082-2001 – SUNAT	20/07/2001	Dictan normas referidas al registro especial de establecimientos de hospedaje a que se refiere el art. 3° del D.S. N° 122-2001-ef
Resolución de superintendencia n° 093-2002/SUNAT	25/07/2002	Normas para la implementación y control del beneficio establecido por el decreto legislativo n° 919 a favor de establecimientos de hospedaje que brinden servicios a sujetos no domiciliados.
Resolución de superintendencia n° 136-2002/SUNAT	11/10/2002	Modifican normas para la implementación y control de beneficio establecido por el decreto legislativo n° 919 a favor de establecimientos de hospedaje que brinden servicios a sujetos no domiciliados.
Resolución de superintendencia n° 157-2005/SUNAT	17/08/2005	Establecen nuevo procedimiento para la presentación de información a que se refiere el art. 8 del reglamento de notas de crédito negociable.
RÉGIMEN A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA		
Ley n° 26821	Ley orgánica para el aprovechamiento sostenible de recursos naturales	
Ley n° 26961	Ley para el desarrollo de la actividad turística	
DS 009-92 ICTI	Declaración de interés público y necesidad nacional el desarrollo del turismo ecolodge.	
RÉGIMEN DE CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE ECOLODGE		
Reglamento de establecimientos de hospedaje decreto supremo n° 029-2004-mincetur	Establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje; se establecerán órganos competentes como la obligatoriedad a los que inicien operaciones de presentar la declaración jurada de cumplimiento de las normas relativas a las condiciones mínimas del servicio que presten. Establece requisitos de infraestructura, equipo y servicios para la clase de hotel, part-hotel, hostel, resort, ecolodge y albergue, categorías de 1 a 5 estrellas.	
Reglamento de calificadores de establecimientos de hospedaje RM n° 151-2001-itinci	Define las funciones, normas el procedimiento de evaluación y establece las sanciones que serán aplicadas a las personas designadas como calificadores de establecimientos de hospedaje por el MINCETUR.	

FUETE: SUNAT Y MINCETUR

4.4.4. Licencia ambiental

Para obtener esta licencia se requiere contar con términos de referencia que sirva de manera adecuada para la elaboración de una Evaluación de impacto Ambiental (EIA); por ello que el contenido de este estudio deberá incluir el contexto en el cual se desarrolla el proyecto, haciendo incidencia en la compatibilidad territorial (ordenamiento territorial, zonificación económica ecológica, planes urbanos, planes de uso de suelos y áreas naturales, entre otros), la relación que existe entre el proyecto de inversión que se plantea y las políticas, planes y programas de desarrollo nacional, regional y local vigente, informar sobre las negociaciones con los actores sociales que sean relevantes para efecto de la Evaluación de EIA, e informar sobre la tendencia de derechos sobre la tierra. Además en la línea de base del proyecto se debe identificar el paisaje que caracterizara su visibilidad, fragilidad y calidad de este; las áreas donde puedan generar contingencias sobre la población y/o el ambiente con ocasión de la ocurrencia de fenómenos naturales, el desarrollo de actividades humanas, la ejecución o modificación del proyecto o actividad y la contaminación de estos; el uso de procedimientos y metodologías necesarias para describir y analizar la línea de base que deberá estar debidamente justificado y por último la existencia de ecosistemas frágiles o zonas vulnerables en donde es necesario un tratamiento especial.

Para acceder a la certificación ambiental debemos seguir el siguiente procedimiento, lo cual consta en presentar la solicitud, clasificación de la acción, evaluación del instrumento de gestión ambiente, resolución y seguimiento y control, en este último hay que considerar la clasificación de la acción (debe ser elaborado por entidades autorizadas que cuenten con equipos especializados y experiencia en aspectos de manejo ambiental y social, aquí el titular

cubre los costos de la tramitación y elaboración), instrumento de gestión ambiental (debe contener una descripción de la acción propuesta y antecedentes de su área de influencia y caracterización de las implicaciones y los impactos ambientales, entre otros), resolución de certificación ambiental o expedición del informe ambiental (culminada la evaluación de los instrumentos de gestión ambiental, se elabora un informe técnico-legal que sustente la evaluación que haga la autoridad indicando las consideraciones, así como las obligaciones adicionales sugeridas en dicha evaluación si las hubiera) y el debido seguimiento y control (el MINAM, a través del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental, es el responsable del seguimiento y supervisión de la implementación de las medidas establecidas en la Evaluación Ambiental Estratégica).

4.4.5. Normas ISO

Las normas que tendremos en cuenta para este proyecto son el ISO 9001 hace referencia a la Gestión de la Calidad, lo que busca es estandarizar los procesos sobre el servicio que ofreceremos consiguiendo mayor control sobre estos, además permite implantar el círculo de la mejora continua; ISO 14001 enfocado a la Gestión del Ambiente, permite un equilibrio entre la rentabilidad y la reducción de impactos ambientales, evitando multas, también ayuda a proporcionar un ahorro de costes con un uso más eficiente de los recursos naturales como la electricidad, el agua y el gas; también tendremos en cuenta el ISO 9001 más el ISO 14001 encargado de un sistema de gestión integrado, estos son recomendados en el mercado turístico, dado que combina la satisfacción del cliente con la integración con el ambiente y la sostenibilidad; y por último el ISO 22001 enfocada a la gestión alimentaria, es altamente recomendado implantar un sistema basado en los Análisis de puntos Críticos (APPCC) que garantiza la vigencia de los peligros de tipo microbiológico, físico o químico.

4.4.6. Estructura organizacional

Dado que no se tienen muchos trabajadores la infraestructura organizacional se dividirá en dos áreas con sus respectivas áreas de servicios, la primera área estará enfocada al soporte administrativo y la segunda a la plataforma operativa. Dentro de cada área y servicio teniendo como referencia el organigrama en donde se especificaran los responsables directos. Se mantendrá una estructura organizacional horizontal constituyendo una de las alternativas más viables y fáciles de organizar en un corto plazo, generando así líneas de mando con una mínima burocracia respondiendo de manera rápida a los incidentes permitiendo tomar de decisiones de manera efectiva, generando un continuo aprendizaje del negocio.

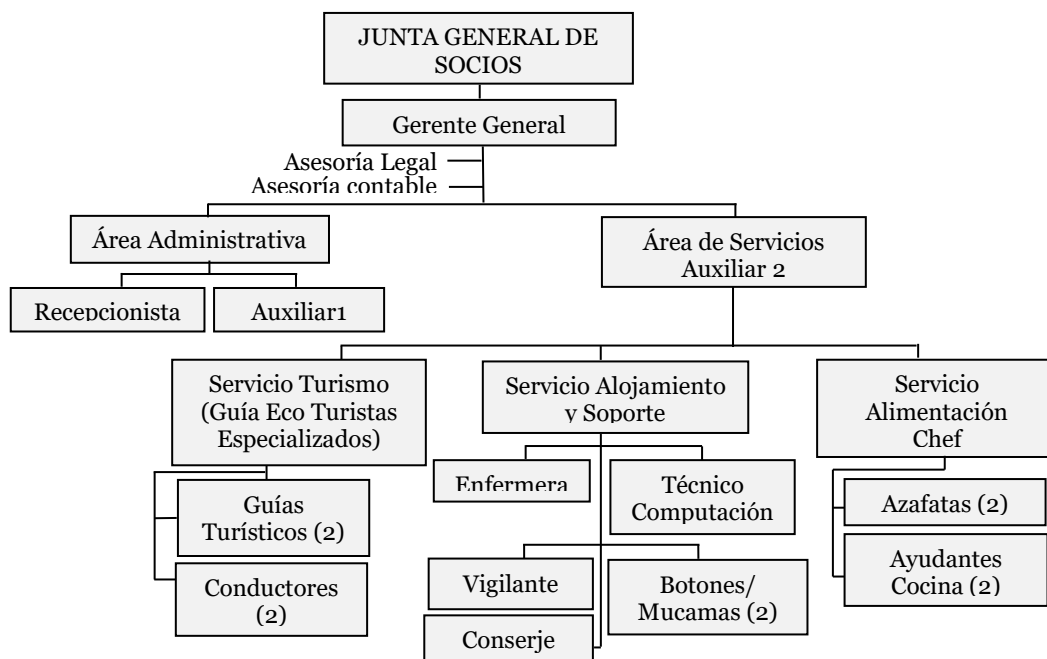


Figura 34. Organigrama Estructural del Ecolodge.

4.4.7. Funciones del personal

Cada uno de los puestos definidos tendrán que cumplir una serie de funciones específicas para asegurar que el nivel de servicio que el cliente reciba siendo este óptimo y el más adecuado, asegurando que le cliente regrese por calidad del servicio y las acogedoras instalaciones.

Tabla 34

Funciones del personal

GERENTE GENERAL	AUXILIAR 1	AUXILIAR 2
Representante legal personal competente Seleccionar personal competente Ejercer liderazgo dinámico y desarrollar un ambiente de trabajo positivo Supervisión de resultados Planificación de recursos Gestionar nuevas alianzas con agencias	Preparación de informes de indicadores de gestión Coordinación con agencias de viaje Manejo de módulos almacén /contabilidad/ compras Manejo de compras de materia prima Manejo de almacenes	Manejo de relación directa con los clientes Supervisión de área de servicios Supervisión administrativa en horarios nocturnos e instalaciones Manejo de accesos a ambientes zona central y exteriores Atención de requerimientos de personal
RECEPCIONISTA	GUÍA ECO TURISTA	GUÍAS TURÍSTICOS
Registro de bienes de valor Registro de visitantes Atención telefónica Registro de reservaciones	Diseño de rutas y rumbos Información turística a visitantes Coordinación con comunidades locales Asignación de guías y conductores en las rutas	Manejo de sistema de comunicación de emergencia en rutas Asesoría turística en rutas y atractivos de la zona
CONDUCTORES	CONSERJE	BOTONES / MUCAMAS
Manejo de vehículos	Limpieza de ambientes de la zona (administrativas y servicio) Manejo de llaves	Guía a habitaciones Limpieza de habitaciones y lavandería Cambio de accesorios de limpieza
CHEF	AYUDANTE DE COCINA	MOZOS
Registro de ingredientes Revisión de platos y bebidas más demandas Elección del menú, platillos y bebidas	Preparación de platos y extras Limpieza de cocina y utensilios	Registro de los pedidos Atención a las mesas Entrega de pedidos a las habitaciones
TÉCNICO COMPUTACIÓN	VIGILANCIA	ENFERMERA
SopORTE técnico en áreas administrativas y servicios Asesoría en instalaciones de red	Registro de ingresos y salida de las instalaciones Vigilancia desde la caseta Manejo de puerta principal y vehicular	Atención de emergencias Coordinación con hospitales o portas en emergencia en casos mayores

4.4.8. Requerimientos del personal

Considerando las funciones según el nivel de responsabilidad de cada puesto mencionado anteriormente, se ha definido el perfil del personal requerido obteniendo un desempeño óptimo.

Tabla 35

Perfil requerido para el personal

GERENTE GENERAL	AUXILIAR 1	AUXILIAR 2
Egresado o bachiller de administración/ingeniera Experiencia mínima de 3 años en el sector alojamiento o similares Conocimientos en inglés avanzado Capacidad de liderazgo Disponibilidad tiempo completo	Bachiller en administración, contabilidad o economía Experiencia mínima de 3 años en logística y compras Conocimiento en inglés intermedio Disponibilidad tiempo completo	Bachiller en administración, experiencia mínima de 3 años en recursos humanos Conocimiento en inglés intermedio Capacidad de trabajar en equipo Disponibilidad tiempo completo
RECEPCIONISTA	GUÍA ECO TURISTA	GUÍAS TURÍSTICOS
Bachiller en secretariado Experiencia mínima de 2 años en call center o central telefónica Conocimientos sólidos de ms office e inglés avanzado Capacidad de comunicación Disponibilidad tiempo completo	Experticia de trabajo con comunidades locales Experiencia mínima de 3 años en recorridos ecoturistas Conocimientos sólidos en fauna, flora y geografía de la zona Conocimientos en inglés avanzado Capacidad de comunicación	Experiencia mínima de 2 años como guías turísticos en la zona Conocimiento sobre historia, geografía regional y local Conocimientos en inglés avanzado Capacidad de comunicación y trabajo en equipo
CONDUCTORES	CONSERJE	BOTONES / MUCAMAS
Experiencia mínima de 2 años en trabajo similares Contar con breveté categoría a2 Conocimiento en inglés intermedio Conocimiento en rutas locales	Experiencia en manipulación de grupos electrógenos y mantenimiento de calentadores Experiencia mínima de 1 año en puesto similar	Experiencia mínima de 2 años en puestos similares Conocimiento de inglés básico
CHEF	AYUDANTE DE COCINA	MOZOS
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares Estudios de cocina internacional Conocimiento en inglés intermedio Conocimiento de la gastronomía local	Experiencia mínima de 2 años en puestos similares Estudios técnicos de cocina Conocimiento de inglés básico Disponibilidad tiempo completo Capacidad para trabajar bajo presión y en equipo	Experiencia mínima de 1 año en puestos similares Capacidad de comunicación Conocimiento en inglés avanzado Disponibilidad tiempo completo
TÉCNICO COMPUTACIÓN	VIGILANCIA	ENFERMERA
Estudios técnicos en computación, redes y/o hardware Experiencia mínima de 3 años en soporte de sistemas Conocimiento de inglés básico	Experiencia mínima de 2 años en puestos similares Cuenta con arma Conocimiento de inglés básico Disponibilidad tiempo completo	Técnica en enfermería Experiencia mínima de 3 años en emergencia – clínica Disponibilidad tiempo completo

Contrato y remuneración del personal

De acuerdo al marco laboral actual se programar a los contratos de tiempo indefinido (CTI) siendo para el gerente general y los auxiliares ya que tienen responsabilidad de mayor importancia, es por eso que se requiere personal estable en cargos de confianza y los contrato de naturaleza temporal (CNT) para las recepcionistas, el guía turístico, el guía ecoturista, los conductores, el conserje, los botes y mucamas, el chef, los ayudantes de cocina, los mozos, el técnico de computo, el vigilante y la enfermera contarán con contratos renovables observando su compromiso con sus funciones. Con respecto a sus remuneraciones se considera el sueldo mínimo de S/.850.00 y sueldos ascendente dependiendo el grado en toma de decisiones. Cumpliendo con las aportaciones obligatorias cabe señalar que considerando sus retribuciones percibidas es el aporte que se descontara de su sueldo considerando sus funciones, considerando la Compensación por Tiempo de Servicio (CTS) es el 8%, para las Administradoras de Fondos de Pensiones es el 10% y para el Seguro Social de Salud (ESSALUD) es el 9% siendo aportaciones mensuales. Por lo cual tenemos un total anual de S/.19,500.00 en sueldos administrativos, un total de S/.34,500.00 anual en mano de obra directa y S/.17,700.00 anual en mano de indirecta.

Tabla 36

Inversión en sueldos administrativos, mano de obra directa e indirecta

CLASIFICACIÓN	TRABAJADOR	PRESTACIONES			SUELDO MENSUAL	GRATIFICACIÓN	TOTAL ANUAL
		CTS	AFP	ES SALUD			
Sueldos administrativos	Gerente general	S/. 280	S/. 350	S/. 315	S/. 3,500	S/. 7,000	
	Auxiliar 1	S/. 144	S/. 180	S/. 162	S/. 1,800	S/. 3,600	
	Recepcionista	S/. 96	S/. 120	S/. 108	S/. 1,200	S/. 2,400	
Mano de obra Directa	Guía ecoturista	S/. 160	S/. 200	S/. 180	S/. 2,000	S/. 4,000	
	Guías turísticos	S/. 120	S/. 150	S/. 135	S/. 1,500	S/. 3,000	
	Conductores	S/. 120	S/. 150	S/. 135	S/. 1,500	S/. 3,000	
	Botone/mucama	S/. 120	S/. 150	S/. 135	S/. 1,500	S/. 3,000	
	Chef	S/. 160	S/. 200	S/. 180	S/. 2,000	S/. 4,000	
	Ayudante de cocina	S/. 120		S/. 135	S/. 1,500	S/. 3,000	
	Mozos	S/. 120	S/. 150	S/. 135	S/. 1,500	S/. 3,000	
Mano de obra indirecta	Auxiliar 2	S/. 144	S/. 180	S/. 162	S/. 1,800	S/. 3,600	
	Conserje	S/. 68	S/. 85	S/. 77	S/. 850	S/. 1,700	
	Técnico computo	S/. 96		S/. 108	S/. 1,200	S/. 2,400	
	Vigilante	S/. 68	S/. 85	S/. 77	S/. 850	S/. 1,700	
	Enfermera	S/. 96	S/. 120	S/. 108	S/. 1,200	S/. 2,400	
Total sueldo administrativo					S/. 6,500	S/. 13,000	S/. 19,500
Total mano de obra directa					S/. 11,500	S/. 23,000	S/. 34,500
Total mano de obra indirecta					S/. 5,900	S/. 11,800	S/. 17,700

4.4.9. Reglamento interno de la empresa

Este es un instrumento que constituye el estatus de la empresa que fija las normas generales del trabajo interno e infirma al asociado acerca de la legislación que lo protege. No obstante, el cumplimiento de las normas contenidas en este Reglamento Interno no es opcional, sino obligatorio, las cuales deben ser cumplidas en la totalidad; el incumplimiento de este puede causar el despido, dependiendo de la gravedad y/o frecuencia de la falta cometida. Este Reglamento consta de dos partes: la primera hace referencia a la empresa y el segundo se refiere a los trabajadores.

Tabla 37

Reglamento interno

	DESCRIPCIÓN
De los derechos y obligaciones de la empresa	<p>Programar y establecer las horas de trabajo, turnos y horarios (8 horas) según requerimientos de la demanda</p> <p>Determinar las medidas de seguridad y salud en el trabajo para procurar condiciones de trabajo seguras</p> <p>Determinar las remuneraciones de sus trabajadores</p> <p>Todos los trabajadores serán afiliados en el seguro social</p> <p>Establecer y aplicar normas que regulen el orden y la disciplina laboral</p> <p>Aplicar las felicitaciones, así como las sanciones disciplinarias en función de cada trabajador</p> <p>Cumplir con las estipulaciones contenidas en el contrato</p> <p>Las remuneraciones se realizarán todos los 30 de cada mes</p> <p>Las mujeres gestantes y discapacitados gozarán de todos los beneficios establecidos por ley</p> <p>El trabajador contará con sus vacaciones cumplido el primer año de trabajo.</p>
Derecho y obligaciones de los trabajadores	<p>Tener un ambiente adecuado para desarrollar sus actividades</p> <p>Cumplir con la jornada y horario de trabajo que la empresa establezca para el ingreso al centro de trabajo</p> <p>Registrar individualmente su asistencia de entrada, realizando una correcta marcación en el sistema de control de asistencia</p> <p>Permanecer en su lugar de trabajo durante la jornada laboral</p> <p>Cumplir con las funciones de su puesto</p> <p>Portar con su carnet de identificación durante el tiempo que labora</p> <p>Asistir a las reuniones y capacitaciones a las que se les programe</p> <p>Vestir correctamente y estar debidamente aseado durante su permanencia en el centro de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> • En las mujeres: cabello recogido y limpio, uñas cortas y bien cuidadas, maquillaje moderado, accesorios sobrios, calzado cerrado y en buen estado y uniforme completo y limpio. • En los varones: cabello y patillas cortas, bien afeitado o barba correctamente corta, uñas cortas y bien recortadas, calzado cerrado y en buen estado y uniforme completo y limpio. <p>Ningún trabajador podrá llegar en estado etílico o con signo de haber ingerido estupefacientes</p> <p>Esforzarse en todo momento por la completa y oportuna satisfacción de los clientes</p> <p>Cuidar los útiles de trabajo, así como los equipos, instrumentos, enseres y bienes de la empresa</p> <p>Está prohibido proporcionar información a terceros referente a los negocios, interés u operaciones a clientes</p> <p>Está prohibido promover actos discriminatorios</p> <p>No está permitido causar daño a la infraestructura, bienes o inmobiliario</p>

4.5. Estudio económico-financiero

4.5.1. Inversión en activos fijos tangibles

Para la edificación de este proyecto se considera todo lo que se necesita para la estadía del visitante nacional generando una inversión en activos fijos tangibles de S/.9,066,298.43 por 8233 m² en infraestructura, siendo el terreno de 15000 m² con un costo de S/.2,800,00.00 en el distrito de Bagua Grande, en maquinaria y

equipos un total de S/.646,132.00, en muebles y enseres un total de S/.1,826,454.30, en otras civiles un monto de S/.3,109,664.61 y en insumos un total de S/.684,047.52.

Tabla 38

Inversión en activos fijos tangibles

ACTIVO FIJO	ZONA ADMINISTRATIVA	ZONA SERVICIO	ZONA ALOJAMIENTO	TOTAL
Maquinaria y equipos	S/.25,350.00	S/.86,092.00	S/.534,690.00	S/.646,132.00
Muebles y ensere	S/.43,210.00	S/. 252,498.30	S/.1,530,746.00	S/.1,826,454.30
Obras civiles				S/.3,109,664.61
Insumos		S/. 684,047.52		S/. 684,047.52
Terreno				S/.2,800,000.00
TOTAL	S/.68,560.00	S/. 1,022,637.82	S/.2,065,436.00	S/.9,066,298.43

4.5.2. Inversión en activos intangibles

El total de los servicios básicos para el funcionamiento del proyecto es de S/.15,000.00 anuales, considerando los servicios de agua con un total de S/. 6,000 anual, de luz un total de S/.4,800.00 anual, de teléfono, cable e internet un total de S/.4,200.00 anual. Para los activos intangibles alcanza un total de S/.10,315.00 empleados en los gastos de constitución legal un total de S/.1,500.00, en licencia de funcionamiento un total de S/.395.00, en licencia de edificación un total de S/.250.00, en registro de marca un total de S/.1,590.00, en legalización de libros contables y auditables por la SUNAT un total de S/.500.00, en la creación de la página web un total de S/.1,000.00, en el registro sanitario un total de S/.120.00, en capacitación de inducción a los trabajadores un total de S/.2,500.00, en el pago de inspección técnica de seguridad de defensa civil un total de S/.1,800.00 y en el estudio de impacto ambiental un total de S/.2,100.00 colocando así en marcha el plan.

Tabla 39

Inversión en activos intangibles

SERVICIOS BÁSICOS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua	S/. 500.00	S/. 6,000.00
Luz	S/. 400.00	S/. 4,800.00
Teléfono		
Cable	S/. 350.00	S/. 4,200.00
Internet		
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS	S/. 1,250.00	S/. 15,000.00
PARTIDAS DE ACTIVO INTANGIBLE		TOTAL
Constitución legal		S/. 1,500.00
Licencia de funcionamiento		S/. 395.00
Licencia de edificación		S/. 250.00
Registro de marca		S/. 150.00
Legalización de libros contables y autorización SUNAT		S/. 500.00
Creación de página web		S/. 1,000.00
Registro sanitario		S/. 120.00
Capacitación		S/. 2,500.00
Pago de inspección técnica de seguridad de defensa civil		S/. 1,800.00
Estudio de impacto ambiental		S/. 2,100.00
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE		S/. 10,315.00

4.5.3. Depreciación y amortización

Para el cálculo total de depreciación y amortización se consideran los activo no depreciado (siendo el precio del terreno estando en S/2,800,00.00 por los 15000 m²), la depreciación del activo fijo tangible (donde se evalúan las obras civiles siendo el monto a depreciar de S/3,109,664.61 estando sujeto al 5% con un total de S/155483.23 anual, las maquinarias y equipos siendo el monto a depreciar de S/646,132.00 estando sujetas al 10% con un un total de S/64,613.20 anual y los muebles y enseres siendo el monto a depreciar de S/1,826,454.30 estando sujeta al 10% con un total de S/182,645.30 anual) y la amortización de intangibles el monto a depreciar es de S/10,315.00 con un total depreciado de S/1,031.50 anual, obteniendo un valor residual para los bienes depreciados de S/6,368,541.61 alcanzando así su vida útil en 5 años.

Tabla 40

Total de depreciación y amortización

ACTIVO	AÑO					VALOR RESIDUAL
	1	2	3	4	5	
I. ACTIVO NO DEPRECIADO						2,800,000.00
Terreno						2,800,000.00
II. DEPRECIATA TANGIBLE	402,741.86	402,741.86	402,741.86	402,741.86	402,741.86	3,568,541.61
Obras civiles	155,483.23	155,483.23	155,483.23	155,483.23	155,483.23	2,332,248.46
Maquinaria y equipos	64,613.20	64,613.20	64,613.20	64,613.20	64,613.20	323,066.00
Muebles y enseres	182,645.43	182,645.43	182,645.43	182,645.43	182,645.43	913,227.15
III. AMORTIZABLE INTANGIBLE	1,031.50	1,031.50	1,031.50	1,031.50	1,031.50	
Inversión fija intangible	1,031.50	1,031.50	1,031.50	1,031.50	1,031.50	
TOTAL	403,773.36	403,773.36	403,773.36	403,773.36	403,773.36	6,368,541.61

4.5.4. Capital de trabajo

El total de capital de trabajo de este proyecto en el año base es de un total de S/.96,2908.32 anual, estando sujetas a este monto los insumos con un total de S/.684,047.52, los servicios básicos un total de S/.15000.00, las remuneraciones de Mano de Obra Directa (MOD), Mano de Obra Indirecta (MOI) y administrativo un total de S/.71,700.00 y la publicidad y promoción un total de S/.2,400.00.

Tabla 41

Total de capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	ANUAL
I. INSUMOS	S/. 684,047.52
II. SERVICIOS BÁSICOS	S/. 15,000.00
III. REMUNERACIONES	S/. 71,700.00
Directa	S/. 34,500.00
Indirecta	S/. 17,700.00
Administrativo	S/. 19,500.00
IV. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	S/. 2,400.00
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	S/. 962,908.32

4.5.5. Presupuesto de ingresos

Representan las ventas anuales del tipo de alojamientos (los bungalows, las habitaciones y los ecosuites) y los tour turísticos (los circuitos cortos, los medios y los largos) para el cálculo de estos se considera la producción anual y los precios establecidos por estos, llegando a obtener los ingresos totales para el primer año de S/.13,143,600.00, siendo para las ventas de alojamiento S/.4,831,200.00 y para las ventas de tour turísticos un total de S/.8,312,400.00, cabe señalar que se tiene un crecimiento del 5% al año anterior en base a los ingresos del primer año durante los 5 años.

Tabla 42

Presupuesto de ingresos

TIPO DE ALOJAMIENTO	PRECIO DÍA	PRODUCCIÓN			AÑOS				
		DÍA	MES	AÑO	1	2	3	4	5
PRESUPUESTO DE INGRESOS									
I. VENTAS					S/. 13,143,600.0	S/. 13,800,780.0	S/. 14,490,819.0	S/. 15,215,360.0	S/. 15,976,127.9
1.1. VENTAS ALOJAMIENTO					S/. 4,831,200.0	S/. 5,072,760.0	S/. 5,326,398.0	S/. 5,592,717.9	S/. 5,872,353.8
Bungalows 1° piso	S/. 200	8	240	2880	S/. 576,000.0	S/. 604,800.0	S/. 635,040.0	S/. 666,792.0	S/. 700,131.6
Bungalows 2° piso	S/. 400	10	300	3600	S/. 1,440,000.0	S/. 1,512,000.0	S/. 1,587,600.0	S/. 1,666,980.0	S/. 1,750,329.0
Hab. Simples	S/. 80	15	450	5400	S/. 432,000.0	S/. 453,600.0	S/. 476,280.0	S/. 500,094.0	S/. 525,098.7
Hab. Dobles	S/. 140	8	240	2880	S/. 403,200.0	S/. 423,360.0	S/. 444,528.0	S/. 466,754.4	S/. 490,092.1
Hab. Triple	S/. 200	9	270	3240	S/. 648,000.0	S/. 680,400.0	S/. 714,420.0	S/. 750,141.0	S/. 787,648.1
Hab. Matrimonial	S/. 150	6	180	2160	S/. 324,000.0	S/. 340,200.0	S/. 357,210.0	S/. 375,070.5	S/. 393,824.0
Ecosuites	S/. 350	8	240	2880	S/. 1,008,000.0	S/. 1,058,400.0	S/. 1,111,320.0	S/. 1,166,886.0	S/. 1,225,230.3
1.2. VENTAS TOUR TURÍSTICOS					S/. 8,312,400.0	S/. 8,728,020.0	S/. 9,164,421.0	S/. 9,622,642.1	S/. 10,103,774.2
Círculo corto	S/. 80	55	1650	19800	S/. 1,584,000.0	S/. 1,663,200.0	S/. 1,746,360.0	S/. 1,833,678.0	S/. 1,925,361.9
Círculo medio	S/. 150	74	2220	26640	S/. 3,996,000.0	S/. 4,195,800.0	S/. 4,405,590.0	S/. 4,625,869.5	S/. 4,857,163.0
Círculo largo	S/. 230	33	990	11880	S/. 2,732,400.0	S/. 2,869,020.0	S/. 3,012,471.0	S/. 3,163,094.6	S/. 3,321,249.3

4.5.6. Presupuesto de egresos

Esta en base a los costos de producción estando sujeto a los costos directos (siendo los suministros y la MOD) y los costos indirectos (siendo la MOI y los servicios básicos) , los gastos administrativos estando los sueldos de la plana administrativa y los imprevistos, en los gastos de venta están los gastos de publicidad y promoción, los gastos de depreciación y amortización hasta el quinto año que alcanza su vida útil y gastos financieros encontrando los intereses y amortización de la deuda del préstamo siendo esta hasta el cuarto año.

Tabla 43

Presupuesto de egresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRESUPUESTO DE EGRESOS					
II. COSTOS DE PRODUCCION	S/. 751,247.5	S/. 786,199.9	S/. 822,899.9	S/. 861,434.9	S/. 901,896.6
1. COSTO DIRECTO	S/. 718,547.5	S/. 752,749.9	S/. 788,662.4	S/. 826,370.5	S/. 865,964.0
Insumos	S/. 684,047.5	S/. 718,249.9	S/. 754,162.4	S/. 791,870.5	S/. 831,464.0
MOD	S/. 34,500.0	S/. 34,500.0	S/. 34,500.0	S/. 34,500.0	S/. 34,500.0
2. COSTO INDIRECTO	S/. 32,700.0	S/. 33,450.0	S/. 34,237.5	S/. 35,064.4	S/. 35,932.6
MOI	S/. 17,700.0	S/. 17,700.0	S/. 17,700.0	S/. 17,700.0	S/. 17,700.0
Servicios básicos	S/. 15,000.0	S/. 15,750.0	S/. 16,537.5	S/. 17,364.4	S/. 18,232.6
III. GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 20,500.0	S/. 20,500.0	S/. 20,500.0	S/. 20,500.0	S/. 20,500.0
Personal administrativos	S/. 19,500.0	S/. 19,500.0	S/. 19,500.0	S/. 19,500.0	S/. 19,500.0
Imprevistos	S/. 1,000.0	S/. 1,000.0	S/. 1,000.0	S/. 1,000.0	S/. 1,000.0
IV. GASTOS DE VENTA	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0
publicidad y promoción	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0
V. GASTOS DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION	S/. 403,773.4	S/. 403,773.4	S/. 403,773.4	S/. 403,773.4	S/. 403,773.4
Depreciación tangibles	S/. 402,741.9	S/. 402,741.9	S/. 402,741.9	S/. 402,741.9	S/. 402,741.9
Amortización intangibles	S/. 1,031.5	S/. 1,031.5	S/. 1,031.5	S/. 1,031.5	S/. 1,031.5
VI. GASTOS FINANCIEROS	S/. 1,524,409.2	S/. 1,524,409.2	S/. 1,524,409.2	S/. 1,524,409.2	
Intereses del préstamo	S/. 774,871.8	S/. 629,311.7	S/. 455,483.7	S/. 247,898.4	
Amortización del préstamo	S/. 749,537.4	S/. 895,097.5	S/. 1,068,925.5	S/. 1,276,510.8	

4.5.7. Estructura del financiamiento

La inversión total del proyecto para la construcción del ecolodge ha alcanzado la cifra de S/.9,349,027.70 incursionando así en el sector hotelero y turístico con esta nueva propuesta en el Distrito de Bagua Grande, dirigida al turista interno. El financiamiento está orientado hacia la adquisición de S/.8,392,565.91 en activos fijos tangibles e intangibles, la conformación del capital de trabajo siendo un monto de S/.773,147.52 y los imprevistos siendo un monto de S/.183,314.27, permitiendo iniciar sus operaciones de servicio en la atención al cliente. Cabe señalar que el 60% de la inversión total siendo un monto de S/.5,358,956.55 es capital propio estando asumida por los socios con partición del 50% cada uno con aportaciones de S/.2,679,478.27 y el 40% será financiado mediante un crédito bancario de S/.3,990.071.15 por la Institución Financiera Bancaria Internacional de Perú S.A.A Interbank, con el objetivo de incrementar los beneficios del proyecto y mejorar la rentabilidad económica, se ha establecido una estructura de financiamiento en la que se detalla los montos financiados.

Tabla 44

Estructura de financiamiento

DESCRIPCIÓN	CAPITAL PROPIO	FINANCIAMIENTO INTERBANK	TOTAL
I. INVERSIÓN FIJA			
1.1. Inversión fija tangible			S/. 8,382,250.91
Terreno	S/. 2,800,000.00		
Maquinarias y equipos		S/. 646,132.00	
Muebles y enseres		S/. 1,826,454.30	
Obras civiles	S/. 1,865,798.77	S/. 1,243,865.84	
1.2 inversión fija intangible			S/. 10,315.00
Estudio de Impacto Ambiental	S/. 2,100.00		
Partida de activos intangibles	S/. 8,215.00		
II. INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO			S/. 773,147.52
Insumos	S/. 410,428.51	S/. 273,619.01	
Servicios base	S/. 15,000.00		
Remuneraciones	S/. 71,700.00		
Promoción y publicidad	S/. 2,400.00		
III. IMPREVISTOS	S/. 183,314.27		S/. 183,314.27
Inversión total del proyecto	S/. 5,358,956.55	S/. 3,990,071.15	S/. 9,349,027.70
Porcentaje	60%	40%	
APORTE DE SOCIO			S/. 2,679,478.27

4.5.8. Financiamiento

El monto a financiar que se requiere es un monto de S/.3,990,071.15 lo que representa el 40% de la inversión total, por la Institución Financiera Bancaria Internacional de Perú S.A.A Interbank con una tasa fija anual del 19.42% con una cuota fija de S/.1,524,409.19 y una tasa fija mensual del 7.41% con una cuota de S/.716,136.27 llegando a cancelar la deuda del préstamo en 4 años. Cabe señalar que el anexo G se muestra el cronograma de amortización y pago de interés mensuales del financiamiento.

Tabla 45

Cronograma de amortización y pago de intereses anuales del financiamiento

CUOTA	SALDO INICIAL	CUOTA FIJA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
1	S/. 3,990,071.15	S/. 1,524,409.19	S/. 774,871.82	S/. 749,537.37	S/. 3,240,533.78
2	S/. 3,240,533.78	S/. 1,524,409.19	S/. 629,311.66	S/. 895,097.53	S/. 2,345,436.26
3	S/. 2,345,436.26	S/. 1,524,409.19	S/. 455,483.72	S/. 1,068,925.47	S/. 1,276,510.79
4	S/. 1,276,510.79	S/. 1,524,409.19	S/. 247,898.40	S/. 1,276,510.79	S/. 0.00

4.5.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio (PE) es la cantidad de turistas nacionales que tiene que cubrirse en alojamientos y tour turísticos, donde los ingresos son iguales a los egresos por lo tanto no existe ganancia, para calcular el punto de equilibrio se halla los Costos Fijo (CF) siendo un total de S/.1,161,920.88 y los Costos Variables (CV) siendo un total de S/.402,435.91; para hallar el Punto de Equilibrio en Unidades se considera el Margen de Contribución Unitario (MgCu) y la producción mensual, y para el Punto de Equilibrio en soles se consideran los CF, CV y los ingresos mensuales. Según los resultados obtenidos el PE en unidades que se tiene que cubrir es de 6,070 habitaciones anuales y el PE en soles es de S/.1,062,953.82 en el área de alojamiento (siendo para los bungalows de 1° piso 67 hospedajes mensual, para los bungalows de 2° piso 25 hospedajes mensual, para las habitaciones simples 86 hospedajes mensual, para las habitaciones dobles 99 hospedajes mensual, para las habitaciones triples 58 hospedajes mensual y para las habitaciones matrimoniales 136 hospedajes mensual, cubriendo así un total de 506 alojamiento mensual) y en el circuito turístico el PE en unidades que se tienen que cubrir es de 524 turistas nacionales y el Pe en soles es de S/.72,314.48 (siendo para el circuito corto 22 turistas, para el circuito largo 9 turistas y para el

circuito largo 13 turistas, cubriendo así 44 turistas mensuales). Después de haber cubiertos el PE en unidades y soles, los ingresos en adelante son considerados como utilidades.

Tabla 46

Costos fijos y variables

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
TOTAL COSTO FIJOS	S/. 1,161,920.88
Saldo administrativo	S/. 19,500.00
MOD	S/. 34,500
Botones/mucamas	S/. 4,500
Chef	S/. 6,000
Ayudante de cocina	S/. 4,500
Mozos	S/. 4,500
Guía ecoturístico	S/. 6,000.00
Guía turístico	S/. 4,500.00
Conductores	S/. 4,500.00
MOI	S/. 17,700
Auxiliar 2	S/. 5,400
Conserje	S/. 2,550
Técnico computo	S/. 3,600
Vigilante	S/. 2,550
Enfermera	S/. 3,600
Depreciación y amortización	S/. 403,773.4
Suministros	S/. 684,047.5
Oficina	S/.10,246.00
Tópico	S/.35,293.00
Transporte	S/. 46,000.00
Restaurante y bar	S/. 542,322.0
Limpieza	S/. 17,622.7
Baños	S/. 32,563.8
Publicidad	S/.2,400.00
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 402,435.9
Servicios básicos	S/. 15,000.0
Intereses préstamo	S/. 387,435.9

Tabla 48

Punto de equilibrio en circuito turístico

DESCRIPCIÓN	PE CIRCUITO TURÍSTICO			MES	AÑO
	CIRCUITO CORTO	CIRCUITO MEDIO	CIRCUITO LARGO		
Producción mensual	1650	2220	990		
Precio de venta	S/. 80	S/. 150	S/. 230		
Ingreso mensual	S/. 132,000.0	S/. 333,000.0	S/. 227,700.0		
CV	S/. 609.75	S/. 453.19	S/. 1,016.25		
CV u	S/. 0.4	S/. 0.2	S/. 1.0		
CF	S/. 1,760.5	S/. 1,308.5	S/. 2,934.1		
CF u	S/. 1.07	S/. 0.59	S/. 2.96		
MgC	S/. 131,390.2	S/. 332,546.8	S/. 226,683.7		
MgC u	S/. 79.63	S/. 149.80	S/. 228.97		
PE U	22.1	8.7	12.8	43.7	523.9
PE S/.	S/. 1,768.7	S/. 1,310.3	S/. 2,947.3	S/. 6,026.21	S/. 72,314.48
PE CV	8.2	1.8	13.2		
Pe MgC	S/. 1,760.49	S/. 1,308.47	S/. 2,934.14		
CF	S/. 1,760.49	S/. 1,308.47	S/. 2,934.14		
Utilidad	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00		

4.5.10. Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 49

Estado de ganancias y pérdidas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
I. INGRESOS (VENTAS)	S/. 13,143,600.00	S/. 13,800,780.00	S/. 14,490,819.00	S/. 15,215,359.95	S/. 15,976,127.95
Ventas alojamiento	S/. 4,831,200.00	S/. 5,072,760.00	S/. 5,326,398.00	S/. 5,592,717.90	S/. 5,872,353.80
Ventas tour turísticos	S/. 8,312,400.00	S/. 8,728,020.00	S/. 9,164,421.00	S/. 9,622,642.05	S/. 10,103,774.15
II. EGRESOS	S/. 751,247.52	S/. 786,199.90	S/. 822,899.89	S/. 861,434.89	S/. 901,896.63
Costos directos	S/. 718,547.52	S/. 752,749.90	S/. 788,662.39	S/. 826,370.51	S/. 865,964.04
Suministro	S/. 684,047.52	S/. 718,249.90	S/. 754,162.39	S/. 791,870.51	S/. 831,464.04
MOD	S/. 34,500.00	S/. 34,500.00	S/. 34,500.00	S/. 34,500.00	S/. 34,500.00
Costos indirectos	S/. 32,700.00	S/. 33,450.00	S/. 34,237.50	S/. 35,064.38	S/. 35,932.59
MOI	S/. 17,700.00	S/. 17,700.00	S/. 17,700.00	S/. 17,700.00	S/. 17,700.00
Servicios básicos	S/. 15,000.00	S/. 15,750.00	S/. 16,537.50	S/. 17,364.38	S/. 18,232.59
III. UTILIDAD BRUTA	S/. 12,392,352.48	S/. 13,014,580.10	S/. 13,667,919.11	S/. 14,353,925.06	S/. 15,074,231.32
Gastos administrativos	S/. 20,500.00	S/. 20,500.00	S/. 20,500.00	S/. 20,500.00	S/. 20,500.00
Gastos de venta	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0	S/. 2,400.0
IV. UTILIDAD OPERATIVA	S/. 12,369,452.5	S/. 12,991,680.1	S/. 13,645,019.1	S/. 14,331,025.1	S/. 15,051,331.3
Gastos de depreciación y amortización	S/. 403,773.36	S/. 403,773.36	S/. 403,773.36	S/. 403,773.36	S/. 403,773.36
V. UTILIDAD ANTES DE INTERESES	S/. 11,965,679.1	S/. 12,587,906.7	S/. 13,241,245.7	S/. 13,927,251.7	S/. 14,647,558.0
Gastos financieros	S/. 1,524,409.19	S/. 1,524,409.19	S/. 1,524,409.19	S/. 1,524,409.19	S/. 0.00
VI. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/. 10,441,269.93	S/. 11,063,497.56	S/. 11,716,836.56	S/. 12,402,842.52	S/. 14,647,557.96
Impuesto a la renta (30%)	S/. 3,132,380.98	S/. 3,319,049.27	S/. 3,515,050.97	S/. 3,720,852.76	S/. 4,394,267.39
VII. UTILIDAD NETA	S/. 7,308,888.95	S/. 7,744,448.29	S/. 8,201,785.59	S/. 8,681,989.76	S/. 10,253,290.57

4.5.11. Flujo de caja

Tabla 50

Flujo de caja económico y financiero

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
I. INGRESOS		13,143,600.00	13,800,780.00	14,490,819.00	15,215,359.95	22,344,669.56
Ventas de alojamiento		4,831,200.00	5,072,760.00	5,326,398.00	5,592,717.90	5,872,353.80
Ventas de tour turísticos		8,312,400.00	8,728,020.00	9,164,421.00	9,622,642.05	10,103,774.15
Valor residual						6,368,541.61
II. EGRESOS		774,147.52	809,099.90	845,799.89	884,334.89	924,796.63
Inversión fija	9,349,027.70					
Activo fijo tangible	8,382,250.91					
Activo intangible	10,315.00					
Capital de trabajo	773,147.52					
Imprevistos	183,314.27					
Costos de producción		751,247.52	786,199.90	822,899.89	861,434.89	901,896.63
1. Costos directos		718,547.52	752,749.90	788,662.39	826,370.51	865,964.04
Suministros		684,047.52	718,249.90	754,162.39	791,870.51	831,464.04
MOD		34,500.00	34,500.00	34,500.00	34,500.00	34,500.00
2. Costos indirectos		32,700.00	33,450.00	34,237.50	35,064.38	35,932.59
MOI		17,700.00	17,700.00	17,700.00	17,700.00	17,700.00
Servicios básicos		15,000.00	15,750.00	16,537.50	17,364.38	18,232.59
Gastos administrativos		20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00
Personal administrativos		19,500.00	19,500.00	19,500.00	19,500.00	19,500.00
Imprevistos		1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Gastos de venta		2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Publicidad y promoción		2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
III. UTILIDAD OPERATIVA		12,369,452.48	12,991,680.10	13,645,019.11	14,331,025.06	21,419,872.93
Depreciación y amortización		403,773.36	403,773.36	403,773.36	403,773.36	403,773.36
IV. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		11,965,679.12	12,587,906.74	13,241,245.75	13,927,251.70	21,016,099.57
Impuesto a la renta (30%)		3,589,703.74	3,776,372.02	3,972,373.72	4,178,175.51	6,304,829.87
Depreciación y amortización		403,773.36	403,773.36	403,773.36	403,773.36	403,773.36
V. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	- 9,349,027.70	8,779,748.74	9,215,308.08	9,672,645.38	10,152,849.55	15,115,043.06
Préstamo		3,990,071.15				

Amortización del préstamo			749,537.37	895,097.53	1,068,925.47	1,276,510.79	
Intereses			774,871.82	629,311.66	455,483.72	247,898.40	
Escudo fiscal			232,461.55	188,793.50	136,645.12	74,369.52	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-	5,358,956.55	8,986,875.84	9,669,887.44	10,422,732.25	11,255,831.47	15,115,043.06

4.5.12. Análisis de rentabilidad-VAN Y TIR

Cabe señalar que para el flujo de caja económico se ha considerado un Costo Ponderado de Capital (CPPC) del 13.06% y para el flujo caja financiero con un Costo de Capital de Trabajo (COK) del 12.66% con un riesgo país de 2.99% hasta Octubre del 2016, en el flujo económico se ha obteniendo un Valor actual Neto Económico (VANE) de S/.26,713,882.58, con una Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) del 96.26% y un Costo/Beneficio Económico (C/B E) de S/.3.86 y en el flujo financiero se ha obteniendo un Valor Actual Neto Financiero (VANF) de S/.32,837,554.96, con una Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF) de 174.42% y un Costo/Beneficio de S/.7.13 por lo tanto por cada sol que ingrese se obtiene este monto. Concluyendo la rentabilidad del proyecto considerándose atractivo para el mercado, dado que los indicadores como el económico y financiero son mayores a cero.

Tabla 51

Análisis de rentabilidad

DESCRIPCIÓN	FLUJO ECONÓMICO	FLUJO FINANCIERO
VAN	S/. 26,713,882.58	S/. 32,837,554.96
TIR	96.26%	174.42%
B/C	S/. 3.86	S/. 7.13

4.5.13. Recuperación de la inversión-PAYBACK

Para la recuperación de la inversión se ha calculado mediante el criterio de evaluación de inversiones PAYBACK, lo cual se definirá el tiempo requerido para recuperar el capital inicial de la inversión del proyecto, considerando la tasa del CPPC del 13.06% para el económico y el COK del 12.66% para el financiero.

Para hallar del PAYBACK se descuentan los flujos de los 5 años, trayéndolos a valor presente mediante a tasa de actualización del CPPC y del COK, tomando estos flujos actualizados se calculan los flujos acumulados tanto económico como financiero. Considerando la formula se toman el año último del flujo negativo, el ultimo flujo acumulado en negativo (por términos de valor absoluto se convierte como positivo) y el flujo no acumulado del año siguiente (siendo el flujo actualizado del año siguiente). El periodo de recuperación en el económico para ser exactos es de 1.22 años, considerando los decimales de 0.22 se multiplica por los 12 meses, hablando que la inversión se recupera en un año con 3 meses y para el financiero es de 0.67 encontrándose ya en meses se deduce que la inversión se recupera en 7 meses del primer año.

Tabla 52
Recuperación de la inversión económica y financiera

AÑOS	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (ECONÓMICO)			RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (FINANCIERO)		
	FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS	FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	FLUJOS ACTUALIZADO	FLUJOS ACUMULADOS
0	-s/. 9,349,027.7	-s/. 9,349,027.7	-s/. 9,349,027.7	-s/. 5,358,956.5	-s/. 5,358,956.5	-s/. 5,358,956.5
1	S/. 8,779,748.7	S/. 7,765,514.3	-s/. 1,583,513.4	S/. 8,986,875.8	S/. 7,976,726.2	S/. 2,617,769.6
2	S/. 9,215,308.1	S/. 7,209,184.4	S/. 5,625,671.1	S/. 9,669,887.4	S/. 7,618,216.4	S/. 10,235,986.0
3	S/. 9,672,645.4	S/. 6,692,828.3	S/. 12,318,499.4	S/. 10,422,732.2	S/. 7,288,353.2	S/. 17,524,339.2
4	S/. 10,152,849.6	S/. 6,213,560.1	S/. 18,532,059.5	S/. 11,255,831.5	S/. 6,986,205.4	S/. 24,510,544.7
5	S/. 15,115,043.1	S/. 8,181,823.1	S/. 26,713,882.6	S/. 15,115,043.1	S/. 8,327,010.3	S/. 32,837,555.0
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN –PLAYBACK						
Ultimo flujo acumulado negativo			S/. 1,583,513.4	S/. 5,358,956.5		
Flujo no acumulado del año siguiente			S/. 7,209,184.4	S/. 7,976,726.2		
Periodo exacto de recuperación de inversión			1.22	0.67		
Tiempo de recuperación de la inversión			3	0.7		

4.5.14. Análisis de riesgo

En base al flujo de caja se analizó la sensibilidad del proyecto planteado 3 escenarios como el pesimista, el más probable y el optimista, los cuales han sufrido variaciones en algunos parámetros como el precio, los suministros y los gastos de publicidad y promoción. En el escenario pesimista tiene una variación negativa del 20% en el precio debido a la incursión de nuevos ecolodge o mejora del servicio hotelero y gastronómico en la zona, un aumento del 30% en los suministros debido a mal uso de ellos y un 20% en gastos de publicidad y promoción debido a la necesidad de una campaña agresiva para la introducción en el mercado, con un crecimiento del 5% al año anterior, considerando los flujo económicos se ha obtenido un VANE de S/.19,104,641.94, una TIRE del 73.89% y un C/B E de S/.3.04 llegando a recuperar la inversión en el primer año con 7 meses y en flujos financiero se obtuvo un VANF de S/.25,151,480.79, una TIRF del 137.48% y un C/B F de S/.5.69 recuperando la inversión en el noveno mes. En el escenario más probable se consideran los datos base anteriormente detallado. Y en el escenario optimista hay una variación positiva del 20% en el precio debido a la alta aceptación obtenida, una disminución del 30% en los suministros por aumento en la demanda y un 20% en gastos de publicidad y promoción debido a la introducción de nuevas agencias en el mercado, con un crecimiento del 5% al año anterior, considerando los flujos económicos se ha obtenido un VANE de S/.34,323,123.21, una TIRE del 118.23% y un C/B E S/.4.67 recuperando la inversión en 10 meses del primer año y en los flujos financieros se obtuvo un VENF de S/.40,523,629.14, una TIRF de 211.31% y un C/B de S/.8.56 recuperando la inversión en el sexto mes del primer año. Una vez obtenida el VAN y TRI económico y financiero se le han atribuido valoraciones siendo para el escenario pesimista un 12.5%, para el escenario más probable un 47.20% y para el escenario pesimista un 40.30%, encontrando de esta forma el VAN esperado,

siendo para el económico S/.28,829,251.47 y para el financiero S/.34,974,283.58, cabe señalar que estos resultados son los que se espera conseguir, considerando que el VAN es mayor a cero, determinando que los flujos de efectivos cubren los costos totales y la inversión, siendo este un resultado positivo, lo que significa la ejecución del proyecto mostrándose rentable y atractivo para el mercado. Cabe señalar que el VANF esperado es mayor al VANE esperado debido al efecto de apalancamiento financiero esto se da por el uso de la deuda incrementando la rentabilidad del proyecto. En el anexo H e I se muestran los flujos de caja económico y financiero con las variaciones descritas anteriormente.

Tabla 53
Análisis de escenarios

DESCRIPCIÓN	PESIMISTA		MÁS PROBABLE		OPTIMISTA	
	ECONÓMICO	FINANCIERO	ECONÓMICO	FINANCIERO	ECONÓMICO	FINANCIERO
ANÁLISIS DE RENTABILIDAD						
VAN	S/. 19,104,641.94	S/. 25,151,480.79	S/. 26,713,882.58	S/. 32,837,554.96	S/. 34,323,123.21	S/. 40,523,629.14
TIR	73.89%	137.48%	96.26%	174.42%	118.23%	211.31%
B/C	S/. 3.04	S/. 5.69	S/. 3.86	S/. 7.13	S/. 4.67	S/. 8.56
VAN ESPERADO						
Valoración	12.50%		47.20%		40.30%	
VAN E esperado						S/. 28,829,251.47
VAN F esperado						S/. 34,974,283.58
PAYBACK - RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN						
Ultimo flujo acumulado negativo	S/. 3,338,401.75	S/. 5,358,956.55	S/. 1,583,513.352	S/. 5,358,956.548	S/. 9,349,027.701	S/. 5,358,956.548
Flujo no acumulado del año siguiente	S/. 5,579,425.25	S/. 6,215,653.40	S/. 7,209,184.44	S/. 7,976,726.186	S/. 9,520,402.746	S/. 9,737,798.974
Periodo exacto de recuperación de inversión	1.598	0.8622	1.220	0.672	0.982	0.550
Periodo en meses del año	0.598	0.8622	0.220	0.67	0.982	0.550
	7	0.9	3	0.7	0.98	0.6
Tiempo de recuperación de la inversión	1 año 7 meses	9 meses	1 año 3 meses	7 meses	10 meses	6 meses

V. CONCLUSIONES

- En la viabilidad del plan estratégico se evidenció una oportunidad de negocio en el sector hotelero encontrándose actualmente decadente en este servicio, encontrando un bajo nivel de competencia en el mercado de hospedaje y restaurante en la zona. Se empleó el modelo CANVAS ayudando a tener una perspectiva más amplia acerca del mercado, se consideró evaluar en la cadena de valor a Rio Hotel-Bagua Grande ayudando a saber más del sector en el Distrito de Bagua Grande, llegando a obtener los criterios para armar nuestras matrices de factores internos y externos.

- En la viabilidad del estudio de mercado se realizó una encuesta dirigida a los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca, San Martín, Amazonas, Ancash y Lima siendo estos emisores del turismo interno, según los resultados los visitantes nacionales asocian la palabra ecolodge con interacción con la naturaleza, los de sexo masculino serían los que más visitarían este proyecto, estando entre las edades de 24 a 32 años que irían, siendo trabajadores dependientes, generando ingresos familiares de S/.1001.00 a S/.3000.00, la gran mayoría que asistía a este ecolodge serían del departamento de Lima, estando la mayoría de acuerdo en que esperan interacción con la naturaleza, los visitantes entre los 15 a 23 años están totalmente de acuerdo que la naturaleza va de la mano con la práctica de deportes, para los de 33 a 41 años prefieren viajar en grupos familiares, los que generan ingresos de S/.1001.00 a S/.3000 permanecerían de 1 a 3 días, los turistas de 24 a 32 años pagarían entre S/.251.00 a S/.350.00 por una habitación colocándose así más habitaciones simples en el proyecto, los que generan ingresos de S/.1001.00 a S/.3000.00 asistirían de forma trimestral al ecolodge, cumpliendo con todas las características los de 42 a 50 años están totalmente de acuerdo en ir y los de 24 a 32 años están de acuerdo.

El mercado disponible está sujeto a los NSE A y B debido a la capacidad de pago del proyecto, el mercado efectivo está directamente dirigido a nuestra encuesta encontrando que el 43% viaja para descansar y el 52% escoge un lugar por sus paisajes naturales y el mercado objetivo se relaciona al nivel de ingresos familiar siendo del 10.42% para ingresos de S/.5001.00 a S/.10000.00 y un 3.39% para ingresos mayores a S/.10001.00.

- En la viabilidad del estudio técnico-operativo se evaluó la ubicación estratégica considerando lo factores como agua, accesibilidad, seguridad, competencia y clima; a nivel macrolocalización siendo el Departamento de Amazonas el territorio más apropiado y a nivel microlocalización fue el Distrito de Bagua Grande la mejor alternativa para la edificación de proyecto teniendo como punto a favor los diversidad de áreas verdes. El terreno donde se construirá este ecolodge tendrá un área total de 15000 m² encontrándose cerca de la laguna Burlan siendo ideal para la imagen que queremos vender a los cliente, teniendo un total de 8233 m² en infraestructura. Cabe resaltar que las principales operaciones son del servicio de alojamiento, restaurante y operador turístico generando un total de S/.802108.32 anuales en suministros distribuidos en las áreas de oficina, de tópicos, de transporte, de restaurante, de limpieza y de baños.

- En la viabilidad del estudio organizacional y legal el proyecto es una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) teniendo a 2 socios como dueños de este ecolodge, para la constitución se considera regirse al régimen de hospedaje, actividad turística y de ecolodge dictada por la SUNAT y el MINCETUR, se contara con certificado ambiental y normas ISO 9001 que se enfoca en gestionar la calidad estandarizando los procesos sobre el servicio, el ISO 14001 que evalúa la gestión del ambiente encontrando el equilibrio entre la rentabilidad y la reducción del impacto ambiental y el ISO 22001 que se enfoca a la gestión

alimenticia. Cabe señalar que los trabajadores contarán con un contrato de tiempo indefinido para puestos que tienen responsabilidades más importante y para otros puesto tendrán un contrato natural temporal siendo renovables según su compromiso con la empresa; además estarán sujetos a la Comisión de Tiempo de servicio (CTS) con el 8%, a la Administración de Fondo de Pensiones (AFP) con el 10% y al Seguro Social de Salud (ESSALUD) con el 9% de su sueldo. generando un total de S/.19500.00 en sueldos administrativos, un total de S/.34500.00 en mano de obra directa y un total de S/. 17700.00 en mano de obra indirecta.

- En la viabilidad del estudio económico financiero la inversión total es de S/.9,349,027.70 con un financiamiento de S/.3,990,071.15 por la entidad financiera Interbank con una tasa fija de 19.42% anual, con un COK de 12.66% y un CPPC del 13.06%; considerando el análisis de sensibilidad con los flujo económico se obtuvo un VANE de S/.26,713,882.58, una TIRE del 96.26% y un C/B E de S/.3.86 recuperando la inversión en un año con tres meses y con los flujos financieros se obtuvo un VANF de S/.32,837,554.96, una TIRF del 174.42% y un C/B F de S/.7.13 recuperando la inversión en siete meses del primer año. En el análisis de sensibilidad se planteó 3 escenarios el pesimista, más probable y el optimista. En el pesimista hay una variación negativa del 20% en el precio, un aumento del 30% en los suministros y un 20% en gastos de publicidad y promoción, considerando los flujos económicos se obtuvo un VANE de S/.19,104,641.94, una TIRE del 73.89% y un C/B E de S/.3.04 recuperando la inversión en un año con siete meses y con flujos financieros se obtuvo un VANF de S/.25,151,480, una TIRF del 137.48% y un C/B F de S/.5.69 recuperando la inversión en el noveno mes. En el escenario más probable se consideran los datos base anteriormente detallado. Y en el escenario optimista hay una variación positiva del 20% en el precio, una disminución del 30% en los suministros y un 20% en gastos de publicidad y promoción, considerando

los flujos económicos se obtuvo un VANE de S/.34,323,123.21, una TIRE del 118.23% y un C/B de S/.2.67 recuperando la inversión en diez meses y con flujos financieros un VANF de S/.40,523,629.14, una TIRF del 211.31% y un C/B de S/.8.56 recuperando la inversión en seis meses deduciendo que el proyecto seguirá siendo rentable aun en el peor de los casos. Evaluando los escenarios con su respectiva valoración se obtiene un VANE esperado de S/.28,829,251.47 y un VANF esperado de S/.34,974,283.58 siendo estos resultados lo que se espera conseguir siendo este un resultado positivo lo que significa la ejecución del proyecto mostrándose rentable y atractivo para el mercado.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arellano, R (2000). *Los Estilos de Vida en el Perú*. Lima: Consumidores & Mercados (Perú) SA.

Arellano, R (2002). *Comportamiento del consumidor: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill.

Càmpings Tarragona. (2014). *Especial parques de bungalow*. Recuperado de <http://www.tamarit.com/images/stories/pdf/lavanguardiasuplement.pdf>.

Consejo Regional de Ciencia, Tecnología e Innovación – Amazonas. (2013). *Plan estratégico del Corcytec 2012 – 2021*. Recuperado de http://www.concytec.gob.pe/portalsinacyt/images/stories/corcytecs/amazonasplan_estrategico_corcytec_amazonas_2013.pdf.

Cubas, L; Herrera, N & otros. (2010). *Formalizar es desarrollar*. Peru: Dirección región Amazonas.

Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo. (2013) *Amazonas Guía turística*. Recuperado de http://www.deperu.com/web.php?sitioweb=issuu.com/catalogosperuanos/docs/amazonas-gu__a-turistica

Eco inteligencia. (2012). *La Sociedad Internacional de Ecoturismo, experiencias desde el corazón de la Naturaleza*. Recuperado de <http://www.ecointeligencia.com/2012/08/ecolodge-turismo-corazon-naturaleza/>

Galarza, M., Navarro, M., Zuñiga, K & Banderas, C. (2009). *Propuesta de Creación de un Ecolodge & Spa, en la comuna Libertadora Bolívar del Cantón Santa Elena*. (Tesis de pregrado). Escuela Politecnica del Litoral, Ecuador.

International Finance Corporation. (2004). *Ecolodges: Exploring Opportunities for Sustainable Business*. Recuperado de <http://biotools.earthmind.net/files/ifc-ecolodges.pdf>.

Mateo, A. (2009). *Estudio de pre-factibilidad para la instalación de un hospedaje para turistas que experimentarían turismo vivencial, en la provincia de Tarma*. (Tesis de pregrado). Perú.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). *Perú 2013 capacidad instalada de los establecimientos de hospedaje colectivo y privado*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/723_PER_U_2013_Rep_Capa_Instalada_EstHospedaje.pdf

Ministerio De Salud. (2013). *Contaminación Ambiental: Estrategia Sanitaria Nacional de Accidentes de Tránsito*. Recuperado de <http://eeea.ca/wp-content/uploads/2013/09/MINSAL-Contaminacion-Ambiental.pdf>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2013). *Estudio de la Actividad Turística: Identificación de las ocupaciones demandadas a nivel nacional*. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/publicaciones_dnpfp/2013/estudio_actividad_turistica_ocupacionesdemandadasniveleconomico.pdf

Peregrín, F. (2011). *El pensamiento ecológico II*. Editorial TC. Recuperado de <http://www.terceracultura.net/tc/?p=3361>

Plan Estratégico Nacional de Turismo. (2013). *Plan Estratégico Nacional De Turismo 2012-2021*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/o/documentos/turismo/PENTUR_2013-Final.pdf.

Promperú. (2012). *Perfil del Vacacionista Nacional 2012*. Recuperado de <http://media.peru.info/IMPP/2012/TurismoInterno/DemandaActual/PerfilVacacionistaNacional2012.pdf>.

Promperú. (2012). *Primer Informe: Situación del Ecoturismo en el Perú 2012*. Recuperado de <http://vidasilvestre.org.uy/wp-content/uploads/2012/08/Situaci%C3%B3n-del-Ecoturismo-en-el-Per%C3%BA.pdf>

Rainforest Alliance.(2014). *Buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf.

VII. ANEXOS

Anexo A



ENCUESTA PARA ANALIZAR EL PERFIL DEL CONSUMIDOR PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLOGDE EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE ENTRE PERSONAS DE 15 A 50 AÑOS EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE-UTCUBAMBA

INSTRUCCIONES: Se le solicita completar la información, para contestar esta encuesta debe marcar con una aspa (x) encontrará recuadros donde tendrá que llenar teniendo presente la siguiente denominación TA (Total Acuerdo), A (Acuerdo), I (Indiferente), D (Desacuerdo) y TD (Total Desacuerdo) según crea conveniente.

1. ¿Cuándo escucha la palabra ECOLOGDE lo asocia a? Desempleado
- Interacción con la naturaleza 5. Nivel de ingresos familiar
- Hospedaje Menos de S/.1000
- Deporte De S/.1001 a S/.3000
- Otro _____ De S/.3001 a S/.5000
2. Género Más de S/.10001
- Masculino 6. ¿En qué departamento vives?
- Femenino Tumbes
3. Edad Piura
- De 15 a 23 años Lambayeque
- De 24 a 32 años La Libertad
- De 33 a 41 años Cajamarca
- De 42 a 50 años Amazonas
4. Ocupación Ancash
- Estudiante Lima
- Trabajador dependiente San Martín
- Trabajador independiente
7. ¿Qué es lo que esperas si este ECOLOGDE estuviera en el mercado?

ÍTEMS	TA	A	I	D	TD
Interacción con la naturaleza					
Sea acogedor					
Sabores diferentes en las bebidas y platos					
Infraestructura llamativa y cómoda					
Buena atención					
Descuentos o combos familiares					
Sienta que vale la pena asistir					

8. Marque según el grado de importancia que Ud. Le asigna a las siguientes características del ECOLOGDE

ÍTEMS	TA	A	I	D	TD
Seguridad					
Diversión					
Tranquilidad					
Nuevos sabores en platos y bebidas					
Infraestructura llamativa y cómoda					

9. Ud. considera que la naturaleza junto con la práctica de deportes pueden estar de mano sin hacer perjuicio
- Total acuerdo
- Acuerdo
- Indiferente
- Desacuerdo
- Total desacuerdo

10. Ud. asiste a ECOSUITES o centros de recreación por
- Costumbre
- Observación de los demás
- Influencia por los medios de comunicación
- Desconectarse de la ciudad

11. ¿Qué personas de tu entorno influirían para visitar este ECOLOGE?
- Amistades
 - Compañeros de estudio
 - Miembros del hogar
 - Ninguno
12. ¿Cuál es la modalidad de viaje que utiliza al viajar?
- Solo
 - Grupo familiar
 - Grupo de amigos
 - Tour
13. ¿Cuál es la duración de permanencia en este tipo de viajes?
- De 1 a 3 días
 - De 4 a 5 días
 - De 6 días a más
14. ¿Cuál es el medio de comunicación que le gustaría enterarse de este ECOLOGE?
- Internet
 - Folletos
 - Tv
 - Agencias de viaje
 - Amigos
15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar como máximo por una habitación simple en este ECOLOGE disfrutando de todos los servicios?
- Menos de S/.250
 - De S/. 251 a S/.350
 - De S/ .351 a S/.450
 - Más de S/.451
16. Motivo por el cual viajaría a este ECOLOGE
- Negocio
 - Descanso
 - Relajarse
17. Frecuencia con que asistiría a este ECOLOGE
- Mensual
 - Trimestral
 - Semanal
 - Anual
18. ¿Qué características cree Ud. que este ECOLOGE debería tener?
- Primeros auxilios
 - Desplazamiento para discapacitados
 - Spa
 - Gimnasio
 - Sala de fumadores
 - Juegos infantiles
 - Piscina
 - Sala de negocios
 - Biblioteca
 - Sala de lavandería
 - Otro _____

Anexo B

Aspectos generales del Turista Nacional

ASPECTO	VACACIONISTA 2013
Sexo	El 59% son mujeres
Edad	El 59% son mayores de 35 años Edad promedio: 39 años
Nivel socioeconómico	El 61% pertenece al estrato c
Educación	El 70% tienen una carrera técnica o universitaria completa
Empleo	El 33% trabaja en el sector privado
Motivación	El 43% viaja para descansar y relajarse
Interés	El 54% se anima a viajar por los comentarios y las experiencias de sus familiares y amigos
Elección	El 52 % escoge un lugar por sus paisajes naturales
Financiamiento	El 71% pago el viaje con sus ahorros
Estacionalidad	El 38% viaja en cualquier mes de año
Grupo	El 43% viaja con su familia
Transporte	El 72% utiliza el servicio de ómnibus interprovincial
Información	El 84% no busca datos turísticos antes de realizar el viaje. Los pocos que si lo hacen, usan internet (72%) principalmente para averiguar los costos y características de alojamientos, así como sitios de intereses.
Permanencia	El 49% pasa hasta tres noches en el lugar visitado
Alojamiento	El 55% usa un hospedaje pagado, por lo general un hotel (29%) o un hostel (26%)
Organización	La mayoría viaja por cuenta propia, en tanto un 7% contrata un tour guiado en el lugar visitado
Costo	El desembolso promedio es de s/. 458 por persona en todo el viaje, pero un interesante 25% invierte más de s/.600, sobre todo los que viajan en pareja y los que visitan lugares nuevos

Anexo C

Perfil de los vacacionista según el segmento

Segmento	PERFIL DEMOGRÁFICO			COMPORTAMIENTO DE VIAJE				
	Edad	Estado civil	Sector de trabajo	Grupo de viaje	Alojamiento	Transporte	Gasto	Estadía
Vacacionista descanso y relax	40 años	Parte de una pareja (58%)	Independiente (31%) y otros trabajan en el sector privado (33%)	En familia (55%)	Hotel /hostal (53%) y otro en casa de familia y amigos (39%)	Ómnibus (67%), avión (13%) y auto propio (14%)	S/505	6 noches
Vacacionista conocedor	38 años	Parte de una pareja (60%)	Sector privado (35%) e independiente (30%)	En familia (39%), con pareja (42%) y solo (19%)	Hotel /hostal (61%) y otro en casa de familia y amigos (30%)	Ómnibus (76%), avión (16%) y auto propio (7%)	S/545	5 noches
Vacacionista ahorrador	39 años	Parte de una pareja (61%)	Independiente (34%), otros trabajan en el sector privado (27%) y ama de casa (19%)	En familia (48%), con pareja (42%) y solo (23%)	Casa de familia y/o amigos (87%) y hotel/hostal (13%)	Ómnibus (84%), avión (5%) y auto propio (8%)	S/422	7 noches
Vacacionista divertido	31 años	Soltero (68%)	Sector privado (37%), independiente (29%) y estudiante (23%)	Amigos, sin niños (31%), con familia (27%) y solos (19%)	Hotel /hostal (48%), casa de familia y amigos (36%)	Ómnibus (70%), avión (9%) y auto propio (13%)	S/498	6 noches

Anexo D

Requisitos mínimos para la clasificación del ecolodge

REQUISITOS DEL DECRETO SUPREMO N° 29-2004	
N° de cabañas o bungalows independientes	12
Ingreso suficientemente amplio para el tránsito de huéspedes y personal de servicio	Obligatorio
Recepción	Obligatorio
Dormitorios simples (m ²)	11 m ²
Dormitorios dobles (m ²)	14 m ²
Terraza	6 m ²
Cantidad de servicio higiénicos por cabañas o bungalows	1 privado - con ducha
Área mínima (m ²)	4 m ²
Las paredes de área de ducha deben estar revestidas con materiales impermeables de calidad comprobada	1.80 m de altura
CABAÑAS O BUNGALOWS (SERVICIOS Y EQUIPOS)	
Ventilador	Obligatorio
Estufa	Obligatorio
Linterna grande portátil operativa obligatorio	1 por cabaña o bungalows
Tacho para desperdicios en general	Obligatorio
Tachos para residuos y/o materiales reciclables (con símbolos)	Obligatorio
SERVICIOS GENERALES	
Agua debidamente procesada	Obligatorio
Agua caliente de acuerdo al horario establecido y excepcionalmente a pedido del huésped	Obligatorio
Servicios higiénicos públicos señalizados por sexos	Obligatorio
Cambio regular de sabana y mínimo (3)	Diario
Cambio regular de toallas y mínimo (3)	Diario
Custodia de valores (en cada fuerte o individual)	Obligatorio
Guardarropa. Custodia de equipaje	Obligatorio
Generación de energía eléctrica para emergencias en los lugares que cuentan con red de energía eléctrica	Obligatorio
Limpieza diaria de los bungalows o cabañas del ecolodge	Obligatorio
Extintores de incendios ubicados en área debidamente señalizados	Obligatorio
Oficio central	Obligatorio
Personal calificado	Obligatorio
Personal uniformado – 24 horas	Obligatorio
Guías especializados en ecoturismo (conocedores en fauna y flora)	Obligatorio
Sala de interpretación	Obligatorio
Código de ética a disposición de los huéspedes	Obligatorio
Servicio de gastronomía priorizando la local	Obligatorio
Botiquín de primeros auxilios, incluyendo sueros antiofídicos y otros animales ponzoñosos	Obligatorio
Equipo de comunicaciones para casos de emergencia	Obligatorio

Anexo E
Infraestructura



Bungalows



Habitaciones matrimoniales



Habitaciones simples, dobles y triples



Ecosuites



Restaurante



Sala de espera



Piscina

Anexo F

Régimen especial de establecimientos de alojamiento

BENEFICIOS DEL RÉGIMEN

Será aplicable a los establecimientos de hospedaje, las disposiciones relativas al saldo a favor del exportador previstas en la ley y reglamentos.

La compensación o la devolución del saldo a favor tendrán como límite el 18 % aplicado sobre los ingresos obtenidos por la prestación de los servicios.

OBLIGACIONES DEL RÉGIMEN

Determinar la condición de un sujeto como no domiciliado, para ello solicitara copia del respectivo pasaporte y confirmara lo siguiente:

1. Si el sujeto no ha tenido una permanencia en el país mayor a 60 días en el año calendario.
2. Además de ello, en caso de los sujetos de nacionalidad peruana deberán acreditar con la visa correspondiente, su residencia en otro país y que hayan salido del Perú.

Con relación a los comprobantes de pago:

1. El establecimiento de hospedaje, emitirá a los sujetos no domiciliados y a las agencias de viaje y turismo (en caso opten por un paquete turístico), la factura correspondiente solo al servicio materia de beneficio.

2. En la factura (referida en el párrafo anterior), se deberá consignar en forma separada las sumas que correspondan a los siguientes conceptos: servicio de hospedaje y alimentación

En el caso del servicio de alimentación prestado directamente al sujeto no domiciliado, se deberá detallar los alimentos y/o bebidas proporcionados o puestos a disposición, así como su valorización en la factura o en documento(s) auxiliar(es) denominado(s)

En caso del servicio de alimentación prestado al sujeto no domiciliado que opte por un paquete turístico, se deberá detallar los alimentos y/o bebidas proporcionados o puestos a disposición, así como su valorización en la factura o en el documento auxiliar (es) denominado(s)

Los contribuyentes titulares de establecimientos de hospedaje que pretendan acceder al beneficio establecido por decreto legislativo n° 919, deberán llevar el registro de huéspedes a que se refiere el decreto supremo n° 023-2001-itinci, el mismo que deberá estar firmado por el huésped no domiciliado, y a disposición de sunat cuando ésta lo requiera.

El establecimiento de hospedaje sustentará la prestación del servicio de hospedaje y alimentación:

1. Presentando a SUNAT, copia fotostática de las fojas del registro de huéspedes (referido en el decreto supremo n° 12-94-itinci), correspondiente a los sujetos no domiciliados a quienes se les brinda el servicio.
2. Además, adjuntando copia de las fojas de pasaporte que contengan la identificación y las fechas de entradas y salidas del país correspondientes al último año calendario.

Anexo G

Cronograma de amortización y pago de intereses mensuales del financiamiento

CUOTA	SALDO INICIAL	CUOTA FIJA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
1	S/. 9,349,027.7	S/. 716,136.3	S/. 692,996.2	S/. 23,140.1	S/. 9,325,887.6
2	S/. 9,325,887.6	S/. 716,136.3	S/. 691,280.9	S/. 24,855.4	S/. 9,301,032.3
3	S/. 9,301,032.3	S/. 716,136.3	S/. 689,438.5	S/. 26,697.8	S/. 9,274,334.5
4	S/. 9,274,334.5	S/. 716,136.3	S/. 687,459.6	S/. 28,676.7	S/. 9,245,657.8
5	S/. 9,245,657.8	S/. 716,136.3	S/. 685,333.9	S/. 30,802.4	S/. 9,214,855.4
6	S/. 9,214,855.4	S/. 716,136.3	S/. 683,050.7	S/. 33,085.6	S/. 9,181,769.8
7	S/. 9,181,769.8	S/. 716,136.3	S/. 680,598.2	S/. 35,538.1	S/. 9,146,231.7
8	S/. 9,146,231.7	S/. 716,136.3	S/. 677,963.9	S/. 38,172.3	S/. 9,108,059.4
9	S/. 9,108,059.4	S/. 716,136.3	S/. 675,134.4	S/. 41,001.9	S/. 9,067,057.5
10	S/. 9,067,057.5	S/. 716,136.3	S/. 672,095.2	S/. 44,041.1	S/. 9,023,016.4
11	S/. 9,023,016.4	S/. 716,136.3	S/. 668,830.6	S/. 47,305.7	S/. 8,975,710.7
12	S/. 8,975,710.7	S/. 716,136.3	S/. 665,324.1	S/. 50,812.2	S/. 8,924,898.5
13	S/. 8,924,898.5	S/. 716,136.3	S/. 661,557.6	S/. 54,578.6	S/. 8,870,319.9
14	S/. 8,870,319.9	S/. 716,136.3	S/. 657,512.0	S/. 58,624.3	S/. 8,811,695.6
15	S/. 8,811,695.6	S/. 716,136.3	S/. 653,166.5	S/. 62,969.8	S/. 8,748,725.8
16	S/. 8,748,725.8	S/. 716,136.3	S/. 648,498.8	S/. 67,637.4	S/. 8,681,088.4
17	S/. 8,681,088.4	S/. 716,136.3	S/. 643,485.2	S/. 72,651.1	S/. 8,608,437.3
18	S/. 8,608,437.3	S/. 716,136.3	S/. 638,100.0	S/. 78,036.3	S/. 8,530,401.0
19	S/. 8,530,401.0	S/. 716,136.3	S/. 632,315.5	S/. 83,820.8	S/. 8,446,580.2
20	S/. 8,446,580.2	S/. 716,136.3	S/. 626,102.3	S/. 90,034.0	S/. 8,356,546.3
21	S/. 8,356,546.3	S/. 716,136.3	S/. 619,428.5	S/. 96,707.7	S/. 8,259,838.5
22	S/. 8,259,838.5	S/. 716,136.3	S/. 612,260.1	S/. 103,876.2	S/. 8,155,962.3
23	S/. 8,155,962.3	S/. 716,136.3	S/. 604,560.3	S/. 111,576.0	S/. 8,044,386.3
24	S/. 8,044,386.3	S/. 716,136.3	S/. 596,289.7	S/. 119,846.6	S/. 7,924,539.8
25	S/. 7,924,539.8	S/. 716,136.3	S/. 587,406.1	S/. 128,730.2	S/. 7,795,809.6
26	S/. 7,795,809.6	S/. 716,136.3	S/. 577,864.0	S/. 138,272.3	S/. 7,657,537.3
27	S/. 7,657,537.3	S/. 716,136.3	S/. 567,614.5	S/. 148,521.7	S/. 7,509,015.6
28	S/. 7,509,015.6	S/. 716,136.3	S/. 556,605.4	S/. 159,530.9	S/. 7,349,484.7
29	S/. 7,349,484.7	S/. 716,136.3	S/. 544,780.2	S/. 171,356.1	S/. 7,178,128.5
30	S/. 7,178,128.5	S/. 716,136.3	S/. 532,078.4	S/. 184,057.9	S/. 6,994,070.7
31	S/. 6,994,070.7	S/. 716,136.3	S/. 518,435.1	S/. 197,701.2	S/. 6,796,369.5
32	S/. 6,796,369.5	S/. 716,136.3	S/. 503,780.5	S/. 212,355.7	S/. 6,584,013.8
33	S/. 6,584,013.8	S/. 716,136.3	S/. 488,039.7	S/. 228,096.6	S/. 6,355,917.2
34	S/. 6,355,917.2	S/. 716,136.3	S/. 471,132.0	S/. 245,004.3	S/. 6,110,912.9
35	S/. 6,110,912.9	S/. 716,136.3	S/. 452,971.1	S/. 263,165.2	S/. 5,847,747.7
36	S/. 5,847,747.7	S/. 716,136.3	S/. 433,464.0	S/. 282,672.3	S/. 5,565,075.4
37	S/. 5,565,075.4	S/. 716,136.3	S/. 412,510.9	S/. 303,625.4	S/. 5,261,450.1
38	S/. 5,261,450.1	S/. 716,136.3	S/. 390,004.7	S/. 326,131.6	S/. 4,935,318.5
39	S/. 4,935,318.5	S/. 716,136.3	S/. 365,830.2	S/. 350,306.1	S/. 4,585,012.5
40	S/. 4,585,012.5	S/. 716,136.3	S/. 339,863.8	S/. 376,272.5	S/. 4,208,740.0
41	S/. 4,208,740.0	S/. 716,136.3	S/. 311,972.6	S/. 404,163.6	S/. 3,804,576.4
42	S/. 3,804,576.4	S/. 716,136.3	S/. 282,014.0	S/. 434,122.3	S/. 3,370,454.1
43	S/. 3,370,454.1	S/. 716,136.3	S/. 249,834.7	S/. 466,301.5	S/. 2,904,152.6
44	S/. 2,904,152.6	S/. 716,136.3	S/. 215,270.2	S/. 500,866.1	S/. 2,403,286.4
45	S/. 2,403,286.4	S/. 716,136.3	S/. 178,143.5	S/. 537,992.8	S/. 1,865,293.6
46	S/. 1,865,293.6	S/. 716,136.3	S/. 138,264.8	S/. 577,871.5	S/. 1,287,422.2
47	S/. 1,287,422.2	S/. 716,136.3	S/. 95,430.1	S/. 620,706.2	S/. 666,716.0
48	S/. 666,716.0	S/. 716,136.3	S/. 49,420.3	S/. 666,716.0	S/. 0.0

Anexo H

Flujo de caja económico y financiero - Escenario pesimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
I. INGRESOS		10,514,880.0	11,040,624.0	11,592,655.2	12,172,288.0	19,149,444.0
Ventas de alojamiento		3,864,960.0	4,058,208.0	4,261,118.4	4,474,174.3	4,697,883.0
Ventas de tour turísticos		6,649,920.0	6,982,416.0	7,331,536.8	7,698,113.6	8,083,019.3
Valor residual						6,368,541.6
II. EGRESOS		979,841.8	1,025,054.9	1,072,528.6	1,122,376.0	1,174,715.8
Inversión fija	9,349,027.7					
Activo fijo tangible	8,382,250.9					
Activo intangible	10,315.0					
Capital de trabajo	773,147.5					
Imprevistos	183,314.3					
Costos de producción		956,461.8	1,001,674.9	1,049,148.6	1,098,996.0	1,151,335.8
1. Costos directos		923,761.8	968,224.9	1,014,911.1	1,063,931.7	1,115,403.2
Suministros		889,261.8	933,724.9	980,411.1	1,029,431.7	1,080,903.2
MOD		34,500.0	34,500.0	34,500.0	34,500.0	34,500.0
2. Costos indirectos		32,700.0	33,450.0	34,237.5	35,064.4	35,932.6
MOI		17,700.0	17,700.0	17,700.0	17,700.0	17,700.0
Servicios básicos		15,000.0	15,750.0	16,537.5	17,364.4	18,232.6
Gastos administrativos		20,500.0	20,500.0	20,500.0	20,500.0	20,500.0
Personal administrativos		19,500.0	19,500.0	19,500.0	19,500.0	19,500.0
Imprevistos		1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0
Gastos de venta		2,880.0	S/. 2,880.0	2,880.0	2,880.0	2,880.0
Publicidad y promoción		2,880.0	S/. 2,880.0	2,880.0	2,880.0	2,880.0
III. UTILIDAD OPERATIVA		9,535,038.2	10,015,569.1	10,520,126.6	11,049,911.9	17,974,728.1
Depreciación y amortización		403,773.4	403,773.4	403,773.4	403,773.4	403,773.4
IV. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		9,131,264.9	9,611,795.8	10,116,353.2	10,646,138.6	17,570,954.8
Impuesto a la renta (30%)		2,739,379.5	2,883,538.7	3,034,906.0	3,193,841.6	5,271,286.4
Depreciación y amortización		403,773.4	403,773.4	403,773.4	403,773.4	403,773.4
V. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	- 9,349,027.7	6,795,658.8	7,132,030.4	7,485,220.6	7,856,070.4	12,703,441.7
Préstamo	3,990,071.2					
Amortización del préstamo		749,537.4	895,097.5	1,068,925.5	1,276,510.8	
Intereses		774,871.8	629,311.7	455,483.7	247,898.4	
Escudo fiscal		232,461.5	188,793.5	136,645.1	74,369.5	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	- 5,358,956.5	7,002,785.9	7,586,609.8	8,235,307.5	8,959,052.3	12,703,441.7

Anexo I

Flujo de caja económico y financiero - Escenario optimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
I. INGRESOS		15,772,320.0	16,560,936.0	17,388,982.8	18,258,431.9	25,539,895.1
Ventas de alojamiento		5,797,440.0	6,087,312.0	6,391,677.6	6,711,261.5	7,046,824.6
Ventas de tour turísticos		9,974,880.0	10,473,624.0	10,997,305.2	11,547,170.5	12,124,529.0
Valor residual						6,368,541.6
II. EGRESOS		568,453.3	593,144.9	619,071.2	646,293.7	674,877.4
Inversión fija	9,349,027.7					
Activo fijo tangible	8,382,250.9					
Activo intangible	10,315.0					
Capital de trabajo	773,147.5					
Imprevistos	183,314.3					
Costos de producción		546,033.3	570,724.9	596,651.2	623,873.7	652,457.4
1. Costos directos		513,333.3	537,274.9	562,413.7	588,809.4	616,524.8
Suministros		478,833.3	502,774.9	527,913.7	554,309.4	582,024.8
MOD		34,500.0	34,500.0	34,500.0	34,500.0	34,500.0
2. Costos indirectos		32,700.0	33,450.0	34,237.5	35,064.4	35,932.6
MOI		17,700.0	17,700.0	17,700.0	17,700.0	17,700.0
Servicios básicos		15,000.0	15,750.0	16,537.5	17,364.4	18,232.6
Gastos administrativos		20,500.0	20,500.0	20,500.0	20,500.0	20,500.0
Personal administrativos		19,500.0	19,500.0	19,500.0	19,500.0	19,500.0
Imprevistos		1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0
Gastos de venta		1,920.0	1,920.0	1,920.0	1,920.0	1,920.0
Publicidad y promoción		1,920.0	1,920.0	1,920.0	1,920.0	1,920.0
III. UTILIDAD OPERATIVA		15,203,866.7	15,967,791.1	16,769,911.6	17,612,138.2	24,865,017.7
Depreciación y amortización		403,773.4	403,773.4	403,773.4	403,773.4	403,773.4
IV. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		14,800,093.4	15,564,017.7	16,366,138.3	17,208,364.8	24,461,244.4
Impuesto a la renta (30%)		4,440,028.0	4,669,205.3	4,909,841.5	5,162,509.5	7,338,373.3
Depreciación y amortización		403,773.4	403,773.4	403,773.4	403,773.4	403,773.4
V. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	- 9,349,027.7	10,763,838.7	11,298,585.8	11,860,070.1	12,449,628.8	17,526,644.4
Préstamo	3,990,071.2					
Amortización del préstamo		749,537.4	895,097.5	1,068,925.5	1,276,510.8	
Intereses		774,871.8	629,311.7	455,483.7	247,898.4	
Escudo fiscal		232,461.5	188,793.5	136,645.1	74,369.5	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/. 5,358,956.5	S/. 10,970,965.8	S/. 11,753,165.1	S/. 12,610,157.0	13,552,610.7	17,526,644.4