



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA, TURISMO
Y GASTRONOMÍA**

Carrera de Administración en Turismo

KIRAFIKI ECOLODGE

**Trabajo de investigación para optar el grado académico de
bachiller en la carrera de Administración en Turismo**

MARIA FERNANDA MARCHESINI VARA

OLENKA FRANCIS VASQUEZ VARGAS

Lima - Perú

2020

Índice de Contenidos

Capítulo I: Resumen Ejecutivo	17
Capítulo II: Información General	20
2.1 Datos de la empresa.	20
2.1.1 Razón Social.	20
2.1.2 Nombre Comercial.	20
2.1.3 Accionistas y Equipo.	20
2.1.4 Horizonte de Evaluación.	21
2.2 Actividad económica, código CIU, partida arancelaria.	21
2.3 Definición del Negocio.	21
2.4 Descripción del producto o servicio.	21
2.5 Oportunidad de Negocio.	23
2.5.1 Por el lado de la oferta.	23
2.5.2 Por el lado de la demanda.	23
2.6 Estrategia genérica de la empresa.	24
2.7 Visión y misión de la empresa.	24
2.8 Análisis FODA del sector.	25
2.9 Mapa de Empatía.	25
2.10 Business Model Canvas de la idea de negocio.	28
Capítulo III: Análisis del Macro entorno	29
3.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes (2019).	29
3.2 Entorno político-legal: Leyes o reglamentos vinculados al proyecto.	29
3.3 Entorno Económico (2015-2019).	31

3.3.1 Tasa de crecimiento de la población, Ingreso per cápita, PEA, %PEA.	31
3.3.2 Balanza Comercial: Importaciones y exportaciones.	32
3.3.3 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tasa de cambio, Riesgo País.	33
3.4 Entorno Socio-cultural: Tendencias.	34
3.5 Entorno Tecnológico: Tendencias.	36
3.6 Entorno Ambiental: Tendencias y normas.	37
Capítulo IV: Aspectos de mercado	38
4.1 Investigación de mercado: Criterios de Segmentación y Marco Muestral.	38
4.1.2 Tipos de Investigación.	39
4.1.2.1 Exploratoria: Entrevistas a profundidad: a Expertos, y a Consumidores Potenciales.	39
4.1.2.2 Cuantitativa-Descriptiva: Cuestionario.	46
4.2 Demanda Presente y Futura.	67
4.2.1 Estimación del Mercado Potencial.	67
4.2.2 Estimación del Mercado Disponible.	69
4.2.3 Estimación del Mercado Efectivo.	69
4.2.4 Estimación del Mercado Objetivo.	70
4.2.5 Cuantificación anual de la demanda.	70
4.2.5.1 Programa de Ventas Anual por tipo de servicio.	71
4.2.5.3 Programa de ventas del segundo al quinto año (2021 al 2024) desagregado en forma mensual.	72
4.3 Micro Entorno.	74
4.3.1 Competidores actuales: nivel de competitividad.	74

4.3.2 Fuerza negociadora de los clientes.	75
4.3.3 Fuerza negociadora de los proveedores.	76
4.3.4 Amenaza de productos sustitutos.	77
4.3.5 Competidores potenciales barreras de entrada.	78
Capítulo V: Plan de Comercialización	79
5.1 Estrategias de lanzamiento del producto.	79
5.2 Mezcla de Marketing.	81
5.2.1 Producto.	81
5.2.2 Precio.	84
5.2.3 Plaza.	87
5.2.4 Promoción.	88
5.2.5 Personas, Evidencia física, Proceso.	91
Capítulo VI: Aspectos Técnicos	93
6.1 Tamaño del Proyecto.	93
6.1.1 Capacidad instalada de maquinarias y equipos.	93
6.1.2 Tamaño normal.	93
6.1.3 Tamaño máximo.	94
6.1.4 Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.	95
6.2 Procesos.	95
6.2.1 Diagrama de Flujo de Proceso de Producción.	95
6.2.2 Programa de producción.	98
6.2.3 Relación de materias primas e insumos a utilizar, consumos por producto.	98
6.3 Tecnología para el proceso.	110

6.4 Localización del Centro de Operaciones.	113
6.4.1 Plano del Proyecto.	113
6.4.2 Descripción del Centro de Operaciones.	114
6.5 Localización.	114
6.6 Diagrama de Gantt.	116
6.7 Responsabilidad social.	118
6.8 Impacto Ambiental.	118
6.9 Certificaciones.	119
Capítulo VII: Aspectos Legales y Organizacionales	121
7.1 Aspectos Legales.	121
7.1.1 Forma Societaria.	121
7.1.2 Registro de marcas y patentes.	122
7.1.3 Licencias y autorizaciones.	122
7.1.4 Legislación Laboral.	125
7.1.5 Legislación Tributaria.	129
7.1.6 Otros Aspectos Legales.	129
7.2 Aspectos Organizacionales.	130
7.2.1 Organigrama Funcional.	130
7.2.2 Puestos de Trabajo.	131
7.2.3 Aspectos Laborales.	134
Capítulo VIII: Aspectos Económicos - Financieros	137
8.1 Inversiones (2020-2024).	137
8.1.1 Inversión en Activo Fijo.	138

8.1.2 Inversión Activo Intangible.	138
8.1.3 Inversión en capital de trabajo.	139
8.1.4 Estructura de inversiones.	141
8.2 Financiamiento.	142
8.2.1 Estructura de Financiamientos.	142
8.2.2 Financiamiento del activo fijo tangible, intangible y del capital de trabajo.	142
8.3 Ingresos anuales (2020-2024).	143
8.3.1 Ingresos por ventas.	143
8.3.2 Recuperación de Capital de Trabajo.	144
8.3.3 Valor de Desecho Neto del Activo Fijo.	145
8.4 Costos y Gastos anuales (2020-2024).	146
8.4.1 Egresos Desembolsables.	146
8.4.1.1 Presupuesto de materias primas y materiales.	146
8.4.1.2 Presupuesto de compra de materias primas y materiales.	146
8.4.1.3 Presupuesto de Costos Indirectos.	147
8.4.1.4 Presupuesto de Gastos de Administración.	148
8.4.1.5 Presupuesto de Gastos de Ventas.	149
8.4.2 Egresos no Desembolsables.	150
8.4.2.1 Depreciación.	150
8.4.2.2 Amortización de Intangibles.	151
8.4.3 Costo unitario y costo total unitario.	151
8.5 Estados Financieros Proyectados (2020-2024).	153

8.5.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.	153
8.5.2 Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado.	153
8.5.3 Flujo de Caja Operativo Proyectado.	154
8.5.4 Flujo de Capital Proyectado.	155
8.5.5 Flujo de Caja Económico Proyectado.	156
8.5.6 Flujo del Servicio de la deuda.	156
8.5.7 Flujo de Caja Financiero.	156
Capítulo IX: Evaluación Económica y Financiera	157
9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento.	157
9.1.1 Costo de Oportunidad (K_e) - Modelo CAPM.	157
9.1.2 Costo de la Deuda (K_d).	159
9.1.3 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).	159
9.2 Evaluación económica-financiera.	160
9.2.1 Indicadores de Rentabilidad.	160
9.2.2 Análisis del Punto de equilibrio.	161
Capítulo X: Conclusiones y Recomendaciones	162
Referencias	164
Anexos	168
Anexo 1: Útiles de Limpieza	168
Anexo 2: Activos Fijos	169
Anexo 3: Activos Intangibles	175
Anexo 4: Presupuesto de materias primas y materiales	176

Lista de Tablas

Tabla 1. Accionistas de Kirafiki Ecolodge	20
Tabla 2. Matriz FODA del sector hotelero	25
Tabla 3. Respuestas del mapa de Empatía	27
Tabla 4. Tasa de crecimiento poblacional del Perú 2015-2019	31
Tabla 5. Ingreso per cápita del Perú 2015-2019	31
Tabla 6. Población Económicamente Activa en el Perú 2015-2019	32
Tabla 7. Balanza comercial - Importaciones y exportaciones 2015-2019	32
Tabla 8. PBI del Perú 2015-2019	33
Tabla 9. Tasa de inflación 2015-2019	33
Tabla 10. Tasa de interés 2015-2019	33
Tabla 11. Tipo de cambio 2015-2019	34
Tabla 12. Riesgo país del 2015-2019	34
Tabla 13. Rango de edad	50
Tabla 14. ¿Le interesan las actividades relacionadas con la naturaleza?	51
Tabla 15. ¿Alguna vez se ha hospedado en un ecolodge?	52
Tabla 16. ¿Cuál es su percepción sobre este tipo de alojamiento?	52
Tabla 17. ¿Cuál suele ser el aspecto más importante al elegir un alojamiento?	53
Tabla 18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?	54
Tabla 19. ¿Estaría dispuesto a pagar por actividades extra?	55
Tabla 20. ¿Cuál es su método de pago frecuente?	55
Tabla 21. ¿Qué medios suele usar para buscar información sobre un alojamiento?	56
Tabla 22. ¿Cree que las redes sociales influyen al escoger un alojamiento?	57

Tabla 23. ¿Cuál fue la primera impresión que tuvo de este proyecto?	57
Tabla 24. ¿Qué tan probable es que use este servicio?	58
Tabla 25. ¿Con qué frecuencia usaría este servicio?	59
Tabla 26. ¿Qué tan probable es que recomiende este servicio a amigos y familiares?	60
Tabla 27. ¿Cuál de estas actividades le gustaría realizar durante su estadía?	60
Tabla 28. ¿Qué tipo de cabaña elegiría?	61
Tabla 29. ¿Cuánto tiempo duraría su estadía?	62
Tabla 30. ¿Dónde le gustaría ver información sobre este servicio?	63
Tabla 31. ¿Le gustaría recibir información a su correo personal?	63
Tabla 32. ¿Le interesaría afiliarse a una membresía con opción a beneficios en otros servicios?	64
Tabla 33. ¿Qué es lo que más le atrae del ecolodge?	65
Tabla 34. Arribos domésticos al Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta (Iquitos)	67
Tabla 35. Regresión lineal de los arribos domésticos a la ciudad de Iquitos	67
Tabla 36. Demanda 2020 y Demanda Proyectada 2021-2024	68
Tabla 37. Mercado Potencial	69
Tabla 38. Mercado Disponible	69
Tabla 39. Mercado Efectivo	70
Tabla 40. Mercado Objetivo	70
Tabla 41. Precio de paquete por persona	70
Tabla 42. Precio promedio por paquete	70
Tabla 43. Mercado objetivo anual (2020-2024)	71

Tabla 44. Frecuencia de uso de servicio	71
Tabla 45. Demanda anual de paquetes	71
Tabla 46. Demanda mensual de paquetes	72
Tabla 47. Ganancia anual por paquete	72
Tabla 48. Ganancia mensual por paquete del 2021	72
Tabla 49. Ganancia mensual por paquete del 2022	73
Tabla 50. Ganancia mensual por paquete del 2023	73
Tabla 51. Ganancia mensual por paquete del 2024	73
Tabla 52. Matriz de rivalidad entre competidores	75
Tabla 53. Matriz de poder de negociación de los consumidores	76
Tabla 54. Matriz de poder de negociación de los proveedores	77
Tabla 55. Matriz de amenaza de productos sustitutos	78
Tabla 56. Matriz de amenaza de nuevos competidores	79
Tabla 57. Ganancias por 3D/2N	85
Tabla 58. Ganancias por 4D/3N	85
Tabla 59. Ganancias por 5D/4N	86
Tabla 60. Demanda normal de visitantes	94
Tabla 61. Capacidad máxima de habitaciones al año	94
Tabla 62. Utilización de la Capacidad Instalada	95
Tabla 63. Paquete vendidos 2020-2024	98
Tabla 64. Ficha técnica: Desayuno americano	99
Tabla 65. Ficha técnica: Tacacho con cecina y chorizo	99
Tabla 66. Ficha técnica: Juana	100

Tabla 67. Ficha técnica: Patarashca	102
Tabla 68. Ficha técnica: Humita Salada	102
Tabla 69. Ficha técnica: Trucha frita	103
Tabla 70. Ficha técnica: Chicha morada	104
Tabla 71. Ficha técnica: Aguajina	105
Tabla 72. Ficha técnica: Cuba Libre	106
Tabla 73. Ficha técnica: Chicha de Jora	107
Tabla 74. Ficha técnica: Cabaña Doble o Matrimonial	108
Tabla 75. Ficha técnica: Trekking	109
Tabla 76. Ficha técnica: Paseo en bote	109
Tabla 77. Ficha técnica: Avistamiento de flora y fauna	110
Tabla 78. Maquinaria y equipo del restaurante y bar	111
Tabla 79. Equipos de recepción	111
Tabla 80. Maquinaria y equipo de cabañas	112
Tabla 81. Maquinaria y equipo de actividades recreativas	112
Tabla 82. Maquinaria y equipo de Maloca Principal	113
Tabla 83. Requisitos técnicos mínimos obligatorios para un albergue	122
Tabla 84. Requisitos mínimos para la categorización de albergue	123
Tabla 85. Requisitos mínimos de restaurantes tres tenedores	124
Tabla 86. Participación en los beneficios de acuerdo a la actividad de la empresa	128
Tabla 87. Manual de Funciones de los Gerentes de Kirafiki Ecolodge	131
Tabla 88. Remuneración de los colaboradores de Kirafiki Ecolodge	135
Tabla 89. Horarios Laborales de los colaboradores de Kirafiki Ecolodge	136

Tabla 90. Inversión en Activos Fijos	138
Tabla 91. Inversión en Activos Intangibles	138
Tabla 92. Método de Máximo Déficit Acumulado	139
Tabla 93. Inversión Total de Kirafiki Ecolodge	141
Tabla 94. Financiamiento	142
Tabla 95. Financiamiento y Cronograma de pagos	142
Tabla 96. Precio de paquete por el tipo de cabaña	143
Tabla 97. Ingresos anuales por paquete 2020-2024	144
Tabla 98. Tasa de crecimiento de ventas (2020-2024)	144
Tabla 99. Recuperación KT	145
Tabla 100. Valor de Desecho Neto del Activo Fijo	145
Tabla 101. Presupuesto de materias primas y materiales	146
Tabla 102. Presupuesto de compra de materias primas y materiales	146
Tabla 103. Remuneraciones anuales (CIF)	147
Tabla 104. Presupuesto de Costos Indirectos	148
Tabla 105. Remuneraciones anuales (Administrativos)	148
Tabla 106. Presupuesto de Gastos de Administración	149
Tabla 107. Presupuesto de Gastos de Ventas	150
Tabla 108. Depreciación de los Activos Fijos Tangibles	150
Tabla 109. Amortización de los Activos Intangibles	151
Tabla 110. Costo Unitario paquete 3D/2N	151
Tabla 111. Costo Unitario paquete 4D/3N	152
Tabla 112. Costo Unitario paquete 5D/4N	152

Tabla 113. Costo Total Unitario	152
Tabla 114. Estado de Resultados Proyectado - Método Absorbente	153
Tabla 115. Estado de Resultados Proyectado - Método Directo	154
Tabla 116. Flujo de Caja Operativo Proyectado	154
Tabla 117. Flujo de Capital Proyectado	155
Tabla 118. Flujo de Caja Económico Proyectado	156
Tabla 119. Flujo del Servicio de la deuda	156
Tabla 120. Flujo de Caja Financiero	157
Tabla 121. Beta apalancada, D/E e Impuesto de Estados Unidos	157
Tabla 122. Datos para el Costo de Oportunidad	158
Tabla 123. Datos para el Costo de la deuda	159
Tabla 124. Valores y porcentajes de la deuda y capital	159
Tabla 125. Costos Fijos y Costos Variables	161
Tabla 126. Punto de Equilibrio	162
Tabla 127. Comprobación del Punto de Equilibrio	162
Tabla 128. Implementos de Limpieza	168
Tabla 129. Activos Fijos Desagregados	169
Tabla 130. Activos Intangibles Desagregados	175
Tabla 131. Presupuesto de materias primas 2020	176
Tabla 132. Presupuesto de materias primas 2021	178
Tabla 133. Presupuesto de materias primas 2022	180
Tabla 134. Presupuesto de materias primas 2023	181
Tabla 135. Presupuesto de materias primas 2024	183

Tabla 136. Presupuesto de materiales 2020	185
Tabla 137. Presupuesto de materiales 2021	186
Tabla 138. Presupuesto de materiales 2022	186
Tabla 139. Presupuesto de materiales 2023	187
Tabla 140. Presupuesto de materiales 2024	187

Lista de Figuras

Figura 1. Mapa de Empatía.	26
Figura 2. Business Model Canvas.	29
Figura 3. Rango de edad.	51
Figura 4. Actividades relacionadas a la naturaleza.	51
Figura 5. ¿Alguna vez se ha hospedado en un Ecolodge?.	52
Figura 6. ¿Cuál es su percepción sobre este tipo de alojamiento?.	53
Figura 7. ¿Cuál suele ser el aspecto más importante al elegir un alojamiento?.	54
Figura 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?.	54
Figura 9. ¿Estaría dispuesto a pagar por actividades extra?.	55
Figura 10. ¿Cuál es su método de pago frecuente?.	56
Figura 11. ¿Qué medios suelen usar para buscar información sobre un alojamiento?.	56
Figura 12. ¿Cree que las redes sociales influyen al escoger un alojamiento?.	56
Figura 13. ¿Cuál fue la primera impresión que tuvo de este proyecto?.	58
Figura 14. ¿Qué tan probable es que use este servicio?.	59
Figura 15. ¿Con qué frecuencia usaría este servicio?.	59
Figura 16. ¿Qué tan probable es que recomiende este servicio a amigos y familiares?.	60
Figura 17. ¿Cuál de estas actividades le gustaría realizar durante su estadía?.	61
Figura 18. ¿Qué tipo de cabaña elegiría?.	62
Figura 19. ¿Cuánto tiempo duraría su estadía?.	62
Figura 20. ¿Dónde le gustaría ver información sobre este servicio?.	63
Figura 21. ¿Le gustaría recibir información a su correo personal?.	64

Figura 22. ¿Le interesaría afiliarse a una membresía con opción a beneficios en otros servicio?.	64
Figura 23. ¿Qué es lo que más le atrae del Ecolodge?.	65
Figura 24. Logo Kirafiki Ecolodge.	81
Figura 25. Diagrama de Flujo de Proceso de Comercialización.	90
Figura 26. Página Web Kirafiki Ecolodge.	92
Figura 27. Diagrama de Flujo de Proceso de Producción Parte 1.	97
Figura 28. Diagrama de Flujo de Proceso de Producción Parte 2.	97
Figura 29. Plan de construcción de Kirafiki Ecolodge.	97
Figura 30. Localización del Departamento de Loreto, Perú.	115
Figura 31. Localización de la provincia de Maynas en el Departamento de Loreto, Perú.	115
Figura 32. Localización de Kirafiki Ecolodge en Iquitos - Loreto.	116
Figura 33. Diagrama de Gantt.	117
Figura 34. Organigrama Funcional de Kirafiki Ecolodge.	130

Capítulo I: Resumen Ejecutivo

El presente trabajo consiste en la creación de un hospedaje sostenible llamado Kirafiki Ecolodge a orillas del río Amazonas en el Departamento de Loreto, Perú. Ubicado a 6 kilómetros del Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta. El nombre Kirafiki proviene de la lengua suajili originaria de África oriental y su traducción al español es “amistoso”. Se optó por usar este término ya que uno de los principales motivos de Kirafiki Ecolodge es minimizar el impacto ambiental y fomentar el ecoturismo al ofrecer actividades de naturaleza, aventura y visitas a comunidades locales para lograr conectar a los huéspedes y ser amistoso no solo con ellos sino también, con el entorno.

El ecolodge ofrecerá el servicio de alojamiento con una capacidad de hasta doce cabañas las cuales estarán acondicionadas para hospedar desde una a cuatro personas como máximo dependiendo del tipo de la misma, a su vez cuentan con paneles solares reemplazando así el uso de energía eléctrica. El ecolodge cuenta con los siguientes tipos de cabaña: tres simples, cinco dobles o matrimoniales, dos triples y dos familiares. Asimismo, cuenta con áreas comunes para el uso de los huéspedes como la maloca principal, el restaurante, el bar, el biohuerto, el muelle y el mirador. Kirafiki Ecolodge ofrece tres tipos de programas en base a tiempo de estadía, tres días y dos noches, cuatro días y tres noches, cinco días y cuatro noches, los cuales cuentan con tarifa de servicio *all inclusive* que incluye el alojamiento, el programa de alimentos en base a platos típicos de la selva y, actividades y servicios personalizados como el traslado desde y hacia el Aeropuerto de Iquitos, la visita a albergues, dos noches de fogata, caminatas y trekking guiados, paseo en bote y visita a comunidades. Sin embargo, la tarifa no incluye bebidas alcohólicas, platos a la carta y actividades complementarias como almuerzos y cenas privadas, excursiones nocturnas, visitas guiadas por la ciudad y paddle en el río Amazonas.

El público objetivo de Kirafiki Ecolodge está conformado por hombres y mujeres entre los 25 y 64 años de edad, que pertenecen al nivel socioeconómico A y B, y provienen de Lima Metropolitana. Asimismo, cuentan con intereses en marcas sostenibles que ofrezcan actividades de naturaleza y aventura, y al mismo tiempo busquen una conexión con las comunidades locales.

Con el fin de poder comprender y adquirir mayor información acerca del mercado y de los consumidores, se realizó una investigación de mercado exploratoria mediante entrevistas a profundidad a dos expertos y una consumidora potencial. Del mismo modo, se realizó una investigación cuantitativa-descriptiva mediante un cuestionario a 112 participantes que cumplían con las características del público objetivo, de las cuales 110 personas, representando el 98.21% del total de encuestados, pasaron las preguntas filtro. Gracias a la investigación de mercado concluimos que el 98.21% consumiría el producto, los cuales representan el mercado disponible y, el 30.00% definitivamente consumiría nuestro producto, representando el mercado efectivo del proyecto.

Por otro lado, de acuerdo a la estimación de la demanda presente y futura, se tomó en cuenta cinco años como horizonte de evaluación del proyecto. Considerando los datos de la investigación de mercado, se estima un mercado objetivo de 245 para el año 2020, 3,264 para el año 2021, 3,373 para el año 2022, 3,482 para el año 2023 y 3,591 para el año 2024.

Con respecto al Plan de Comercialización, se ha seleccionado como estrategias de lanzamiento el video Marketing, *photo branding*, la publicidad mediante *adwords* y Facebook Ads y, campaña *teaser* en redes sociales. Respecto a la promoción y publicidad del ecolodge, se realizarán mediante promociones online, beneficios por membresía, *merchandising*, y campañas en redes sociales. Kirafiki Ecolodge contará con una página web disponible en español e inglés en la cual los usuarios podrán encontrar información sobre la historia del

ecolodge, las actividades y paquetes disponibles, además de la opción de realizar reservas de acuerdo a la disponibilidad.

En cuanto a la responsabilidad social del proyecto, Kirafiki Ecolodge brindará a sus colaboradores constantes capacitaciones para mantener la calidad del servicio y potenciar su crecimiento profesional. También se busca contribuir con las comunidades aledañas adquiriendo algunos insumos en el mercado de la ciudad de Iquitos para que puedan generar ingresos. Del mismo modo, se propone capacitar a la población en otras actividades económicas para que no opten por prácticas como la caza indiscriminada u otras que afecten el medio ambiente.

Con relación a la organización de la empresa, se han considerado como unidades centrales al área de Marketing, Ventas, Alimentos y Bebidas, y Operaciones; dentro de las unidades de apoyo se han considerado al área de Recursos Humanos y Finanzas. Kirafiki Ecolodge cuenta con 39 colaboradores de los cuales los que pertenecen al área de Alimentos y Bebidas, tienen un horario rotativo. El centro de operaciones del ecolodge, será en la recepción del mismo establecimiento pero la mayoría del personal trabajará de manera remota con reuniones mensuales en un área reservada del restaurante para poder revisar avances y mantener a todos los colaboradores informados.

La inversión en activos fijos cuenta con componentes como terreno, edificación, maquinaria y equipos, muebles y enseres e infraestructura de apoyo. La inversión en activos intangibles cuenta con componentes como aspecto legal, software y gastos pre-operativos. La inversión total del proyecto incluyendo los activos fijos, intangibles y capital de trabajo es de S/. 4,715,016.52; de los cuales se consideró que el 40.03% es un financiamiento mediante un préstamo bancario con un periodo de pago de 20 meses en cuotas trimestrales.

Con respecto a los Estados Financieros Projectados, el Estado de Resultados muestra una utilidad operativa positiva a partir del segundo año (2021). Del mismo modo, el Flujo de

Caja Operativo, el de Caja Económico y el de Caja Financiero también muestran resultados positivos a partir del segundo.

Con respecto a la evaluación económica y financiera del proyecto, los indicadores de rentabilidad como el Valor Actual Neto (VAN) tanto económico como financiero dieron como resultado S/. 1,628,842.26 y S/. 13,056,481.13 respectivamente. Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno (TIR) económica y financiera muestra los siguientes resultados 16.32% y 16.86% respectivamente. Finalmente, el punto de equilibrio económico y financiero muestran resultados positivos durante los cinco años del horizonte de evaluación. Debido a los datos previamente mencionados, se concluye que el proyecto de Kirafiki Ecolodge es económico y financieramente rentable.

Capítulo II: Información General

2.1 Datos de la empresa.

2.1.1 Razón Social.

KIRA ECO S.A.

2.1.2 Nombre Comercial.

KIRAFIKI ECOLODGE

2.1.3 Accionistas y Equipo.

Tabla 1

Accionistas de Kirafiki Ecolodge

Socio	Cargo	Carrera	Experiencia	Participación
Maria Fernanda Marchesini	Gerente General	Administración en Turismo con doble grado en International Business.	Laboró en Walt Disney Company en el área de Attraction Cast Member y Audience, así como en Operaciones y Ventas en Viajes Rosario.	33%

Olenka Vásquez	Gerente de Ventas	Administración en Turismo con doble grado en International Business.	Laboró en el Museo de Arte Mali como encargada de turismo receptivo, así como en el área de Reservas de Condor Travel.	33%
Rodrigo Cruz	Gerente de Operaciones y Logística	Administración con doble grado en International Business.	Laboró en el Colegio la Inmaculada, y actualmente es Asistente de la Jefatura de deportes y actividades de la Municipalidad de Miraflores.	33%

Fuente: Elaboración propia.

2.1.4 Horizonte de Evaluación.

El presente proyecto se evaluará en un horizonte de 5 años, siendo el año 2020 el año base.

2.2 Actividad económica, código CIU, partida arancelaria.

La actividad económica es Alojamientos y Restaurantes, así como también Turismo. El Código CIU (Código Industrial Internacionalmente Uniforme) es 5510 que corresponde a Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal. La partida arancelaria no aplica para este proyecto.

2.3 Definición del Negocio.

Kirafiki Ecolodge es un proyecto que busca ser un hospedaje sostenible ubicado a orillas del río Amazonas, Iquitos - Loreto, a 6 km del Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta. Busca ser un espacio que albergue a turistas tanto nacionales como extranjeros, a los cuales pueda ofrecer alojamiento y actividades vinculadas al turismo de naturaleza.

2.4 Descripción del producto o servicio.

Kirafiki Ecolodge busca brindar el mejor servicio posible a sus huéspedes para lo cual cuenta con un área de bienvenida que puede usarse como área común y desde donde se dará inicio a las diversas actividades con las que contamos.

La zona de cabañas cuenta con energía gracias a los paneles solares que se ubican en cada una de ellas. Asimismo, estarán acondicionadas para hospedar de una a cuatro personas como máximo por cabaña. Algunas de las áreas comunes que tiene el ecolodge son una zona de niños, zona de hamacas, biohuerto, mirador, un muelle y una tienda de *souvenirs*.

La zona del restaurante se encuentra equipada con todos los implementos necesarios. El ecolodge cuenta con un servicio *all inclusive*, pero a su vez hay platos a la carta que los huéspedes podrán adquirir. Las bebidas alcohólicas no se encuentran incluidas en la tarifa. El personal se encontrará atento a cualquier restricción alimenticia de los huéspedes. El programa de alimentos está elaborado en base a platos típicos de la selva y cuenta con los siguientes horarios:

- Desayuno (08:00 - 11:00 horas)
- Almuerzo (13:00 - 15:30 horas)
- Cena (20:00 - 21:30 horas)

Con respecto a las actividades y servicios incluidos, los huéspedes pueden seleccionar las actividades que desean realizar durante su estadía, ya que son personalizadas a cada huésped. Las actividades y servicios con los que cuenta el ecolodge son los siguientes:

- Recojos y traslados desde y hacia el aeropuerto de Iquitos
- Visita a albergues: Isla de Monos, CREA (Centro de Rescate Amazónico)
- Dos noches de fogata establecidas
- Caminatas y trekking guiados

- Paseo en bote
- Visita a comunidades indígenas

2.5 Oportunidad de Negocio.

2.5.1 Por el lado de la oferta.

El sector hotelero ha estado en constante crecimiento en los últimos años, lo cual hizo que varias cadenas internacionales y nacionales decidan expandirse a través del territorio peruano. Si bien Perú es el tercer país de Sudamérica con mayores planes de expansión hotelera por los siguientes dos años, la consultora STR Global indica que la demanda sigue creciendo más que la oferta sobre todo en las categorías medio y lujo.

Hablando específicamente de los ecolodges, el pasajero tiene opción de escoger entre los más cercanos a la ciudad de Iquitos con todas las comodidades de un hotel o adentrarse en la selva como se busca hacer en este proyecto. Es por este motivo que contribuir con un lodge de categoría media, es rentable en este momento.

2.5.2 Por el lado de la demanda.

De acuerdo a los estudios “Extranjero que visita Loreto” y “Lugar visitado - Loreto” realizados por Promperú y a las cifras turísticas indicadas en “Cultura, naturaleza y aventura en el Perú” realizado por Turismo In, se puede concluir que el turismo de naturaleza se encuentra en ascenso tanto en el mercado receptivo como el interno. Asimismo, los estudios previamente mencionados indican que los mercados emisores que se encuentran en constante ascenso son Estados Unidos, Reino Unido y España, siendo 8 de cada 10 personas practican actividades de naturaleza en el país con un gasto promedio de \$ 1,745.00 y el 29% opta por hospedarse en un lodge hasta por cuatro noches.

Por otra parte, de acuerdo al estudio “Imagen del destino: Loreto - Nacional” realizado por Promperú, el turista nacional proviene mayormente de Lima (59%) con un gasto promedio de casi S/ 1,000.00 y de la misma manera, permanece hasta cuatro noches en la región de Loreto. Tanto el turista extranjero como el nacional realizan actividades de naturaleza en la región, asimismo se otorgó la distinción de Jerarquía 4 al río Amazonas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, por lo que se considera que las llegadas seguirán aumentando.

2.6 Estrategia genérica de la empresa.

Kirafiki Ecolodge utiliza como estrategia la diferenciación de servicio, ya que como se mencionó anteriormente, es una oferta única, variada, innovadora y creativa en la zona, pero sobre todo porque cumple con las exigencias del nuevo cliente: el desarrollo de un alto grado de consciencia social a través de la gestión de la empresa.

2.7 Visión y misión de la empresa.

Visión:

Buscamos ser reconocidos en el negocio hotelero, específicamente en el sector ecológico como resultado de nuestras buenas prácticas y cuidado del medio ambiente.

Misión:

En Kirafiki estamos comprometidos con la satisfacción de nuestros clientes al ofrecerles una atención personalizada con diferentes actividades de turismo de naturaleza siendo guiados por profesionales de la industria. Además de reafirmar nuestro compromiso con la población y el medio ambiente.

2.8 Análisis FODA del sector.

Tabla 2

Matriz FODA del sector hotelero

	Oportunidades	Amenazas
Matriz FODA	<p>O1: Mayor atención por realizar viajes con intereses especiales donde el Perú posee ventajas comparativas.</p> <p>O2: Según la OMT, Perú posee una imagen destacada como destino turístico de Sudamérica comparado con otros países competidores.</p> <p>O3: Existencia de nuevas técnicas de marketing que mejoren las posibilidades comerciales del Perú.</p>	<p>A1: La inseguridad y los problemas sociales puede desalentar la demanda actual y potencial, dirigiéndose hacia otros mercados posicionados como seguros.</p> <p>A2: Existe una saturación en Machu Picchu, circunstancia que amenaza la satisfacción de la experiencia turística.</p> <p>A3: Cada región quiere hacer su propia marca sin tener en cuenta los lineamientos fundamentales de la marca país.</p>
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
<p>F1: Machu Picchu es un icono turístico de reconocimiento mundial.</p> <p>F2: En los últimos años, la tendencia de crecimiento es constante en el turismo nacional e internacional.</p> <p>F3: Existencia de operadores turísticos y agencias de viaje dentro de la estructura de mercado en los destinos más destacados del país.</p>	<p>Aprovechar las nuevas técnicas de marketing para seguir promoviendo el turismo en nuestro país y siga en un aumento constante. Esto ayudará a potenciar a los operadores turísticos y agencias de viaje y a parte de Machu Picchu, otros espacios turísticos se pueden ver beneficiados.</p>	<p>Aprovechar esa tendencia de crecimiento turístico para generar estrategias y planes que promuevan todos los espacios turísticos más reconocidos del Perú y no centrar la atención en Machu Picchu. A partir de esto, presentar al país como un lugar turístico por encima de los problemas sociales como la inseguridad ciudadana.</p>
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
<p>D1: Excesiva concentración geográfica de la demanda en determinados circuitos y corredores turísticos.</p> <p>D2: Visión del turista receptivo orientada principalmente a los circuitos turísticos tradicionales.</p> <p>D3: La comercialización sigue orientada hacia una comunicación masiva, sin diferenciar los diversos segmentos de mercado.</p>	<p>Con las nuevas técnicas de marketing presentarle al turista, dependiendo del segmento de mercado en el que se encuentre, una mejor variedad de circuitos turísticos y a los que pueda acceder con mayor facilidad.</p>	<p>Elaboración y comercialización de productos turísticos alternativos que diversifiquen nuestra oferta tanto para el turista nacional como internacional así podremos evitar impactos negativos y saturación de turistas en Machu Picchu y corredores turísticos.</p>

Fuente: Elaboración propia.

2.9 Mapa de Empatía.

Este primer estudio se realizó a profesionales con capacidad de gasto, que disponen con tiempo para poder realizar viajes. Todos demostraron gran interés e incluso hicieron sugerencias para implementar en el ecolodge. Es importante rescatar

los canales de publicidad que nos indicaron, así como el aspecto de seguridad de los pasajeros y colaboradores.

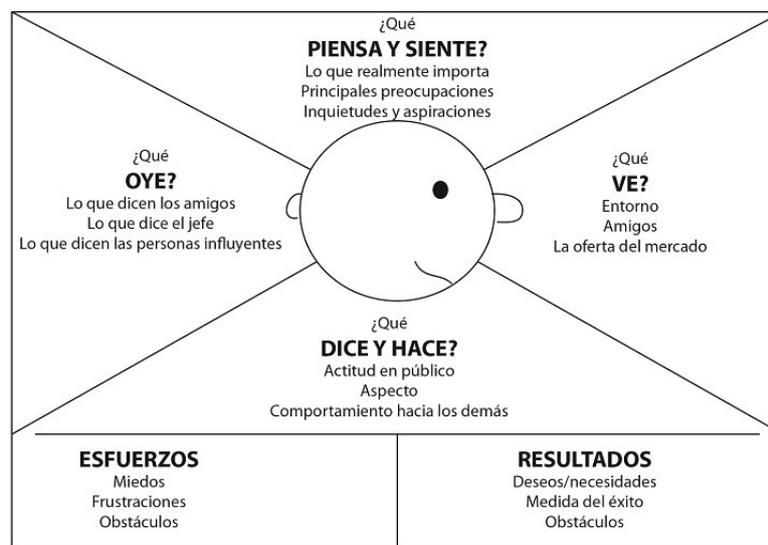


Figura 1. Mapa de Empatía.

Preguntas:

1. ¿Qué es lo que le motivaría a comprar nuestro servicio? ¿Cuáles son sus expectativas? ¿Cuál sería el aspecto más importante para usted?
2. ¿Qué tipo de ofertas suele ver? ¿Qué tipo de publicidad es la que más le atrae? ¿Dónde le gustaría ver nuestra publicidad?
3. ¿Influenciarías a alguien respecto al lodge? ¿Con quién hablarías sobre el lodge?
4. ¿Has escuchado sobre ecolodges en su entorno más cercano? ¿Qué dirían sus amigos y familiares sobre el lodge?
5. ¿Cuáles son los beneficios y medidas de éxito que considera que tendríamos?
- 6: ¿Tiene algún miedo respecto al lodge?

Tabla 3

Respuestas del Mapa de Empatía

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Nombre	Ocupación	Edad
E1	Me motivaría tener una experiencia distinta, amigable con la naturaleza. Mi expectativa sería encontrar un espacio tranquilo. El aspecto más importante para mí es el trato del personal.	Me gustaría encontrar promociones o paquetes para 2 o 3 días a través de la red para conocer el tipo de servicio que ofrecen	Aconsejaría a familiares, amigos y conocidos para que puedan visitarlo	No había escuchado sobre alguno, a muchos de mis amigos le llamaría la atención este tipo de servicio por ser algo novedoso que busca ayudar	Atraerán a un público eco amigable	Ninguno	Randi Seijas	Asistente de Gerencia	31
E2	Espero mucho contacto con la naturaleza a través de tours que se puedan realizar en los alrededores del lodge, ambientes tranquilos y equipados con lo necesario para no tener que trasladarme mucho, mucha privacidad y desconexión. El aspecto más importante sería el servicio	Suelo ver ofertas que solo incluyen hospedaje o solo incluyen tours, no un conjunto. Me gustaría ver ofertas de paquetes completos, sin tener que contactar a un intermediario por booking e instagram	Sí, obvio, a mi novio. Me gustaría que tengan experiencias para parejas	No, los que conozco son bastante costosos y lejanos	Experiencias completas que incluyan hospedaje y actividades. También sería buena una opción de pensión completa	Los insectos	Samantha Espejo	Analista de Marketing	24
E3	Contacto con la Naturaleza. Ver animales	All inclusive (alimentación,	Claro si ofrecen un buen servicio y	Si en el trabajo y en la universidad e	Contratar y capacitar gente de los poblados más	Seguridad en los equipos de	Jean Carlo Bravo	Ejecutivo de Cuentas de Asia	35

	silvestres en la naturaleza y paisajes que no he visto en ningún lado. A pesar de estar en la naturaleza tener algo de comodidad para poder descansar	hospedaje y tours). Televisiva. En televisión o por internet.	algo único si lo recomendaría. Con mis compañeros de trabajo y amigos.	instituto. Amigos que son de su agrado todos disfrutan del contacto con la naturaleza, familiares no creo que opinen mucho nunca has estado en algún Lodge.	cercanos, tendrán éxito si el ecolodge tiene algo único algo que los diferencia de los demás en servicio o en los tours	transporte que se usen, botes, vehículos, que el personal esté bien capacitado y sepa afrontar una emergencia.			
E4	Diseño innovador con actividades para toda la familia y de aventura. El más importante sería promociones y precio	Descuento por tiempo de hospedaje, ofertas especiales. Por Internet, agencias de viaje, páginas como Airbnb	Sí, a amigos, familiares y compañeros del trabajo	Las virtudes del servicio, que experiencias tiene con actividades innovadoras a un precio accesible	Actividades innovadoras y paquetes todo incluido	Ninguno	Josue Delgado	Asistente Financiero	33

Fuente: Elaboración propia.

2.10 Business Model Canvas de la idea de negocio.

Socios clave Agencias de viajes (físicas y OTA's) y operadores turísticos. Sistemas de pago. Empresa de transporte. Proveedores locales de insumos y alimentación. Centro de rescate amazónico de Iquitos (CREA). Isla de monos. Municipalidad Provincial de Maynas. Gobierno Regional de Loreto.	Actividades clave Servicio de alojamiento y alimentación. Excursiones y actividades de naturaleza.	Propuesta de valor Kirafiki, ecolodge que busca satisfacer la necesidad de un nuevo tipo de turistas brindando actividades relacionadas con el ecoturismo.	Relaciones con clientes Comunicación activa mediante redes sociales. Encuestas de satisfacción mediante correo electrónico. Membresía con opción a beneficios.	Segmento de cliente Turistas principalmente provenientes de Lima entre 25 y 64 años. Con interés en marcas sostenibles que brinden actividades de naturaleza y los conecten con comunidades locales.
	Recursos clave Capital humano capacitado. Terreno. Instalaciones de las áreas comunes y cabañas. Transporte terrestre y fluvial. Recurso financiero (capital propio).		Canales Central de reservas vía telefónica y correo electrónico. Página web del ecolodge. Agencias de viajes (OTA's) y operadores turísticos.	
Estructura de costos Capacitación y pago de planilla del personal. Compra del terreno y construcción. Limpieza y mantenimiento de las áreas comunes y cabañas. Pago de servicios subcontratados. Costo por trámites legales (licencia y permisos).			Fuente de ingresos Ventas mediante reservas (incluye un recargo por servicios). Adicionales al plan de comida. Costo por actividades personalizadas. Venta de souvenirs.	

Figura 2. Business Model Canvas. Fuente: Elaboración propia.

Capítulo III: Análisis del Macro entorno

3.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes (2019).

La capital de la República del Perú es Lima con 11.591.400 habitantes (2019).

El país se encuentra dividido en 24 Departamentos y una Provincia Constitucional (El Callao), y entre sus ciudades importantes se encuentran Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura y Cusco.

Perú posee una superficie de 1.285.215 Km² con una población de 32.495.500 habitantes (2019).

3.2 Entorno político-legal: Leyes o reglamentos vinculados al proyecto.

El ecolodge a implementar se debe regir por la normativa peruana que aplica a los prestadores de servicios turísticos, especialmente a los establecimientos de hospedaje.

Las leyes y reglamentos vinculados al proyecto son los siguientes:

- Ley General de Turismo - Ley 29408: Tiene como objetivo el desarrollo y regulación de la actividad turística. Asimismo, busca promover e incentivar su desarrollo sostenible. La aplicación de esta ley es obligatoria en todos los niveles de gobiernos y en constante coordinación con los demás actores vinculados al sector turístico.
- Reglamento de Establecimiento de Hospedaje - Decreto Supremo N°29-2004: El Reglamento establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje. Asimismo, establece las funciones de los órganos regionales competentes, los requisitos de infraestructura y de equipamiento para el inicio de actividades, y el cumplimiento de las condiciones mínimas para la prestación del servicio de acuerdo a la clase y/o categoría solicitada.
- Ley General de Salud - Ley N°26842: En el Título II, Capítulo V se encuentran los artículos que establecen los deberes, restricciones y responsabilidades que corresponden a la producción y comercio de alimentos y bebidas destinados al consumo humano, las cuales deben estar sujetas a ciertas condiciones higiénicas y sanitarias para la protección de la salud de terceros.
- Ley de Inocuidad de los Alimentos - Decreto Legislativo N°1062: La presente ley tiene la finalidad de garantizar la inocuidad de los alimentos destinados al consumo humano. Tiene como principal objetivo proteger la vida y salud de las personas mediante los principios que sustentan la política de la inocuidad de los alimentos, derechos de los consumidores y obligaciones de los proveedores, vigilancia y control de los alimentos, y las infracciones y sanciones por el incumplimiento de alguno de los artículos pertenecientes a la ley.

3.3 Entorno Económico (2015-2019).

3.3.1 Tasa de crecimiento de la población, Ingreso per cápita, PEA, %PEA.

Tabla 4

Tasa de crecimiento poblacional del Perú 2015-2019

(Población expresada en miles de personas)

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Población	31,151	31,488	31,826	32,162	32,495
Tasa de crecimiento	1.29%	1.26%	1.23%	1.01%	1.07%

Fuente: CPI-Tasa de crecimiento poblacional 2015-2019.

La tasa de crecimiento de la población del Perú durante estos últimos cinco años ha sido en promedio 1.2% anual.

Tabla 5

Ingreso per cápita del Perú 2015-2019

(Expresado en dólares americanos)

Años	2015	2016	2017	2018	2019
PBI per cápita	6,229	6,205	6,710	6,941	5,966
Tasa de crecimiento	1.2%	1.2%	1.2%	1.0%	1.0%

Fuente: INEI - Ingreso per cápita del Perú 2015-2019.

El ingreso per cápita del Perú ha sido constante durante los tres primeros años del periodo, pero en el 2018 y 2019 hubo un decrecimiento de 0.2%.

Tabla 6

Población Económicamente Activa en el Perú 2015-2019

(Expresado en miles de personas)

Años	2015	2016	2017	2018	2019
PEA	5,056	5,229	5,327	5,259	5,404
Variación %	1.6%	1.6%	1.6%	1.7%	1.7%

Fuente: BCRP - PEA, según niveles de empleo y ámbito geográfico.

La PEA (Población Económicamente Activa) en el Perú ha tenido un crecimiento promedio de 1.7% en los dos últimos años del período de evaluación.

3.3.2 Balanza Comercial: Importaciones y exportaciones.

Tabla 7

Balanza comercial - Importaciones y exportaciones 2015-2019

(Expresado en millones de soles)

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Exportaciones	33 346,8	36 040,0	44 024,9	47 708,8	45 978,4
Importaciones	36 020,1	34 312,3	37 778,8	41 204,8	40 180,2
Total	Déficit	Déficit	Déficit	Déficit	Superávit

Fuente: INEI - Estadísticas de la Balanza Comercial Importaciones y Exportaciones.

Durante los primeros cuatro años del período la balanza comercial del país se encontró en déficit, a diferencia del último año que las exportaciones superaron las importaciones.

3.3.3 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tasa de cambio, Riesgo País.

Tabla 8

PBI del Perú 2015-2019

(Expresado en millones de soles)

Años	2015	2016	2017	2018	2019
PBI	189,926	191,639	211,389	190,826	183,096
Variación %	4%	2.5%	3%	4%	3.2%

Fuente: INEI - Producto Bruto Interno.

Durante todo el período de evaluación, se observa como el PBI del Perú ha tenido un incremento de hasta una variación de 4%.

Tabla 9

Tasa de Inflación 2015-2019

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Inflación %	4.4%	3.2%	1.36%	2.48%	2%

Fuente: BCRP - Reporte de inflación.

Tabla 10

Tasa de interés 2015-2019

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Interés	3.75	4.25	3.25	2.75	2.25

Fuente: BCRP - Reporte de tasa de interés.

Tabla 11

Tipo de cambio 2015-2019

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Tipo de Cambio	3.19	3.38	3.26	3.43	3.37

Fuente: SBS - Tipo de cambio de moneda.

Tabla 12

Riesgo país del 2015-2019

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Riesgo país	246	175	111	134	103

Fuente: BCRP - Reporte de riesgo país.

3.4 Entorno Socio-cultural: Tendencias.

Según TrendWatching, una empresa especializada en las tendencias de consumo, indica que existen cinco principales tendencias de consumo las cuales son las siguientes:

- Marcas legislativas: El 86% de los consumidores buscan marcas que se encuentren interesadas en temas sociales, impulsen cambios en la sociedad y que busquen la sostenibilidad.
- “Ratas de laboratorio”: Es el nombre al cual se le denomina a la tendencia que indica que los consumidores buscan que la ciencia sea una herramienta que solucione el bienestar de las personas, ya que hoy en día las personas buscan un estilo de vida óptimo.
- “Open Source Solutions”: Es el nombre con el que se denomina a la tendencia de que las marcas tengan soluciones abiertas, lo cual quiere decir que compartan sus innovaciones con sus clientes.

- Fantasía en la vida real: Hoy en día, las marcas buscan brindar experiencias que combinan lo real y lo imaginario como por ejemplo las experiencias de realidad aumentada o compra digital e inteligente.
- Recursos superhumanos: Se le denomina “superhumanos” a los asistentes virtuales para satisfacer las necesidades de los consumidores de manera digital.

Por otro lado, Juan Carlos Sánchez, Gerente de Consultoría y Producto de Dataimágenes, indica que existen 5 tendencias del consumidor peruano las cuales son las siguientes:

- Consumo Multicanal: Según Google el 85% de los consumidores inician el proceso de compra en un canal y terminan el proceso en otro canal, por lo cual la tendencia es la “omnicanalidad”, para brindarle al consumidor la accesibilidad de todos los canales con los productos y servicios que buscan.
- El internet de las cosas: Las interconexiones generadas por el internet transformarán todas las industrias, y como consecuencia también transformará la vida del consumidor y la forma de la interacción entre las empresas y sus clientes, lo cual es una realidad en el Perú debido a que ya existen artefactos, sistemas y dispositivos de este tipo como por ejemplo el sistema Smart House.
- Mayor consumo en e-commerce: El consumidor peruano está adoptando nuevos hábitos y se están convirtiendo en consumidores *e-commerce* en páginas como Saga Falabella, Ripley, Linio y Mercado Libre. Asimismo, los consumidores peruanos utilizan servicios de pago mediante Visanet, Paypal, Safetypay, Mc Procesos y el servicio peruano Culqui.
- Mayor consumo de programa de recompensas: Tendencia del público Millennials: La generación Millennial son personas de mentalidad abierta que

hoy en día son decisores de compra que consumen productos principalmente en canales digitales, los cuales a su vez representan a una gran parte de los consumidores.

3.5 Entorno Tecnológico: Tendencias.

Según International Data Corporation (IDC), la industria de tecnología e información crecerá a 4.8% para el 2020 en América Latina y la “supremacía digital” mundial será en el año 2023.

Por otro lado, Interactive Advertising Bureau indica que en el año 2020 la industria digital será regida por cinco principales tendencias, las cuales son las siguientes:

- Mayor consumo de audio: El consumo de información a través de audio seguirá creciendo a lo largo del año. En el Perú, el 60% de personas consumen información y servicio de audio de manera diaria, entre los cuales destacan aplicaciones como Spotify, radios y podcast.
- Consolidación del video: El consumo de información a través de videos es uno de los preferidos por las personas y empresas, entre los cuales se destacarán los videos de “branding” para atraer nuevos usuarios, “consideración” para generar influencia, y “acción para lograr que compren los productos/servicios del video.
- Transacciones por internet: El comercio electrónico es uno de los negocios que se está consolidando cada vez más en el Perú, por lo que se surgieron Marketplaces en Redes Sociales, así como tres campañas de Cyber Wow en el 2019.
- Mayor demanda de e-sports: En el 2020 se desarrollará la segunda edición de los “Perú E-sports Forum”, el cual es un foro dedicado a los deportes

electrónicos y videojuegos, considerando que el 76% de los peruanos juega videojuegos al menos una vez por semana.

- Conectar a través de la honestidad: El contenido de las marcas evolucionará a formatos que logren conectarse con el cliente mediante el envío de mensajes personalizados que sean percibidos como “sinceros” y “genuinos”, el cual será el principal valor para las empresas de esta nueva forma de relacionarse con los clientes.

3.6 Entorno Ambiental: Tendencias y normas.

El Perú es uno de los países con mayor diversidad ecológica del mundo, con una gran cantidad de recursos naturales. Con respecto a este entorno, el Perú sigue creciendo y mejorando su situación en lo que se refiere a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas con miras al 2030 según el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. Esto quiere decir que cada vez más empresas, tanto privadas como públicas, muestran un mayor esfuerzo para la creación y optimización de mejoras sobre sostenibilidad, medio ambiente, etc. Según un artículo de Astrid Ortiz, muchas de las empresas siguen las siguientes tendencias ambientales:

- Inclusión de un operador ambiental: El operador acompañado de una gestión empresarial tiene que ser el encargado de liderar un plan de trabajo con el objetivo global de la conservación futura del medio ambiente.
- Presupuesto: Las empresas están considerando un presupuesto designado para mejorar la formulación, evaluación y observación de resultados económicos y financieros de las actividades relacionadas al cuidado del medio ambiente.
- Contar con un sistema de gestión ambiental: Las empresas al contar con un sistema de gestión ambiental podrán identificar los riesgos, tratamientos y

recomendaciones para disminuir y mitigar los impactos ambientales que generan sus actividades económicas.

- Reciclaje: Actualmente en la mayoría de las empresas se promueve el reciclaje y la correcta separación de desechos plásticos, orgánicos y generales, con el fin de preservar el medio ambiente.

Por otro lado, existen tres tipos de normas ambientales las cuales son las siguientes:

1. Normas sobre calidad ambiental: estas normas determinan la concentración de sustancias contaminantes en el entorno.
2. Normas sobre emisiones: estas normas miden los niveles de emisiones permitidas.
3. Normas técnicas: estas normas no tienen un objetivo final, sino que ayudan a adoptar ciertas costumbres, tecnologías, y técnicas para el cuidado del medio ambiente.

En el Perú, todas estas normas son reguladas por el Ministerio del Medio Ambiente (MINAM) y El Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA), con el apoyo del Código del Medio Ambiente (CMA).

Capítulo IV: Aspectos de mercado

4.1 Investigación de mercado: Criterios de Segmentación y Marco Muestral.

Con el fin de poder contar con un marco muestral adecuado para el proyecto Kirafiki Ecolodge, es importante determinar los factores del público objetivo. Este consiste en hombres y mujeres entre los 25 y 64 años de edad, que pertenecen al NSE

A y B de Lima Metropolitana. Asimismo, deben contar con intereses relacionados a viajes, naturaleza, aventura y sostenibilidad.

4.1.2 *Tipos de Investigación.*

4.1.2.1 *Exploratoria: Entrevistas a profundidad: a Expertos, y a Consumidores Potenciales.*

Entrevistas a profundidad a expertos:

Objetivo: Conocer la perspectiva que se tiene respecto a los ecolodges en la selva peruana desde el lado comercial.

Entrevista N° 1: Jean Carlo Bravo, ejecutivo de ventas de Condor Travel.

Cuestionario y respuestas:

1. ¿Qué factores considera usted que hay que tener en cuenta para abrir un Ecolodge en la selva peruana?

Los más importantes son el económico y el social. Yo trabajé en un ecolodge en Puerto Maldonado, en Rainforest. El principal problema es que la vida allá es muy cara entonces los insumos que querían llevar a los lodges que son 3 era una dificultad que tenían. El factor social, por ejemplo Rainforest lo llevaba muy bien porque incluía a la comunidad y los capacitaba para luego contratarlos.

2. ¿Considera usted que existe alguna amenaza que impida el crecimiento sostenible de los Ecolodges?

Hay muchas, todo lo que tenga que ver con degradación del medio ambiente como la tala indiscriminada de árboles o la caza ilegal, muchas veces la agricultura también porque cuando estuve en Puerto Maldonado había veces donde los agricultores quemaban la

tierra porque al parecer la tierra no tenía suficientes nutrientes para cultivar. El turista lo que quiere hacer es trekking, explorar con el guía, hacer senderismo o canopy. Ellos quieren ir para ver animales o plantas, muchas veces una especie endémica de ese lugar y si no la llegan a ver a veces se sienten decepcionados. Los mismos ecolodges también contaminan como los deslizadores porque es contaminación sonora, los animales se espantan y tienes que adentrarte más para poder ver la vida silvestre.

3. ¿Cuáles son las actividades o programas más atractivos y solicitados por un turista nacional en un Ecolodge?

Programas de 3 o 4 días máximo con la opción de escoger las actividades. Los más aventureros, buscan un grado de dificultad más elevado, buscan más la adrenalina como hacer trekking o canopy.

4. ¿Cuál cree que sean los factores de éxito de un ecolodge?

Los que tienen más éxito son los que han ganado premios pero eso se adquiere con el tiempo. Los de regular éxito son los que logran el equilibrio entre la comunidad y la naturaleza, un ecolodge debe cubrir las necesidades básicas pero nunca debe dejar de lado lo rústico, los materiales de construcción ni contaminar el ambiente porque la mayoría se construyen en lugares protegidos y tienes que seguir estándares y leyes.

5. ¿Cuáles son los Ecolodges con más presencia en Iquitos? ¿Por qué considera que se deba esto?

Hay varios, solo me he quedado en el Ceiba Lodge pero es bien diferente a todos los que he conocido. No está construido con material noble sino son ladrillos y como estoy acostumbrado a que sea construido con otros materiales me pareció que apostó más por la comodidad que por otras cosas. Hay otros que son bien conocidos y siguen más la filosofía de ecolodge además de tener actividades más interesantes como Amak, Heliconia, Irapay y Treehouse.

6. ¿Cuál considera que sea la perspectiva para el mercado de alojamientos ecológicos para los próximos años post crisis sanitaria del COVID-19?

El futuro es bien incierto con todo lo que está pasando y en realidad no se pero creo que se van a implementar más medidas de salubridad. Por ejemplo, cuando llegas a una ciudad te recibe el guía y ponen a todos en una van o un bus, eso ya no va poder ser. a protección del guía va tener que ser fuerte, mascarillas N05 y no poder hablar tan cerca de los turistas. Se tendrán que tomar medidas más drásticas y quizás hacer hisopados a los turistas y a los mismos guías. En el mismo lodge, donde normalmente es buffet, van a tener que separar los grupos y comer en tiempos. Es muy difícil, los hoteles pueden seguir los lineamientos pero los ecolodges es más complicado adaptarse a ese tipo de lineamientos.

7. ¿Cuál considera usted que son las debilidades de un Ecolodge en la selva peruana?

Al momento de navegar, pude ver como en el puesto de los guardabosques solo había una persona. Considero que debería estar

la policía o la marina y contar con personal de seguridad al menos una persona en esos paseos.

8. ¿Cuál considera usted que son las principales motivaciones que llevan a un cliente a elegir un Ecolodge sobre un Hotel tradicional?

La naturaleza, flora y fauna silvestre. Aprender sobre plantas y rituales.

9. ¿Cuál sería su recomendación para Kirafiki?

Mantengan su esencia, muchas veces los ecolodges la pierden por la necesidad de generar dinero para poder ser sostenibles y algunas veces hacen cosas que no deberían para ahorrar algunos costos.

Conclusiones:

El experto hace hincapié en la naturaleza en todo momento, sugiere no perder la esencia y poder hacer un equilibrio entre el ingreso que buscamos generar y las prácticas sostenibles que tenemos que seguir siempre. Es importante recalcar que estamos en la línea que el experto describe y seguro a medida que vaya creciendo el ecolodge, se implementarán actividades de mayor riesgo para los amantes de la aventura.

Entrevistas de profundidad a consumidores potenciales:

Objetivo: profundizar en las preferencias de nuestro público objetivo.

Entrevista N° 1: Mariana Indacochea, especialista del área comercial en Adidas.

Cuestionario y respuestas:

1. ¿Podría contarnos un poco sobre sus intereses al momento de viajar?

Me encanta hacer viajes de aventura, estar cerca a la naturaleza, hacer caminatas súper largas. No me gusta mucho estar en tours con varias personas sino hacer mis propias rutas o preguntarle a los lugareños y ver los lugares más escondidos.

2. ¿Se siente atraído por la naturaleza y acciones relacionadas con la sostenibilidad?

Si me siento atraída y la sostenibilidad me parece muy importante porque hoy en día la gente ha tomado más conciencia, es importante cuidar nuestro planeta porque si seguimos realizando actividades como la minería ilegal o la tala indiscriminada de árboles vamos a terminar dañando la naturaleza y todas las cosas que nos puede dar. Me gusta ser eco-responsable.

3. ¿Ha tenido la oportunidad de hospedarse en un ecolodge? De ser así, ¿en qué ecolodge se hospedó?

Sí, en Tarapoto pero no recuerdo el nombre. Estaba a las afueras de la ciudad y era bien bonito.

4. ¿Cuál es el principal motivo que lo lleva a escoger un ecolodge sobre otro?

Me gusta porque estás más metida en la naturaleza y es lo que busco en mis viajes. Ese ecolodge de Tarapoto tenía una vista increíble, una terraza con piscina infinita y veías toda la vegetación, sentías todos los ruidos de los animales y, en la noche veías las

estrellas. Todo eso no te lo puede dar un hotel normal y los ecolodges también tienen prácticas más responsables.

5. ¿Se hospedaría en Kirafiki? De ser así, ¿con quién lo haría y por cuál de las actividades optaría?

Si en verdad suena súper interesante y va acorde a lo que me gusta cuando viajo. Lo que mencionaste de solo Wifi en la maloca me parece bueno porque me encanta desconectarme del mundo pero para alguna emergencia está perfecto. Todo lo que mencionas sobre todo las actividades me interesan. Iquitos es súper bonito y tiene mucho para explicar tanto de flora como fauna. Suena a un ecolodge para hospedarse en pareja, si tuviera iría con mi pareja por lo que son cabañas pero tampoco descarta la idea de ir sola. Optaría por trekking para conocer la mayor cantidad de la zona y adentrarme en la naturaleza.

6. ¿Tiene algún comentario adicional?

Está súper buena la idea, hace poco estuve en Iquitos y no hay ningún lodge que recuerde entonces siento que hay posibilidad de posicionarse. Traten de hacerse lo más conocido posible porque al estar alejados a veces la gente no tiene mucha información al respecto y creo que por redes sociales podrían hacerse muy conocidos.

Entrevista N° 2: Mónica Macha, Gerenta de Ventas y Operaciones de Viajes Rosario.

Cuestionario y respuestas:

1. ¿Podría contarnos un poco sobre sus intereses al momento de viajar?

Me interesa desconectar y relajarme. Soy amante de los viajes de naturaleza, al aire libre, paisajísticos y con animales, y con actividades porque tengo un trabajo de oficina y al momento de viajar busco estar al aire libre.

2. ¿Se siente atraído por la naturaleza y acciones relacionadas con la sostenibilidad?

Si me siento atraída por la naturaleza, es mi principal motivo de viaje.

3. ¿Ha tenido la oportunidad de hospedarse en un ecolodge? De ser así, ¿en qué ecolodge se hospedó?

Si me he hospedado en ecolodges, principalmente en Kenia en Porini Camps y en África del Este. Al momento de elegir un ecolodge lo que me gusta es el impacto cero que tiene sobre la naturaleza, que buscan que si el ecolodge desaparece de ese lugar queda impacto cero, el paisaje se ve tal cual como era antes del ecolodge, eso es lo más interesante del ecolodge.

4. ¿Cuál es el principal motivo que lo lleva a escoger un ecolodge sobre otro?

El principal motivo es la comodidad, si bien es cierto hay todo tipo de ecolodge, la comodidad tiene que ser esencial, así como también la salubridad.

5. ¿Se hospedaría en Kirafiki? De ser así, ¿con quién lo haría y por cuál de las actividades optaría?

Si me hospedaría ahí para hacer actividades de naturaleza, avistamiento de aves, paseos en lanchas o botes; les recomendaría que ofrecieran excursiones como safari de río. También un contacto con las comunidades, pero me gustaría que fuera muy real, como talleres de artesanía o ver como hacen sus vestimentas o iconografías y ver qué significa, pero tener ese contacto y no simplemente ir a verlos bailar y tomarse la foto, sino que tenga un impacto para los que van y saber cómo ellos ven la vida.

6. ¿Tiene algún comentario adicional?

No, ninguno.

Conclusiones:

Las personas entrevistadas muestran mucho interés en actividades de naturaleza y sostenibilidad. Ambas mencionan que su principal motivo para viajar es desconectarse de la ciudad, por lo que suelen buscar actividades y servicios como los que brinda Kirafiki Ecolodge, del mismo modo ambas tienen experiencia y se han hospedado en ecolodges, por lo que mencionan las actividades que más les interesaría realizar que son: trekking, observación de fauna, y paseo en bote.

4.1.2.2 Cuantitativa-Descriptiva: Cuestionario.

Se realizaron 112 encuestas a personas que cumplieran con las características previamente mencionadas para disminuir el porcentaje de error muestral.

Formato del Cuestionario:

1. Rango de edad:

- Menos de 25 años

- 25 a 44 años
 - 45 a 60 años
 - Más de 60 años
2. ¿Le interesan las actividades relacionadas con la naturaleza?
- Si
 - No
3. ¿Alguna vez de ha hospedado en un ecolodge?
- Si
 - No
4. ¿Cuál es su percepción sobre este tipo de alojamiento?
- Positiva
 - Negativa
5. ¿Cuál suele ser el aspecto más importante al elegir un alojamiento?
- Ubicación
 - Infraestructura
 - Precio
 - Sostenibilidad
 - Actividades
 - Otro (especificar)
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche? Considerando servicio “all included” (alojamiento, comida, transporte y actividades)
- USD 200 - USD 250
 - USD 300 - USD 450
 - USD 500 - USD 650

7. ¿Estaría dispuesto a pagar por actividades extra? Ejemplo: excursiones privadas, cena por motivos especiales, entre otros.
- Si
 - No
8. ¿Cuál es su método de pago frecuente?
- Efectivo
 - Tarjeta de débito
 - Tarjeta de crédito
 - Otro (especificar)
9. ¿Qué medios suele usar para buscar información sobre un alojamiento?
- Página Web del alojamiento
 - Plataformas de reservas (Booking, Kayak, Trivago, etc.)
 - Agencias de viaje
 - Redes sociales
 - Otra (especificar)
10. Valore entre 1 y 5 si considera que las redes sociales influyen al escoger un alojamiento, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo

Evaluación del Concepto

Kirafiki Ecolodge

Este proyecto busca minimizar el impacto ambiental y fomentar el ecoturismo, ofreciendo actividades de naturaleza y aventura, además de conectar a sus huéspedes con las comunidades locales.

11. Valore entre 1 y 5 cuál fue la primera impresión que tuvo de este proyecto, siendo 1 muy negativa y 5 muy positiva.
12. Valore entre 1 y 5 qué tan probable es que use este servicio, siendo 1 muy poco probable y 5 muy probable.
13. ¿Con qué frecuencia usaría este servicio?
- Cada 03 meses
 - Cada 06 meses
 - Una vez al año
 - Una vez cada 02 años
14. Valore entre 1 y 5 qué tan probable es que recomiende este servicio a amigos y familiares, siendo 1 muy poco probable y 5 muy probable.
15. ¿Cuál de estas actividades le gustaría realizar durante su estadía?
- Trekking
 - Visita a albergues (la Isla de los Monos y Centro de Rescate)
 - Paseo en bote
 - Visita a la comunidad local
 - Caminatas
 - Observación de flora y fauna
16. ¿Qué tipo de cabaña elegiría?
- Habitación simple
 - Habitación doble
 - Habitación matrimonial
 - Habitación triple
 - Familiar (01 matrimonial + 02 simples)
17. ¿Cuánto tiempo duraría su estadía?

- 3 noches / 4 días
- 4 noches / 5 días
- 5 noches / 6 días

18. ¿Dónde le gustaría ver información sobre este servicio?

- Redes sociales
- Plataformas de reserva
- Televisión
- Aeropuertos
- Otro (especifique)

19. ¿Le gustaría recibir información a su correo personal?

- Si
- No

20. ¿Le interesaría afiliarse a una membresía con opción a beneficios en otros servicios? Ejemplo: acumulación de puntos

- Si
- No

21. ¿Qué es lo que más le atrae del Ecolodge?

Análisis de los resultados:

Pregunta 1:

Tabla 13

Rango de edad

P1	Respuestas	Porcentaje
25 a 44 años	77	68,75%
45 a 60 años	35	31,25%

Total	112	100%
--------------	------------	-------------

Fuente: Elaboración propia.

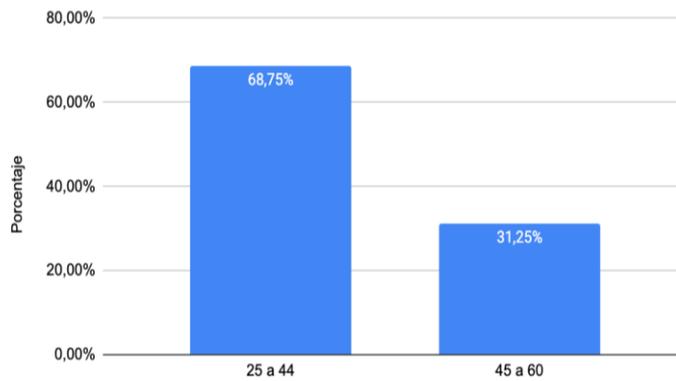


Figura 3. Rango de edad. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 2:

Tabla 14

¿Le interesan las actividades relacionadas con la naturaleza?

P2	Respuestas	Porcentaje
Si	110	98,21%
No	2	1,79%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia.

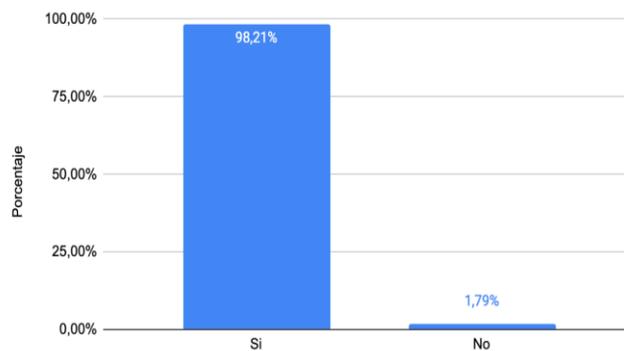


Figura 4. Actividades relacionadas a la naturaleza. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 3:

Tabla 15

¿Alguna vez se ha hospedado en un ecolodge?

P3	Respuestas	Porcentaje
Si	112	100,00%
No	0	0,00%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia.

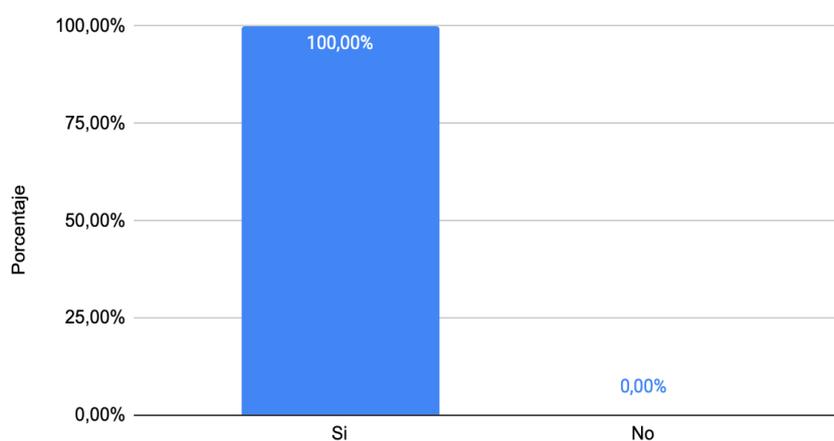


Figura 5. ¿Alguna vez se ha hospedado en un Ecolodge?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 4:

Tabla 16

¿Cuál es su percepción sobre este tipo de alojamiento?

P4	Respuestas	Porcentaje
Positiva	107	95,54%
Negativa	3	2,68%
Total	110	98%

Fuente: Elaboración propia.

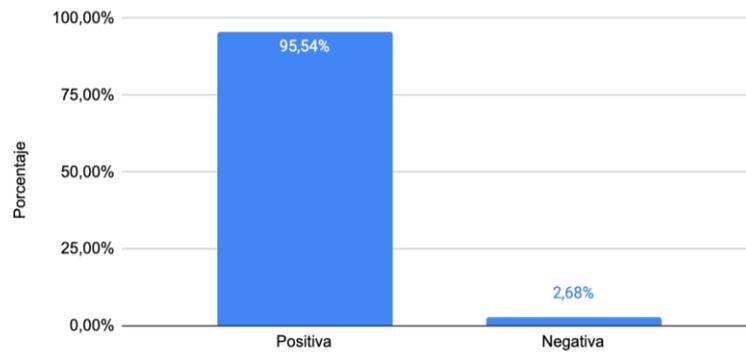


Figura 6. ¿Cuál es su percepción sobre este tipo de alojamiento?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 5:

Tabla 17

¿Cuál suele ser el aspecto más importante al elegir un alojamiento?

P5	Respuestas	Porcentaje
Ubicación	22	20,00%
Infraestructura	29	26,36%
Precio	30	27,27%
Sostenibilidad	14	12,73%
Actividades	14	12,73%
Servicio	1	0,91%
Total	110	46%

Fuente: Elaboración propia.

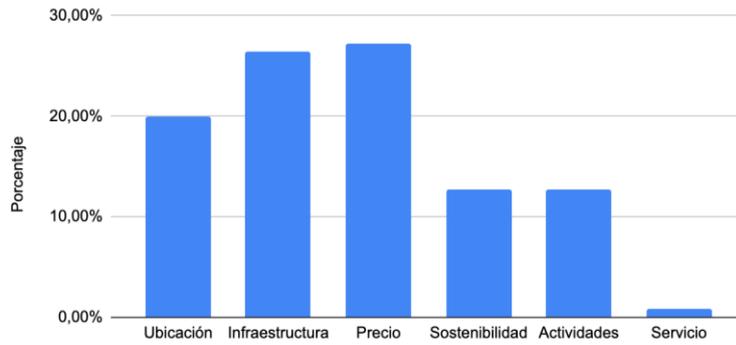


Figura 7. ¿Cuál suele ser el aspecto más importante al elegir un alojamiento?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 6:

Tabla 18

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche? Considerando servicio “all included”

P6	Respuestas	Porcentaje
\$200 - \$250	74	67,27%
\$300 - \$450	34	30,91%
\$500 - \$650	2	1,82%
Total	110	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

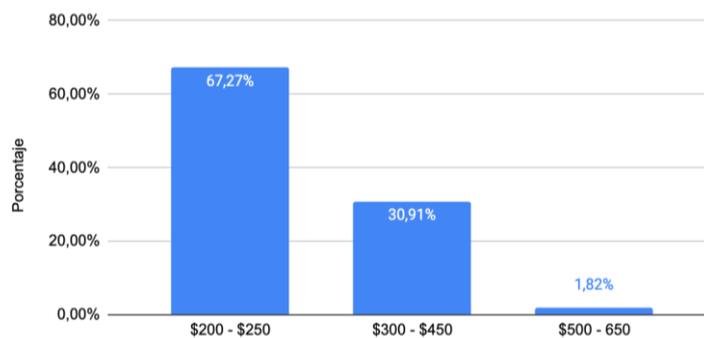


Figura 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 7:

Tabla 19

¿Estaría dispuesto a pagar por actividades extra?

P7	Respuestas	Porcentaje
Si	97	88,18%
No	13	11,82%
Total	110	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

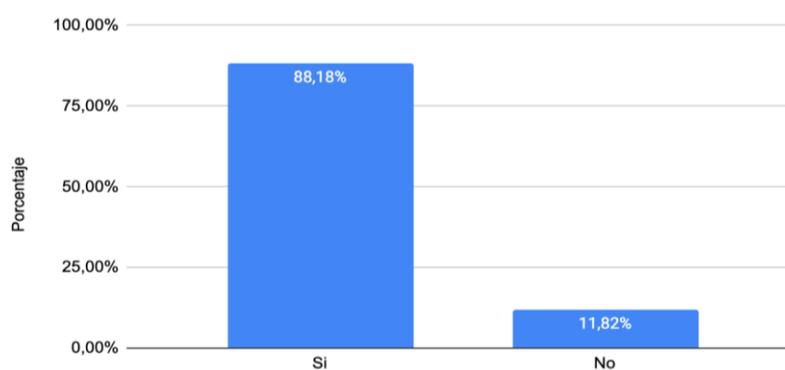


Figura 9. ¿Estaría dispuesto a pagar por actividades extra?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 8:

Tabla 20

¿Cuál es su método de pago frecuente?

P8	Respuestas	Porcentaje
Tarjeta de crédito	53	48,18%
Tarjeta de débito	50	45,45%
Efectivo	6	5,45%
Pago Link	1	0,91%
Total	110	93,64%

Fuente: Elaboración propia.

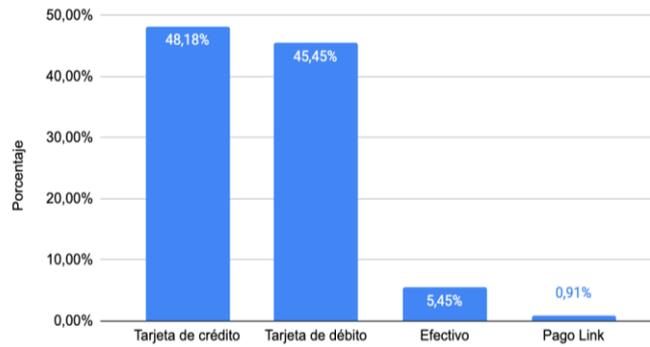


Figura 10. ¿Cuál es su método de pago frecuente?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 9:

Tabla 21

¿Qué medios suele usar para buscar información sobre un alojamiento?

P9	Respuestas	Porcentaje
Plataformas de reserva	42	38,18%
Página Web	36	32,73%
Redes Sociales	19	17,27%
Referencias	1	0,91%
Agencias de viaje	12	10,91%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

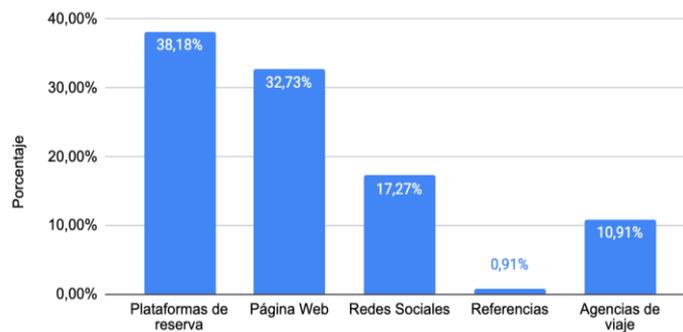


Figura 11. ¿Qué medios suelen usar para buscar información sobre un alojamiento?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 10:

Tabla 22

¿Cree que las redes sociales influyen al escoger un alojamiento?

P10	Respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	54	49,09%
De acuerdo	41	37,27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	11,82%
En desacuerdo	1	0,91%
Totalmente en desacuerdo	1	0,91%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

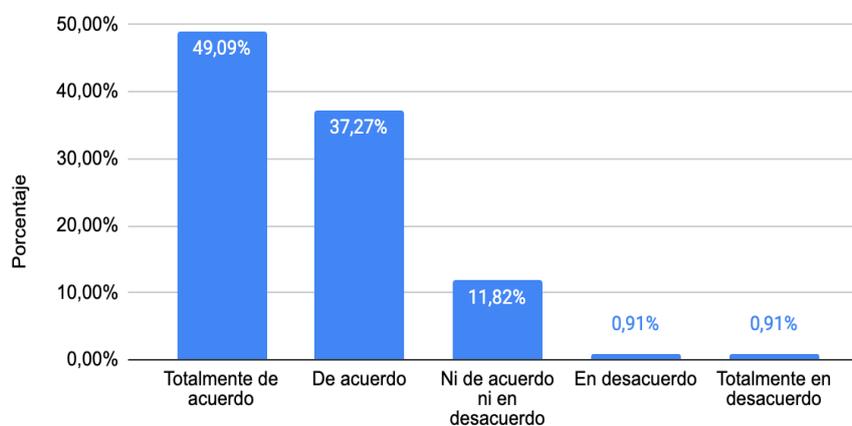


Figura 12. ¿Cree que las redes sociales incluyen al escoger un alojamiento?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 11:

Tabla 23

¿Cuál fue la primera impresión que tuvo de este proyecto?

P11	Respuestas	Porcentaje
Muy positiva	47	42,73%

Positiva	44	40,00%
Neutro	18	16,36%
Negativa	1	0,91%
Muy negativa	0	0,00%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

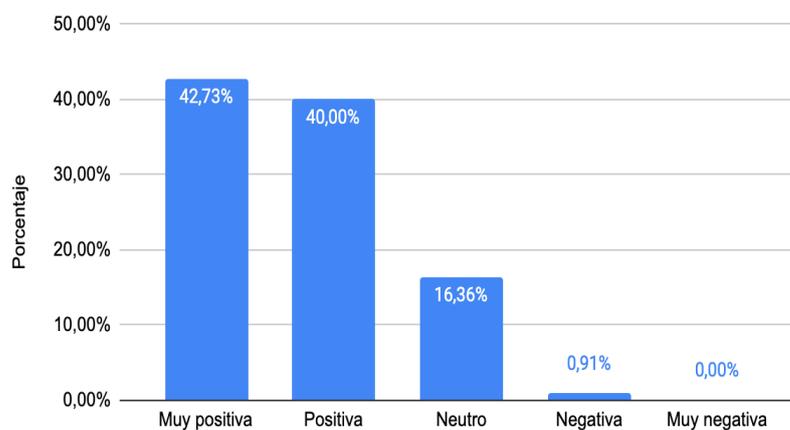


Figura 13. ¿Cuál fue la primera impresión que tuvo de este proyecto?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 12:

Tabla 24

¿Qué tan probable es que use este servicio?

P12	Respuestas	Porcentaje
Muy probable	33	30,00%
Probable	51	46,36%
Neutro	21	19,09%
Poco probable	3	2,73%
Muy poco probable	2	1,82%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

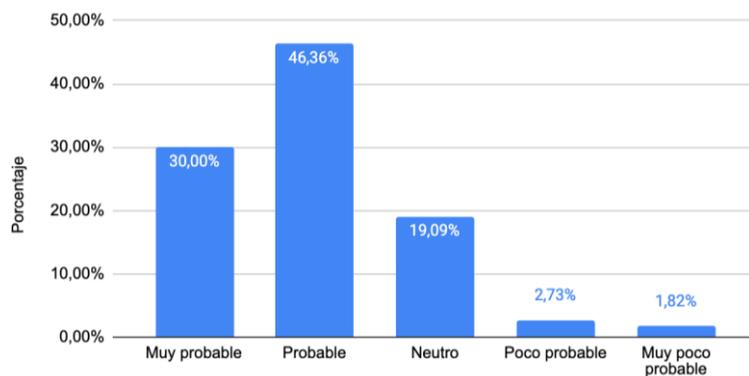


Figura 14. ¿Qué tan probable es que use este servicio?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 13:

Tabla 25

¿Con qué frecuencia usaría este servicio?

P13	Respuestas	Porcentaje
Cada 03 meses	4	3,64%
Cada 06 meses	15	13,64%
Una vez al año	58	52,73%
Una vez cada 02 años	33	30,00%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

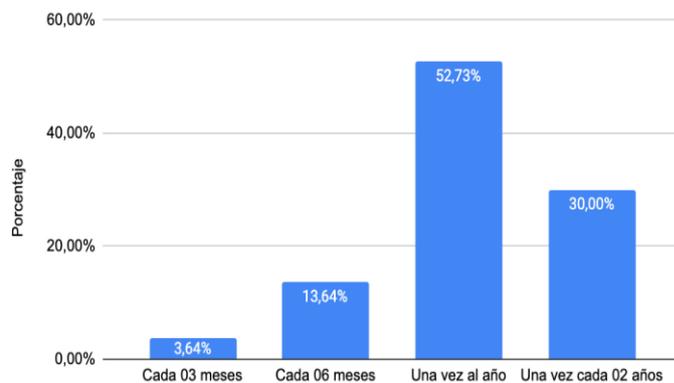


Figura 15. ¿Con qué frecuencia usaría este servicio?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 14:

Tabla 26

¿Qué tan probable es que recomiende este servicio a amigos y familiares?

P14	Respuestas	Porcentaje
Muy probable	47	42,73%
Probable	51	46,36%
Neutro	10	9,09%
Poco probable	1	0,91%
Muy poco probable	1	0,91%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

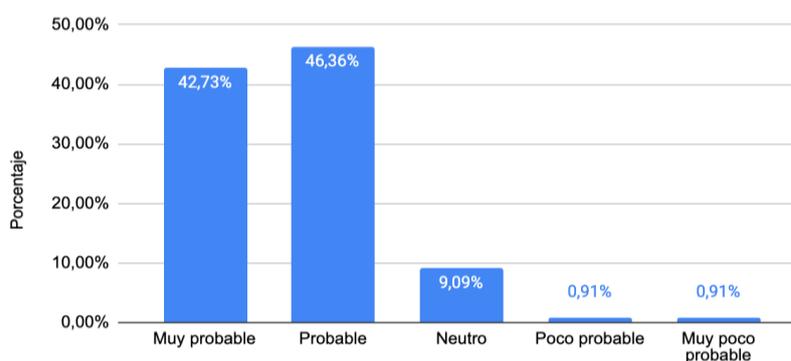


Figura 16. ¿Qué tan probable es que recomiende este servicio a amigos y familiares?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 15:

Tabla 27

¿Cuál de estas actividades le gustaría realizar durante su estadía?

P15	Respuestas	Porcentaje
Trekking	18	16,36%
Visita a albergues	16	14,55%
Paseo en bote	25	22,73%
Visita a la comunidad	17	15,45%

Caminatas	14	12,73%
Observación de flora y fauna	20	18,18%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

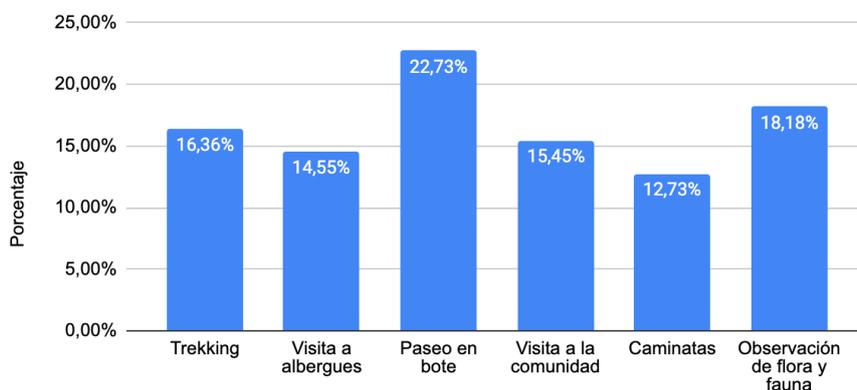


Figura 17. ¿Cuál de estas actividades le gustaría realizar durante su estadía?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 16:

Tabla 28

¿Qué tipo de cabaña elegiría?

P16	Respuestas	Porcentaje
Habitación simple	8	7,27%
Habitación doble	34	30,91%
Habitación matrimonial	56	50,91%
Habitación triple	6	5,45%
Familia	6	5,45%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

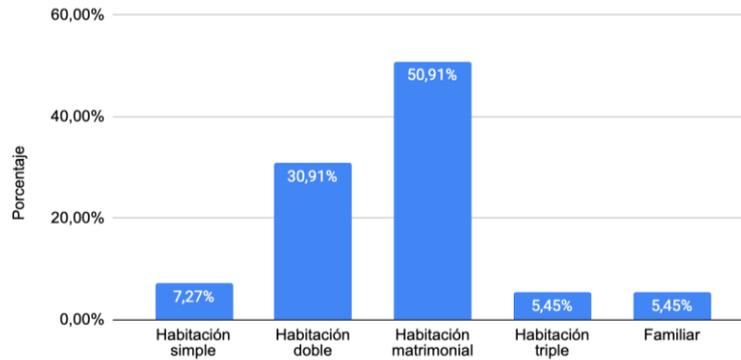


Figura 18. ¿Qué tipo de cabaña elegiría?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 17:

Tabla 29

¿Cuánto tiempo duraría su estadía?

P17	Respuestas	Porcentaje
3 noches / 4 días	64	58,18%
4 noches / 5 días	38	34,55%
5 noches / 6 días	8	7,27%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

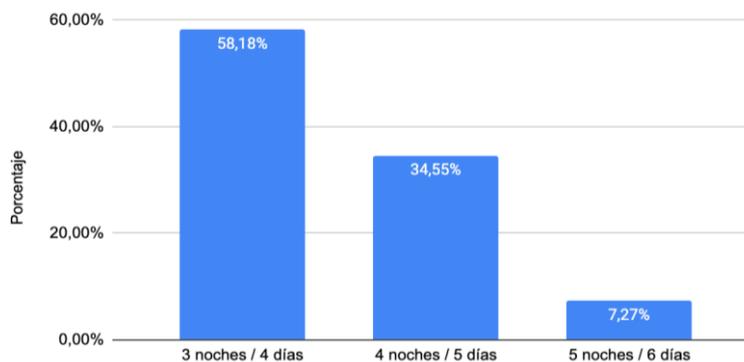


Figura 19. ¿Cuánto tiempo duraría su estadía?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 18:

Tabla 30

¿Dónde le gustaría ver información sobre este servicio?

P18	Respuestas	Porcentaje
Redes Sociales	60	54,55%
Plataformas de reserva	45	40,91%
Televisión	1	0,91%
Aeropuertos	4	3,64%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

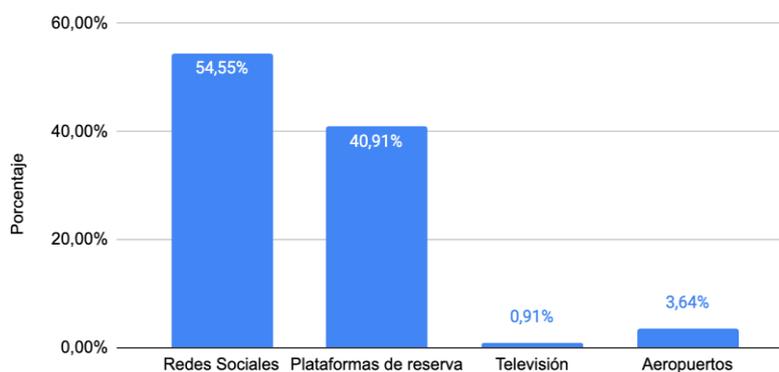


Figura 20. ¿Dónde le gustaría ver información sobre este servicio?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 19:

Tabla 31

¿Le gustaría recibir información a su correo personal?

P19	Respuestas	Porcentaje
Si	73	66,36%
No	37	33,64%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

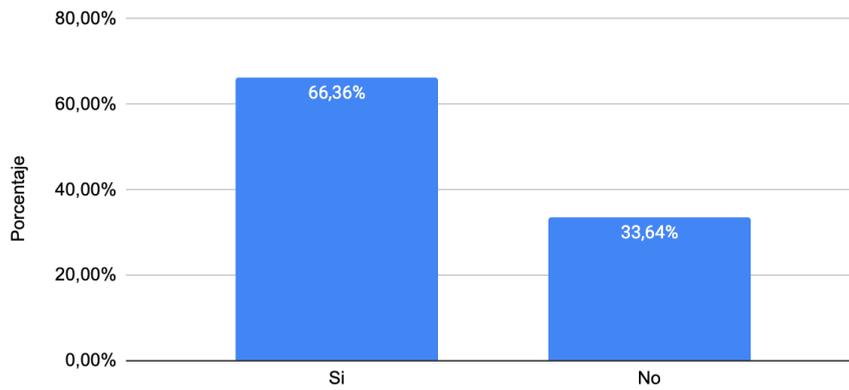


Figura 21. ¿Le gustaría recibir información a su correo personal?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 20:

Tabla 32

¿Le interesaría afiliarse a una membresía con opción a beneficios en otros servicios?

P19	Respuestas	Porcentaje
Si	72	65,45%
No	38	34,55%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

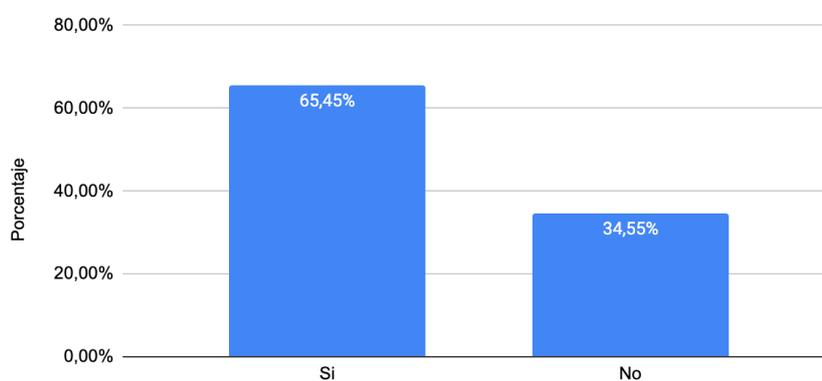


Figura 22. ¿Le interesaría afiliarse a una membresía con opción a beneficios en otros servicios?. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 21:

Tabla 33

¿Qué es lo que más le atrae del Ecolodge?

P20	Respuestas	Porcentaje
Aventura	4	3,64%
Naturaleza	19	17,27%
Ubicación	4	3,64%
Sostenibilidad	25	22,73%
Actividades	11	10,00%
Desconectarse de la ciudad	5	4,55%
Experiencia diferente	3	2,73%
Infraestructura	8	7,27%
Innovación	5	4,55%
Precio	1	0,91%
Ningún comentario	25	22,73%
Total	110	100%

Fuente: Elaboración propia.

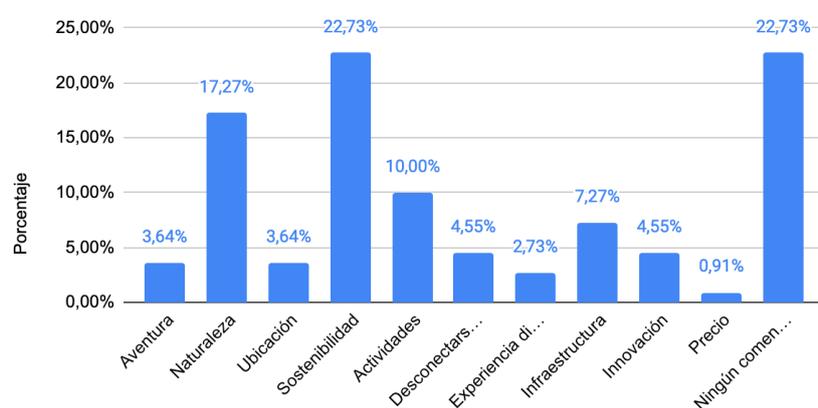


Figura 23. ¿Qué es lo que más le atrae del Ecolodge?. Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De los 112 encuestados obtuvimos que 110 personas (98,21%) pasaron las preguntas filtro para analizar sus respuestas, ya que son nuestra demanda presente, y posteriormente nos permitirá determinar nuestro mercado disponible.

Entre las preguntas destacamos que el 95,54% de los encuestados tienen una percepción positiva a los hospedajes ecológicos y que entre las características que consideran más importantes al momento de elegir un Ecolodge son la ubicación, la infraestructura y el precio. Asimismo, las tres actividades que los clientes prefiere son el paseo en bote, la observación de flora y fauna, y trekking. Las habitaciones más utilizadas son la habitación matrimonial con el 50,91% de respuestas, y la habitación doble con el 30,91%, y el tiempo de estadía es de 3 noches / 4 días con el 58,18% de respuestas. El 65,45% de los encuestados les interesaría afiliarse a una membresía del Ecolodge, y entre lo que les atrae de Kirafiki es la sostenibilidad y la naturaleza. El 30% es muy probable que consuman nuestro servicio, lo cual nos permitirá determinar posteriormente nuestro mercado efectivo.

Por otra parte, concluimos que 98,18% de los encuestados pagan entre USD 200 y USD 450 por noche por este tipo de servicio, y que 88,18% de los encuestados están dispuestos a pagar por actividades extras en el Ecolodge. Además, el 93,64% suelen realizar los pagos con tarjeta de débito y crédito.

Por otro lado, el 97,88% de los encuestados suelen buscar información sobre un alojamiento en plataformas de reserva, páginas web del alojamiento y redes sociales. Asimismo, el 66,36% de los encuestados desean recibir información acerca del Ecolodge vía correo electrónico.

4.2 Demanda Presente y Futura.

4.2.1 Estimación del Mercado Potencial.

De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los arribos del turismo doméstico a la ciudad de Iquitos entre los años 2015 y 2020 son los siguientes:

Tabla 34

Arribos domésticos al Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta (Iquitos)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Iquitos	1,037,468	934,031	972,1450	1,082,370	1,163,091	89,940

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Se ha realizado la proyección para los años 2021, 2022, 2023 y 2024 de acuerdo al método de regresión lineal.

Tabla 35

Regresión lineal de los arribos domésticos a la ciudad de Iquitos

Años	Cambio variable	Población	XY	X ²
2015	-2	1,037,468	-2,074,936	4
2016	-1	934,031	-934,031	1
2017	0	972,145	0	0
2018	1	1,082,370	1,082,370	1

2019	2	1,163,091	2,326,182	4
Total	0	5,189,105	399,585	10
2020		89,940		
2021	4	1,197,655		
2022	5	1,237,614		
2023	6	1,277,572		
2024	7	1,317,531		

Fuente: Elaboración propia.

No se ha considerado la estimación para el año 2020, debido a la crisis sanitaria del COVID-19, por lo que se ha utilizado el valor real de los arribos domésticos a la ciudad de Iquitos de acuerdo a las cifras turísticas publicadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

En conclusión, la demanda del 2020 y la demanda proyectada para el 2021, 2022, 2023 y 2024 es la siguiente:

Tabla 36

Demanda 2020 y Demanda Proyectada 2021-2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda	89,940	1,197,655	1,237,614	1,277,572	1,317,531

Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente, se ha realizado la proyección del Mercado Potencial considerando el 59% como valor de turistas provenientes de Lima obtenido del Estudio de Imagen del Destino, Turismo Interno - Loreto 2019 realizado por Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ). Asimismo, se ha considerado el valor de 27,9% de NSE A y B obtenido del estudio de Niveles

Socioeconómicos 2019 realizado por la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM). Finalmente, se ha considerado el valor de 56% para la población de Lima Metropolitana entre 25 y 64 años obtenido de la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI).

Los resultados del Mercado Potencial son los siguientes:

Tabla 37

Mercado Potencial

	2020	2021	2022	2023	2024
M. Potencial	8,320,42	110,796,05	114,492,64	118,189,23	121,885,83

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Estimación del Mercado Disponible.

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas el 98,21% consumiría nuestro producto, por lo que la estimación del Mercado Disponible es la siguiente:

Tabla 38

Mercado Disponible

	2020	2021	2022	2023	2024
M. Disponible	8,171,49	108,813	112,443	116,074	119,704

Fuente: Elaboración propia

4.2.3 Estimación del Mercado Efectivo.

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas el 30% definitivamente consumirían nuestro producto, por lo que la estimación del Mercado Efectivo es la siguiente:

Tabla 39

Mercado Efectivo

	2020	2021	2022	2023	2024
M. Efectivo	2,451	32,644	33,733	34,822	35,911

Fuente: Elaboración propia.

4.2.4 Estimación del Mercado Objetivo.

Se ha considerado como porcentaje de captación de mercado 10%.

Tabla 40

Mercado Objetivo

	2020	2021	2022	2023	2024
M. Objetivo	245	3,264	3,373	3,482	3,591

Fuente: Elaboración propia.

4.2.5 Cuantificación anual de la demanda.

Tabla 41

Precio de paquete por persona

Paquetes	Tipo de Cabaña			
	Simple	Doble o matrimonial	Triple	Familiar
3D/2N	S/.765.00	S/.680.00	S/.612.00	S/.612.00
4D/3N	S/.850.00	S/.765.00	S/.697.00	S/.697.00
5D/4N	S/.935.00	S/.850.00	S/.782.00	S/.782.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 42

Precio promedio por paquete

Paquete	Precio
3D/2N	S/.667.25
4D/3N	S/.752.25
5D/4N	S/.837.25

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 43

Mercado objetivo anual (2020-2024)

Años	2020	2021	2022	2023	2024
# de Personas	245	3264	3373	3482	3591

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 44

Frecuencia de uso de servicio

Frecuencia	Porcentaje	Cantidad	Promedio de Uso Anual
Trimestral	3.64%	4	0.1456
Semestral	13.64%	2	0.2728
Anual	52.73%	1	0.5273
Bianual	30%	0.5	0.15
			1.0957

Fuente: Elaboración propia.

4.2.5.1 Programa de Ventas Anual por tipo de servicio.

Tabla 45

Demanda anual de paquetes

(Expresado en personas)

Años	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda	268	3576	3696	3815	3935

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 46

Demanda Mensual de paquetes

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Estacionalidad	7%	8%	7%	14%	5%	5%	13%	10%	6%	5%	5%	15%
Años												
2020	19	21	19	38	13	13	35	27	16	13	13	40
2021	250	286	250	501	179	179	465	358	215	179	179	536
2022	259	296	259	517	185	185	480	370	222	185	185	554
2023	267	305	267	534	191	191	496	382	229	191	191	572
2024	275	315	275	551	197	197	512	393	236	197	197	590

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 47

Ganancia anual por paquete

Paquete	2020	2021	2022	2023	2024
3D/2N	S/.179,120.93	S/.2,386,329.41	S/.2,466,019.95	S/.2,545,710.48	S/.2,625,401.02
4D/3N	S/.201,938.88	S/.2,690,320.42	S/.2,780,162.62	S/.2,870,004.81	S/.2,959,847.01
5D/4N	S/.224,756.83	S/.2,994,311.43	S/.3,094,305.28	S/.3,194,299.14	S/.3,294,293.00
Total	S/.605,816.64	S/.8,070,961.26	S/.8,340,487.85	S/.8,610,014.43	S/.8,879,541.02

Fuente: Elaboración propia.

4.2.5.3 Programa de ventas del segundo al quinto año (2021 al 2024) desagregado en forma mensual.

Tabla 48

Ganancia mensual por paquete del 2021

Paquetes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
3D/2N	S/.12,5 38.46	S/.14,3 29.67	S/.12,5 38.46	S/.25,07 6.93	S/.8,95 6.05	S/.8,95 6.05	S/.23,28 5.72	S/.17,9 12.09	S/.10,7 47.26	S/.8,95 6.05	S/.8,9 56.05	S/.26,8 68.14	S/.179, 120.93
4D/3N	S/.14,1 35.72	S/.16,1 55.11	S/.14,1 35.72	S/.28,27 1.44	S/.10,0 96.94	S/.10,0 96.94	S/.26,25 2.05	S/.20,1 93.89	S/.12,1 16.33	S/.10,0 96.94	S/.10, 096.94	S/.30,2 90.83	S/.201, 938.88
5D/4N	S/.15,7 32.98	S/.17,9 80.55	S/.15,7 32.98	S/.31,46 5.96	S/.11,2 37.84	S/.11,2 37.84	S/.29,21 8.39	S/.22,4 75.68	S/.13,4 85.41	S/.11,2 37.84	S/.11, 237.84	S/.33,7 13.52	S/.224, 756.83
Total	S/.42,4	S/.48,4	S/.42,4	S/.84,81	S/.30,2	S/.30,2	S/.78,75	S/.60,5	S/.36,3	S/.30,2	S/.30,	S/.90,8	S/.605,

	07.16	65.33	07.16	4.33	90.83	90.83	6.16	81.66	49.00	90.83	290.83	72.50	816.64
--	--------------	--------------	--------------	-------------	--------------	--------------	-------------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------	---------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 49

Ganancia mensual por paquete del 2022

Paquetes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
3D/2N	S/.172,621.40	S/.197,281.60	S/.172,621.40	S/.345,242.79	S/.123,301.00	S/.123,301.00	S/.320,582.59	S/.246,601.99	S/.147,961.20	S/.123,301.00	S/.123,301.00	S/.369,902.99	S/.2,466,019.95
4D/3N	S/.194,611.38	S/.222,413.01	S/.194,611.38	S/.389,222.77	S/.139,008.13	S/.139,008.13	S/.361,421.14	S/.278,016.26	S/.166,809.76	S/.139,008.13	S/.139,008.13	S/.417,024.39	S/.2,780,162.62
5D/4N	S/.216,601.37	S/.247,544.42	S/.216,601.37	S/.433,202.74	S/.154,715.26	S/.154,715.26	S/.402,259.69	S/.309,430.53	S/.185,658.32	S/.154,715.26	S/.154,715.26	S/.464,145.79	S/.3,094,305.28
Total	S/.583,834.15	S/.202,443.75	S/.177,275.69	S/.354,551.39	S/.126,625.50	S/.126,625.50	S/.329,226.29	S/.253,250.99	S/.151,950.59	S/.126,625.50	S/.126,625.50	S/.379,876.49	S/.8,340,487.85

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 50

Ganancia mensual por paquete del 2023

Paquetes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
3D/2N	S/.178,199.73	S/.203,656.84	S/.178,199.73	S/.356,399.47	S/.127,285.52	S/.127,285.52	S/.330,942.36	S/.254,571.05	S/.152,742.63	S/.127,285.52	S/.127,285.52	S/.381,856.57	S/.2,545,710.48
4D/3N	S/.200,900.34	S/.229,600.38	S/.200,900.34	S/.401,800.67	S/.143,500.24	S/.143,500.24	S/.373,100.63	S/.287,000.48	S/.172,200.29	S/.143,500.24	S/.143,500.24	S/.430,500.72	S/.2,870,004.81
5D/4N	S/.223,600.94	S/.255,543.93	S/.223,600.94	S/.447,201.88	S/.159,714.96	S/.159,714.96	S/.415,258.89	S/.319,429.91	S/.191,657.95	S/.159,714.96	S/.159,714.96	S/.479,44.87	S/.3,194,299.14
Total	S/.602,701.01	S/.688,801.15	S/.602,701.01	S/.1,205,402.02	S/.430,500.72	S/.430,500.72	S/.1,119,301.88	S/.861,001.44	S/.516,600.87	S/.430,500.72	S/.430,500.72	S/.1,291,502.17	S/.8,610,014.43

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 51

Ganancia mensual por paquete del 2024

Paquetes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
3D/2N	S/.183,778.07	S/.210,032.08	S/.183,778.07	S/.367,556.14	S/.131,270.05	S/.131,270.05	S/.341,302.13	S/.262,540.10	S/.157,524.06	S/.131,270.05	S/.131,270.05	S/.393,810.15	S/.2,625,401.02
4D/3N	S/.207,189.29	S/.236,787.76	S/.207,189.29	S/.414,378.58	S/.147,992.35	S/.147,992.35	S/.384,780.11	S/.295,984.70	S/.177,590.82	S/.147,992.35	S/.147,992.35	S/.443,977.05	S/.2,959,847.01
5D/4N	S/.230,600.51	S/.263,543.44	S/.230,600.51	S/.461,201.02	S/.164,714.65	S/.164,714.65	S/.428,258.09	S/.329,429.30	S/.197,657.58	S/.164,714.65	S/.164,714.65	S/.494,43.95	S/.3,294,293.00

Total	S/.621,567.87	S/.710,363.28	S/.621,567.87	S/.1,243,135.74	S/.443,977.05	S/.443,977.05	S/.1,154,340.33	S/.887,954.10	S/.532,772.46	S/.443,977.05	S/.443,977.05	S/.1,331,931.15	S/.8,879,541.02
--------------	----------------------	----------------------	----------------------	------------------------	----------------------	----------------------	------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	------------------------	------------------------

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Micro Entorno.

4.3.1 Competidores actuales: nivel de competitividad.

El principal competidor de Kirafiki Ecolodge es Amak Iquitos, este ecolodge ofrece diversas actividades y paquetes que se asemejan a los de Kirafiki Ecolodge como la visita a albergues y comunidades locales. Además, de ser parte de una cadena que tiene presencia en otros departamentos y se encuentra posicionada en el sector hotelero.

Los competidores indirectos son:

- Heliconia Amazon River Lodge, ofrece actividades de aventura como canotaje y caminatas nocturnas en el medio del bosque.
- Pacaya Samiria Amazon Lodge, garantiza el avistamiento de ciertas especies y ofrece la visita al Centro de Mujeres Artesanas.
- Treehouse Lodge, brinda talleres sobre técnicas de pesca y la práctica de kayak en el río Amazonas.
- Muyuna Ecolodge, cuenta con avistamientos de aves con un guía especializado y cuenta con un programa centrado en aventura.

La fuerza de los competidores actuales es media, debido a que, si bien existe una cantidad de oferta, muchos de los ecolodges ofrecen la pesca como parte de sus actividades lo cual no es un acto sostenible; o garantizan el avistamiento de ciertas especies, pero eso implica un riesgo, ya que puede que no ocurra.

Tabla 52

Matriz de rivalidad entre competidores

	Rivalidad entre competidores	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1	¿Hay un rápido crecimiento en la industria?	X			En el presente año no habrá un crecimiento en el sector turístico, pero suele ser un sector con un rápido crecimiento.
2	¿La diferencia entre los servicios con los competidores es muy amplia?		X		Si existe una diferencia con los servicios de la competencia.
3	¿La competencia en general son similares en cuestión de tamaño con el hospedaje que se plantea crear?		X		Si existen empresas que brindan servicios similares a los de Kirafiki Ecolodge, pero no en el tamaño y personalización.
4	¿La industria está bien segmentada?		X		La industria no se encuentra muy segmentada.
5	¿La competencia cuenta con buena publicidad?	X			La competencia directa cuenta con presencia en los principales medios de publicidad y comunicación.
		2+	3+		

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2 Fuerza negociadora de los clientes.

Si bien existe una lista considerable de ecolodges en Iquitos, este tipo de alojamientos no es tan conocido por los turistas nacionales que no son provenientes de Lima. Por ende, es un grupo reducido de clientes que tiene un mayor poder de decisión. Este grupo de clientes cuenta con acceso a internet y a información sobre los diferentes productos, servicios y precios, por lo que influyen en la fijación del mismo y en la diversificación de la oferta.

La fuerza negociadora de los clientes es alta, debido a lo ya expuesto, y a su vez porque simboliza una parte importante de las ventas totales del ecolodge.

Tabla 53

Matriz de poder de negociación de los consumidores

	Poder de negociación de los consumidores	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1	¿Existe un mayor número de clientes que competidores en el mercado?	X			Un gran número de turistas busca el tipo de servicio brindado por Kirafiki Ecolodge.
2	¿La información es muy importante para que el cliente tome la decisión de compra?	X			Para los visitantes es muy importante la información para que poder planear su viaje.
3	¿El servicio tiene alguna diferenciación o una marca ya establecida en el mercado?			X	Kirafiki Ecolodge todavía no es una marca creada en el mercado.
4	¿Los clientes deben tener un poder adquisitivo elevado?		X		Los clientes no necesitan un poder adquisitivo elevado. Es para clientes de poder adquisitivo medio y/o alto.
5	¿Son importantes las agencias de viajes para los clientes?		X		Un porcentaje de los visitantes utilizan agencias de viajes para diseñar sus viajes.
		2+	2+	1-	

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3 Fuerza negociadora de los proveedores.

Kirafiki Ecolodge busca trabajar con los mejores proveedores dentro de los cuales se considera incluir a la comunidad para así poder apoyarlos económicamente. Sin embargo, la cantidad de proveedores no es amplia, ya que se trata de una zona alejada por lo que tendrían que ser de la ciudad de Iquitos para que sean frescos en el caso de los alimentos e involucrar a un proveedor externo implicaría un aumento de costos.

La fuerza negociadora de los proveedores es alta, ya que los insumos son importantes y se terminaría generando dependencia de los mismos.

Tabla 54

Matriz de poder de negociación de los proveedores

	Poder de negociación de los proveedores	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1	¿El material de la construcción son únicos y/o diferenciados?	X			Los materiales de construcción no son considerados únicos y/o diferenciados.
2	¿Cambiar de proveedores especializados cuesta mucho?		X		Los costos por cambiar de proveedores no son altos.
3	¿El acceso de los proveedores al lugar del hospedaje es difícil?	X			Si, debido a que el ecolodge se encuentra alejado de la ciudad.
4	¿Hay variedad de proveedores?			X	No hay una gran variedad de proveedores, ya que es un área alejada.
5	¿Los costos de mis insumos impactan de manera significativa en los precios?		X		No significativamente.
		2+	2	1-	

Fuente: Elaboración propia.

4.3.4 Amenaza de productos sustitutos.

Los productos sustitutos con los que tendría que medirse Kirafiki Ecolodge son alojamientos con comunidades locales o turismo vivencial, propiedades que se encuentren en Airbnb, zonas de camping y, la compra de lotes en la selva. El turista siempre busca productos innovadores y en este caso que lo acerque aún más a la naturaleza. Tener la posibilidad de hospedarse con familias nativas es muy atractivo para los turistas. Asimismo, el mercado de Airbnb se encuentra en ascenso. La zona de camping y la compra de lotes como promueve la cadena de Amak no son prácticas sostenibles, pero aún así podrían reemplazar el mercado de los ecolodge.

Mientras más sustitutos aparezcan en el mercado, la demanda y el precio se verán afectados y se vuelve más elástica. La amenaza de los productos

sustitutos es media, ya que, si bien el turismo vivencial y las propiedades de Airbnb son otras opciones, no se encuentran desarrolladas en Iquitos.

Tabla 55

Matriz de amenaza de productos sustitutos

	Amenaza de productos sustitutos	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1	¿El cliente incurre en costos al cambiar a un sustituto?		X		Depende del motivo del cambio, ya que si el cambio es por un servicio de lujo si incurriría en costos.
2	¿Es probable que el cliente alterne a otro producto?		X		La probabilidad es media debido a que depende de las actividades y servicios que busca el cliente.
3	¿El sustituto es difícil de encontrar?			X	No es difícil encontrar a un producto sustituto, ya que existe competencia en el mercado.
4	¿La calidad del servicio del sustituto puede variar?	X			Si, debido a que la mayoría de ecolodges en la zona no brindan un servicio personalizado.
		1+	2	1-	

Fuente: Elaboración propia.

4.3.5 Competidores potenciales barreras de entrada.

La barrera de entrada de competidores potenciales al momento de ingresar al mercado son los requisitos y condiciones de edificación, debido a que de acuerdo al Reglamento de Establecimiento de Hospedajes, uno de los requisitos mínimos de construcción de los Ecolodges es que debe ser construido con materiales que guarden armonía con el entorno, lo cual genera grandes inversiones iniciales por los estudios ambientales y de infraestructura.

Por consiguiente, la barrera de entrada de posibles competidores es alta, ya que existen condiciones y factores ambientales que debe cumplir un Ecolodge, lo cual genera altos requisitos de capital.

Tabla 56

Matriz de amenaza de nuevos competidores

	Amenaza de nuevos competidores	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1	¿Se requiere mucha inversión para ingresar al mercado?	X			Si, debido a los altos costos de inversión en la creación de un ecolodge.
2	¿Existen ecolodges ya posicionados en el mercado?	X			Si existen ecolodges posicionados en el mercado.
3	¿Es sencillo el acceso a la zona?		X		Es medio, debido a que se necesita transporte terrestre y acuático para llegar al ecolodge.
4	¿El servicio que ofrece tiene características que lo hacen único?	X			Si, los servicios y las actividades son sostenibles con el medio ambiente y personalizadas.
5	¿Existen dificultades en la obtención de licencias, permisos o certificados?		X		Existen licencias y autorizaciones necesarias para el funcionamiento del ecolodge las cuales tienen un tiempo de trámite.
6	¿Hay requisitos para ser considerados un ecolodge en la zona de Iquitos?	X			Se deben seguir las normas establecidas en las regulaciones de establecimientos de alojamiento.
		4+	2		

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo V: Plan de Comercialización

5.1 Estrategias de lanzamiento del producto.

Al ser nuevos en el mercado hotelero, Kirafiki Ecolodge utilizará estrategias de forma previa y posterior al lanzamiento del Ecolodge. Las estrategias previas son con el fin de que las personas tengan una noción virtual de los espacios y servicios que ofrecemos, y para que tengan a Kirafiki Ecolodge entre sus opciones de alojamiento. De forma posterior, se generará una estrategia de marketing que fidelice a los clientes y buscar atraer a nuevos consumidores. Buscamos transmitir que Kirafiki Ecolodge no solo es un alojamiento para desconectarse de la ciudad, sino que brindamos experiencias únicas donde los huéspedes puedan satisfacer su necesidad de un

alojamiento sostenible y al mismo momento tener experiencias de calidad con la naturaleza, aventura y contacto con las comunidades locales.

Las estrategias de lanzamiento que usaremos son las siguientes:

- **Video Marketing:** El video marketing es una forma de crear sentimientos en el usuario. Con la ayuda de material audiovisual como los drones, se utilizará la herramienta del videoblogging para promocionar el ecolodge. Asimismo, se compartirá una vista del ecolodge, así como de algunas actividades que ofrecemos en un video a través de la página web y redes sociales, para de esta manera crear expectativa y experiencias desde antes de comenzar la estadía de los huéspedes.
- **Photo Branding:** El marketing visual es un punto indispensable en el sector turístico. Una adecuada representación visual del destino puede atraer a turistas a la zona. La idea del *photo branding* es impactar con imágenes atractivas de todos los espacios del ecolodge. Con la ayuda de un fotógrafo profesional se creará un *book* completo de imágenes de calidad, las cuales a su vez serán publicadas en las redes sociales.
- **Publicidad mediante *adwords* y Facebook Ads:** Con la ayuda de *adwords* podremos promocionar el ecolodge en páginas web de agencias de viajes online. Por el lado, los Facebook Ads nos permitirán mostrar la campaña al público potencial que se encuentre en Facebook.
- **Crear intriga o anticipación:** A través de publicaciones en redes sociales buscaremos crear intriga para que los consumidores potenciales deseen obtener mayor información sobre el lanzamiento de Kirafiki Ecolodge. La idea es

despertar la curiosidad de la audiencia y que de alguna manera el público objetivo conecte con la introducción del lodge.

5.2 Mezcla de Marketing.

5.2.1 Producto.

Kirafiki proviene de la lengua suajili originaria de África oriental, su traducción al español es “amistoso”. Este es el concepto bajo el que se buscó elaborar el proyecto de Kirafiki Ecolodge, ser amistoso no solo con los huéspedes o el personal, sino también con el medio ambiente, la naturaleza y las comunidades locales.



Figura 24. Logo Kirafiki Ecolodge. Fuente: Elaboración propia.

Se contará con servicios de guiado en inglés y español. Los idiomas como portugués, francés y alemán son con previa consulta de disponibilidad. La recepción atenderá las 24 horas del día y cada cabaña está equipada con un teléfono para poder realizar cualquier consulta o solicitar *room service* sin tener que los huéspedes se desplacen. El servicio de limpieza de los cuartos se realizará todos los días a menos que el pasajero no lo desee y puede optar por colocar el colgador de perilla de la puerta de la cabaña. El transporte ida y vuelta

del aeropuerto está incluido, además de todos los desplazamientos durante las actividades programadas.

El ecolodge cuenta con espacios comunes como la maloca principal, en donde se podrá acceder a WiFi gratuito en todo momento y compartir durante diferentes actividades de entretenimiento con otros huéspedes. El restaurante atenderá desde la hora del desayuno hasta la medianoche, respetando los horarios del plan de comida y recibiendo pedidos a la carta. El bar estará abierto desde las 17:00 horas hasta las 04:00 horas. El puerto y el mirador estarán disponibles solo hasta las 18:00 horas por temas de seguridad.

La distribución de cabañas es lo suficientemente amplia para poder mantener la privacidad de los huéspedes. Todas están equipadas con los principales *amenities*, toallas, terraza con una hamaca, baño privado, y una red contra insectos. Según la cantidad de pasajeros, se cuenta con los siguientes tipos de cabaña; cabañas simples para una sola persona, dobles o matrimoniales con dos camas king o una queen, triples con tres camas individuales, y la familiar que cuenta con dos cuartos (una queen y dos king) además de una terraza más amplia. En total hay 12 cabañas disponibles para los huéspedes; tres simples, cinco dobles o matrimoniales, dos triples y dos familiares.

El plan de comida es buffet todo incluido a excepción de las bebidas alcohólicas y platos a la carta. El desayuno es americano, con una amplia selección de platos típicos de la zona para el almuerzo y cena. Todas las

restricciones alimenticias deberán ser informadas para que el personal pueda preparar una opción en base a eso.

Se ofrecen tres tipos de programas; tres días y dos noches, cuatro días y tres noches, cinco días y cuatro noches. Las actividades que forman parte del itinerario son; trekking, hiking, visita a comunidades locales, paseos en bote, avistamiento de flora y fauna, y visita a albergues (Isla de los Monos y CREA). Opcional se puede visitar el biohuerto y tener una explicación detallada por nuestro personal, actividades de entretenimiento en la maloca principal.

Las actividades complementarias consisten en tener una visita guiada por la ciudad de Iquitos el día que llega el huésped, almuerzos o cenas privadas, paddle en el río Amazonas y excursiones nocturnas.

Los retrasos ocasionados por inconvenientes con las aerolíneas no tendrán ningún cobro adicional y el transporte podrá esperar hasta una hora después de lo acordado, si el retraso es mayor se deberá coordinar otro transporte, pero sin cargo adicional. Las cancelaciones no estarán sujetas al cobro de una penalidad si es que se realizan al menos 30 días antes de la fecha de inicio prevista, de lo contrario se procederá al cobro total del servicio. El No Show, se asumirá como si el servicio hubiese sido tomado y se cobrará la totalidad del pago. En caso las condiciones meteorológicas puedan suponer un peligro para los pasajeros, se ofrecerá una fecha alternativa o el reembolso total del pago en un plazo no mayor de dos días hábiles.

Con la finalidad de poder mejorar la calidad de servicio, se enviará un correo a todos los pasajeros, una vez terminada su estadía para que puedan evaluar diversos aspectos del ecolodge.

5.2.2 Precio.

Precios de la competencia y su equivalencia con el producto del proyecto:

Con respecto a la competencia, seleccionamos a Muyuna Lodge. Este también se encuentra en la ciudad de Iquitos y con servicios algo parecidos al de Kirafiki Ecolodge como el de diseñar tu propio viaje. A continuación, mostraremos los precios que ofrecen y cómo los ofrecen.

- Bienvenidos a la Selva: es un paquete de 3D/2N y los precios se basan en el número de viajeros. Para un viajero el precio es S/. 1,690.00, de dos a diez viajeros es de S/. 1,360.00 y de once a más viajeros es de S/. 1,310.00.
- Agua Fresca: es un paquete de 4D/3N y los precios se basan en el número de viajeros. Para un viajero el precio es S/. 2,120.00, de dos a diez viajeros es de S/. 1,760.00 y de once a más viajeros es de S/. 1,720.00.
- Río Majestuoso: es un paquete de 5D/4N y los precios se basan en el número de viajeros. Para un viajero el precio es S/. 2,550.00, de dos a diez viajeros es de S/. 2,120.00 y de once a más viajeros es de S/. 2,070.00.
- Full Aventura: es un paquete de 6D/5N y los precios se basan en el número de viajeros. Para un viajero el precio es S/. 2,970.00, de dos a diez viajeros es de S/. 2,410.00 y de once a más viajeros es de S/. 2,360.00.

- Observación de Aves: es un paquete de 4D/3N y los precios se basan en el número de viajeros. Para un viajero el precio es S/. 2,580.00, de dos a diez viajeros es de S/. 2,200.00 y de once a más viajeros es de S/. 2,160.00.

Ganancias por paquete en el proyecto:

Tabla 57

Ganancias por 3D/2N

Concepto	Simple	Doble	Triple	Familiar
Precio de Venta	S/.765.00	S/.680.00	S/.612.00	S/.612.00
Costos Variables	-S/.476.00	-S/.408.00	-S/.374.00	-S/.374.00
Costo por actividades	S/.272.00	S/.170.00	S/.102.00	S/.102.00
Costo de alojamiento	S/.204.00	S/.238.00	S/.272.00	S/.272.00
Costos Fijos	-S/.68	-S/.68	-S/.68	-S/.68
Costo Restaurante	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Ganancia	S/.221.00	S/.204.00	S/.170.00	S/.170.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 58

Ganancias por 4D/3N

Concepto	Simple	Doble	Triple	Familiar
Precio de Venta	S/.850.00	S/.765.00	S/.697.00	S/.697.00
Costos Variables	-S/.544.00	-S/.459.00	-S/.425.00	-S/.391.00
Costo por actividades	S/.306.00	S/.187.00	S/.119.00	S/.85.00
Costo de alojamiento	S/.238.00	S/.272.00	S/.306.00	S/.306.00
Costos Fijos	-S/.68.00	-S/.68.00	-S/.68.00	-S/.68.00
Costo Restaurante	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Ganancia	S/.238.00	S/.238.00	S/.204.00	S/.238.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 59

Ganancias por 5D/4N

Concepto	Simple	Doble	Triple	Familiar
Precio de Venta	S/.935.00	S/.850.00	S/.782.00	S/.782.00
Costos Variables	-S/.612.00	-S/.510.00	-S/.442.00	-S/.459.00
Costo por actividades	S/.340.00	S/.204.00	S/.136.00	S/.119.00
Costo de alojamiento	S/.272.00	S/.306.00	S/.306.00	S/.340.00
Costos Fijos	-S/.68.00	-S/.68.00	-S/.68.00	-S/.68.00
Costo Restaurante	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Ganancia	S/.255.00	S/.272.00	S/.272.00	S/.255.00

Fuente: Elaboración propia.

Precio por paquete:

En este caso los productos que ofrecemos son paquetes turísticos. Estos paquetes como se mencionó anteriormente incluyen alojamiento, actividades, alimentación y servicios dentro del ecolodge. Para este proyecto se han determinado los siguientes precios por persona dependiendo del número de días y de la cabaña de preferencia:

- Paquete de 3D/2N: si se desea una cabaña simple el precio es de S/. 765.00, si es una doble o matrimonial es de S/. 680.00, en caso sea un triple es de S/. 612.00 y si se desea una familiar es de S/. 612.00.
- Paquete de 4D/3N: si se desea una cabaña simple el precio es de S/. 850.00, si es una doble o matrimonial es de S/. 765.00, en caso sea un triple es de S/. 697.00y si se desea una familiar es de S/. 697.00.
- Paquete de 5D/4N: si se desea una cabaña simple el precio es de S/. 935.00, si es una doble o matrimonial es de S/. 850.00, en caso sea un triple es de S/. 782.00 y si se desea una familiar es de S/. 782.00.

5.2.3 Plaza.

Los canales de comercialización que operan en el mercado son los siguientes:

- Puntos de venta directo: Los principales puntos de venta directo son el Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta y la Plaza de Armas de Iquitos, en los cuales se ubican distintos stands para la reserva de Ecolodges.
- Página web: Las empresas en el mercado utilizan como principal canal de comunicación las páginas web para poder brindar la información necesaria acerca del servicio y la empresa a los clientes. Asimismo, los clientes pueden establecer un contacto con la empresa brindando los datos necesarios para realizar una reserva, y posteriormente estos serán conectados con un ejecutivo de ventas para finalizar la misma.
- Redes Sociales: Las principales redes sociales utilizadas son Whatsapp, Facebook, Instagram, YouTube, y Twitter, tanto para absolver dudas acerca del servicio, la empresa o disponibilidad, como para conectarse con un ejecutivo de ventas y realizar una reserva.
- Agencias y operadores turísticos: La mayoría de Ecolodges en el mercado cuentan con presencia en TripAdvisor, Viator, y Booking, así como en agencias de viajes y tour operadores físicas en la Plaza de Armas de Iquitos.
- Central de reservas vía telefónica y correo electrónico: Las empresas en el mercado cuentan con un correo electrónico y un número telefónico para realizar reservas, así como absolver dudas con un ejecutivo de ventas.

Los canales de comercialización a utilizar en este proyecto son los siguientes:

- Central de reservas vía telefónica y correo electrónico: Contaremos con una central de reserva vía telefónica y correo electrónico en los cuales los clientes se podrán comunicar con un ejecutivo de ventas para realizar una reserva o consultar disponibilidad, precios u otras dudas.
- Página web del Ecolodge: La página web será nuestro principal canal de comunicación con los clientes en donde podrán observar todos los servicios y actividades que ofrece el Ecolodge, así como también una opción para poder realizar reservas.
- Agencias de viajes (OTA's): Contaremos con presencia en agencias de viajes online como TripAdvisor y Booking.

5.2.4 Promoción.

Las formas de promoción y publicidad seleccionadas para Kirafiki Ecolodge son las siguientes:

- Promociones online: Durante distintas fechas al año como por ejemplo “Black Friday”, “Cyber Monday” u ofertas por fin de año, Kirafiki ofrecerá promociones por la página web para poder fidelizar a sus clientes y captar nuevos clientes.
- Beneficios por membresía: Kirafiki contará con una membresía anual, la cual brindará distintos beneficios a los clientes para poder usar en reservaciones y durante la estadía como por ejemplo descuentos en actividades o pedidos a la carta.
- Merchandising: Kirafiki cuenta con una tienda de venta de souvenirs los cuales tendrán el logo de la empresa e imágenes distintivas del destino.

- Campaña en redes sociales: Kirafiki contará con redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, en los cuales actualizará a sus seguidores de las promociones vigentes, así como también de información relevante.

A continuación, se detallan los pasos del Diagrama de Flujo de Proceso de Comercialización:

- El cliente podrá solicitar una reserva vía correo electrónico, página web, telefonía, y agencias de viajes online. El tiempo de demora de atención por los ejecutivos de ventas vía correo electrónico es de 24 horas, mientras que por la página web, teléfono o agencias de viajes online las respuestas y confirmaciones son automáticas.
- Una vez confirmada la reserva, se procederá a enviar un voucher de confirmación al correo del cliente donde se especifican los siguientes datos: fecha, hora, nombre del cliente, cantidad de viajeros, habitación seleccionada, inclusiones del plan de alimentación, y políticas de cancelación.
- Posteriormente, el cliente podrá seleccionar las actividades que desea realizar ya sea previamente al viaje o con el encargado de recepción de acuerdo a los horarios disponibles.
- Luego, se realizará la ejecución del viaje donde los huéspedes podrán realizar cualquier consulta o compra de servicios adicionales como por ejemplo pedidos a la carta con el personal encargado.

- Una vez concluido el viaje se realizará un contacto post venta para evaluar la satisfacción del cliente con respecto a nuestro servicio, así como alguna queja o reclamo.

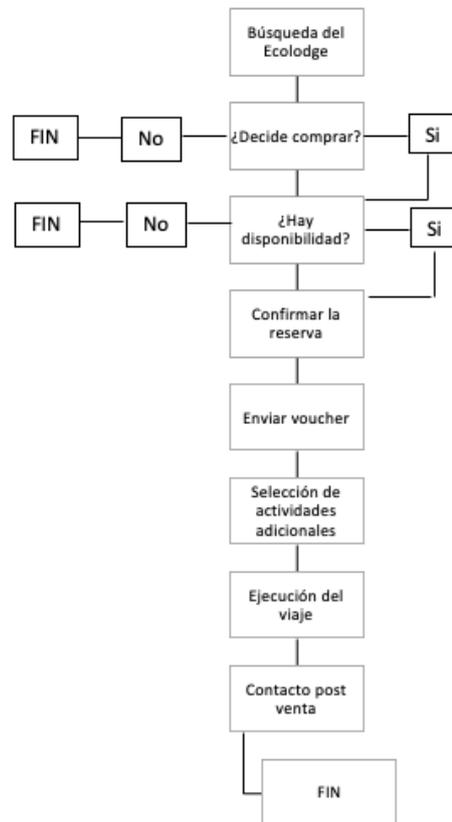


Figura 25. Diagrama de Flujo de Proceso de Comercialización. Fuente: Elaboración propia.

5.2.5 Personas, Evidencia física, Proceso.

Personas:

El cliente es la razón de ser del ecolodge. Es por eso que uno de los objetivos centrales es brindar la mejor experiencia posible a los usuarios. El personal deberá ser atento en todo momento y contar con la predisposición de querer absolver dudas e inquietudes, es por eso que contamos con un guión sugerido para el personal de servicio al cliente, guías y seguridad. Se colocará un buzón de sugerencias en recepción para que los huéspedes puedan dejar sus sugerencias y poder trabajar en ellas.

Todo el personal recibirá un *briefing* semanal para poder compartirles información y estén actualizados sobre lo que pasa para poder comunicarlo en caso uno de los huéspedes le realice una consulta. De esa manera también mantenemos una comunicación fluida con el personal.

Evidencia física:

Kirafiki Ecolodge contará con una página web disponible en español e inglés desde donde el usuario podrá leer sobre la historia del ecolodge, nuestra misión y visión, la opción de afiliarse a la membresía, los programas que se ofrecen, widgets de las redes sociales y, la opción de reservar de acuerdo a disponibilidad.

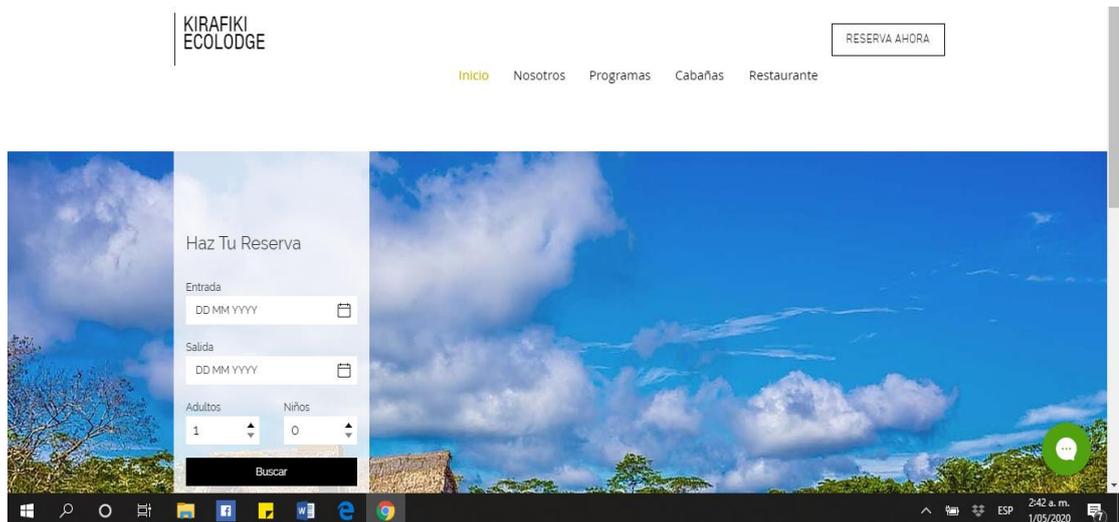


Figura 26. Página Web Kirafiki Ecolodge. Fuente: Elaboración propia.

El ecolodge facilitará recibos electrónicos al momento de concretar la reserva y estos serán enviados al correo registrado. Todos los huéspedes contarán con una cuenta abierta en la cual se podrán hacer recargos como actividades extras, bebidas alcohólicas o un plato a la carta, esta cuenta será cancelada al finalizar su estadía y de la misma manera, se emitirá un recibo electrónico para reducir el uso de papel al mínimo.

Respecto al uniforme del personal, este varía según la labor que desempeñen, pero todos cuentan con el logo del ecolodge bordado. Además, todo el personal debe hacer uso del calzado provisto, el equipo de protección personal según la labor que desempeñen y en caso el clima lo amerite, y portar el pin indicando su nombre durante el horario de trabajo.

Proceso:

Con la finalidad de poder mantener la calidad de este servicio, se realizará un *mystery shopper*. Este experimento social consiste en contratar a un

grupo limitado de personas para que se hagan pasar por huéspedes y luego de su estadía, respondan una serie de preguntas para evaluar varios aspectos del ecolodge.

Reduciremos el tiempo de respuesta a través de redes sociales y correos a un plazo no mayor de 24 horas y las llamadas serán contestadas siempre en el momento. El monitoreo a través de las redes sociales es importante, por lo que la Gerenta de Marketing deberá asignar un Community Manager, también deberá brindar respuestas a las reseñas de plataformas como TripAdvisor.

Por último, se enviarán correos con breves encuestas de satisfacción y así, poder contar con retroalimentación una vez el cliente haya concluido su estadía.

Capítulo VI: Aspectos Técnicos

6.1 Tamaño del Proyecto.

6.1.1 Capacidad instalada de maquinarias y equipos.

El proyecto de Kirafiki Ecolodge requiere una serie de maquinarias y equipos para poder prestar servicios a los huéspedes por lo que se tiene previsto realizar la compra en Lima al existir una mayor variedad de productos y precios en los centros comerciales.

6.1.2 Tamaño normal.

La capacidad normal está limitada por la cantidad de turistas que Kirafiki Ecolodge espera recibir anualmente según lo previsto por el mercado objetivo. La Tabla 60 muestra la demanda en número de visitantes.

Tabla 60

Demanda normal de visitantes

(Expresado en personas)

Año	Pernoctaciones
2020	245
2021	3264
2022	3373
2023	3482
2024	3591

Fuente: Elaboración propia.

6.1.3 Tamaño máximo.

Kirafiki cuenta con 12 cabañas disponibles al día, las cuales cuentan con la capacidad máxima de 27 personas hospedadas. En un plazo de 360 días, se cuenta con la capacidad de 9,720 personas hospedadas como máximo.

Tabla 61

Capacidad máxima de habitaciones al año

(Expresado en personas)

Tipo de Cabaña	Cantidad	Paxs (máx.)	Paxs por cabaña (máx. al día)	Días del año	Paxs al año por cabaña
Simple	3	1	3	360	1080
Doble o matrimonial	5	2	10	360	3600
Triple	2	3	6	360	2160
Familiar	2	4	8	360	2880
Total					9720

Fuente: Elaboración propia.

6.1.4 Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Este cálculo se obtiene al dividir la capacidad normal entre la capacidad máxima de hospedaje con el fin de determinar el porcentaje de ocupación de Kirafiki Ecolodge en los siguientes cinco años.

Tabla 62

Utilización de la Capacidad Instalada

	2020	2021	2022	2023	2024
Capacidad Normal	245	3264	3373	3482	3591
Capacidad Máxima	9720	9720	9720	9720	9720
Ocupación de Kirafiki (%)	3%	34%	35%	36%	37%

Fuente: Elaboración propia.

6.2 Procesos.

6.2.1 Diagrama de Flujo de Proceso de Producción.

Debido a que el servicio que brinda Kirafiki es el alojamiento mediante la venta de paquetes, se ha realizado el Diagrama de Flujo de Proceso de nuestra principal unidad de venta. El proceso de este servicio es el siguiente:

- El huésped arriba al Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta, Iquitos en donde un chofer lo trasladará hasta el ecolodge.
- Una vez el huésped llegue al ecolodge, este será recibido por los botones quienes le darán la bienvenida y llevarán su equipaje hasta la recepción del ecolodge.
- En la recepción se realizará el check in. El recepcionista confirmará los datos y le asignará una cabaña al huésped.
- El botón llevará el equipaje y acompañará al huésped hasta su cabaña.

- El huésped podrá hacer uso de las áreas comunes del ecolodge y posteriormente pernoctará en su cabaña. Asimismo, el personal le consultará al huésped si desea servicio a la habitación. Todo ese proceso se repetirá todos los días de estancia del huésped.
- El restaurante y bar estarán disponibles en los horarios de comida previamente mencionados.
- En caso el huésped desee realizar actividades fuera del ecolodge previamente coordinadas y confirmadas, el huésped y los demás huéspedes del ecolodge que deseen tomar este servicio serán trasladados al lugar de actividad seleccionado con un guía especializado.
- En caso el huésped desee realizar actividades dentro del ecolodge previamente coordinadas y confirmadas, el huésped y los demás huéspedes del ecolodge que deseen tomar este servicio estarán acompañados de un guía especializado.
- El último día de la estadía del huésped en el ecolodge podrá acercarse a la recepción para realizar el check out. El recepcionista podrá registrar la cuenta del huésped con las actividades complementarias o adicionales que haya realizado durante su estadía. Finalmente será despedido y el botones llevará su equipaje hasta la movilidad que lo llevará al Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta, Iquitos.

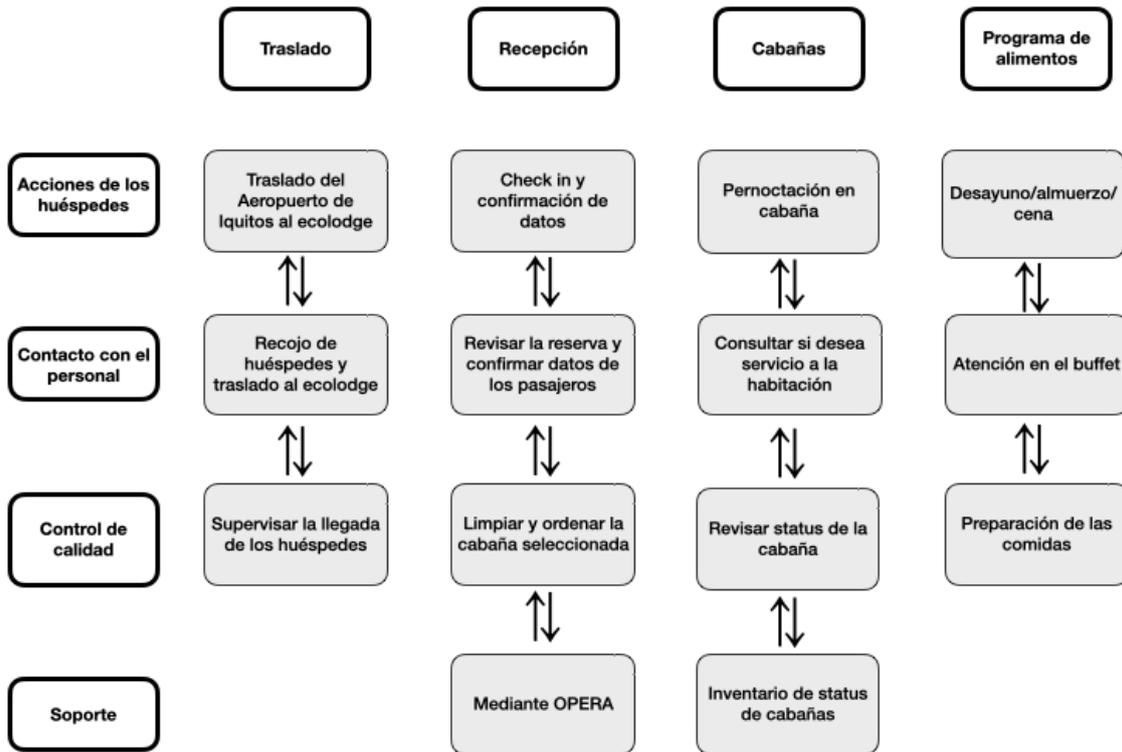


Figura 27. Diagrama de Flujo de Proceso de Producción Parte 1. Fuente: Elaboración propia.

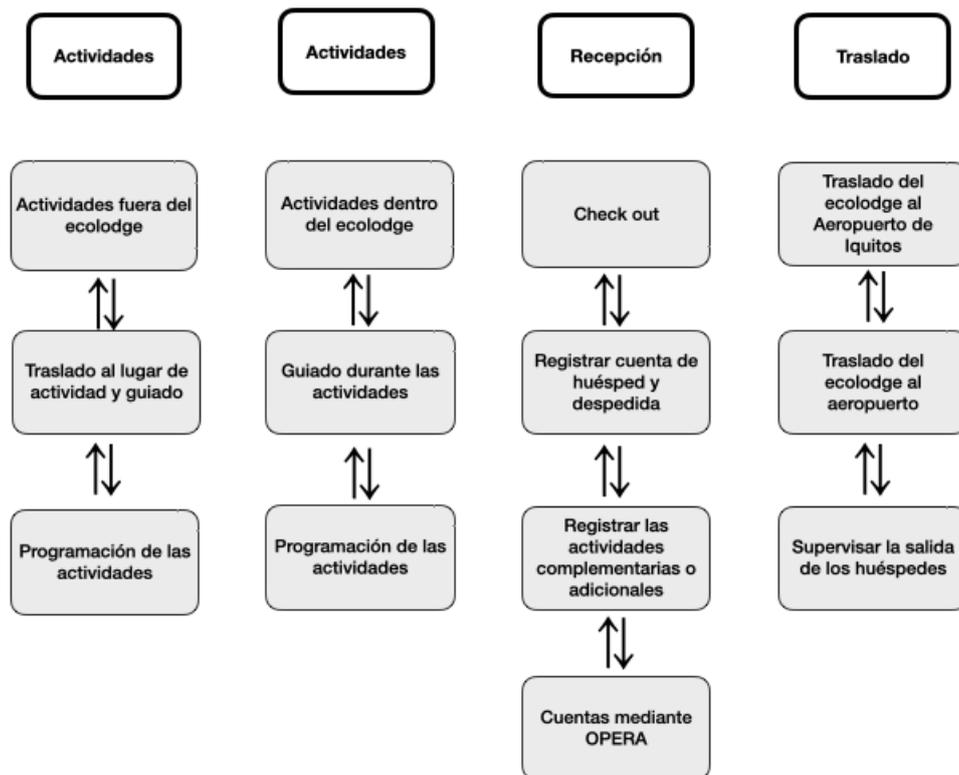


Figura 28. Diagrama de Flujo de Proceso de Producción Parte 2. Fuente: Elaboración propia.

6.2.2 Programa de producción.

A continuación, se mostrará la unidad de venta determinada en los tipos de paquetes que ofrecemos. Por ello, se puede apreciar el número total de paquetes vendidos por año según el tipo y el total general anual.

Tabla 63

Paquetes vendidos 2020-2024

Paquete/Año	2020	2021	2022	2023	2024
3D/2N	669	767	780	840	950
4D/3N	753	850	943	1170	1260
5D/4N	839	937	1130	1243	1453
Total	2261	2554	2853	3253	3663

Fuente: Elaboración propia.

6.2.3 Relación de materias primas e insumos a utilizar, consumos por producto.

A continuación, se muestran las fichas técnicas de las materias primas necesaria para el consumo de los productos relacionados a la comida brindada en el ecolodge. Se han evaluado los siguientes platos de comida:

- Desayuno: Desayuno americano
- Almuerzo - Buffet Criollo Local: Tacacho con cecina y chorizo, Juane
- Cena: Patarashca, Humita Salada, Trucha frita
- Bebidas no alcohólicas: Chicha morada, Aguajina
- Bebidas alcohólicas: Cuba Libre, Chicha de Jora

Tabla 64

Ficha técnica: Desayuno americano

Desayuno Americano		
Nombre del producto	Desayuno americano	
Descripción del producto	El desayuno americano se compone de huevos revueltos, tocino, salchichas cóctel, tostadas con mantequilla, café y jugo de naranja.	
Materia prima	U/M - 4 paxs	Total
Huevos	8 u	54 u
Sal		
Pimienta		
Lonjas de tocino	8 u	54 u
Mantequilla	120 gr	810 gr
Tostadas	8 u	54 u
Salchicha cóctel	8 u	54 u
Agua caliente	760 gr	5,130 gr
Café	24 gr	162 gr
Azúcar	72 gr	486 gr
Naranja	8 u	54 u
Proceso de elaboración		
1. Primero, se cocinan los huevos revueltos con sal, pimienta y se realizan en mantequilla. 2. Freír las lonjas de tocino. 3. Freír las salchichas cóctel en una parrilla. 4. Exprimir las naranjas para el jugo de naranja.		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 65

Ficha técnica: Tacacho con cecina y chorizo

Tacacho con cecina y chorizo	
Nombre del producto	Tacacho con cecina y chorizo

Descripción del producto	Es un plato típico de la gastronomía peruana originario de la selva peruana. El término "tacacho" proviene del quechua "taka chu" que significa "lo golpeado".	
Materia prima		
	U/M - 4 paxs	Total
Plátanos verdes	10 u	67,5 u
Manteca de cerdo	4 cdas	27 cdas
Chicharrón en trozos	250 gr	1,688 gr
Cecina de cerdo	1/2 kg	3,375 kg
Chorizo	3 u	21 u
Sal		
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Primero se pela los plátanos verdes, para luego cortarlos en lascas. 2. Posteriormente, fríelos hasta que estén cocidos por dentro y aplástalos con la ayuda de un mazo. 3. Añade la manteca, y mezcla. Luego, agrega el chicharrón cortado en trozos. 4. Después formar bolas de tacacho en el tamaño personal. 5. Por otro lado, fríe la cecina y el chorizo en aceite por separado. 6. Sirve el plato. 		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 66

Ficha técnica: Juane

Juane		
Nombre del producto	Juane de gallina	
Descripción del producto	El juane de gallina es una comida típica y tradicional de la selva peruana. Se suele consumir durante la Fiesta de San Juan (24 de junio). El nombre de este plato peruano es en homenaje a San Juan Bautista.	
Materia prima		
	U/M - 4 paxs	Total
Arroz	4 tzs	27 tzs

Presas de gallina	4 u	27 tzs
Hojas de Bijao	12 u	81 u
Huevo	1 u	7 u
Aceituna	4 tzs	27 tzs
Cebolla roja	1/2 u	4 u
Ajo picado	1 u	7 u
Pimienta		
Sal		
Comino	1/2 cda	3,4 cda
Culantro licuado	3 cdas	20,25 cdas
Culantro picado	1/2 cda	3,4 cda
Ají amarillo licuado	1 u	7 u
Pabilo	1/2 cda	3,4 cda
Aceite vegetal	1 cda	6,75 cdas
Caldo de pollo	1 1/2 tz	10,13 tzs
Manteca de cerdo	2 cdas	13,5 cdas
Pimiento rojo en tiras	1/2 u	3,4 u
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> 1. En una olla (fuego medio), caliente el aceite y fría la cebolla y el ajo durante siete minutos aproximadamente. 2. Agregue el palillo y el ají amarillo licuado, y cocine durante cinco minutos aproximadamente, hasta que el aderezo se corte. 3. Luego, añada las presas de gallina previamente sazonadas con sal y pimienta y dórelas durante aproximadamente cuatro minutos por cada lado. 4. Incorpore el culantro y cocine durante cinco minutos más aproximadamente. 5. Vierta el caldo de pollo, y sazone con el comino, sal y pimienta. Deje cocinar durante una hora aproximadamente. 6. Después, retire las presas del caldo de cocción y déjalas reposar. 7. Agregue el arroz al caldo y cocine durante 15 minutos aproximadamente y retire del fuego. 8. Posteriormente, en un recipiente mezcle el arroz con la manteca, el pimiento y el culantro picado. 9. Luego, caliente las hojas de Bijao en agua, retirarlas y forme asteriscos usando tres para cada porción. Divida las porciones de arroz y colóquelas en el centro. 10. Después, incorpore la presa, un cuarto de huevo y las aceitunas, y envuelva las hojas y ate con un pabilo por la parte superior. 11. Finalmente, en una olla deje cocinar al vapor los juanes durante 30 minutos aproximadamente. Retire del fuego y sirva. 		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 67

Ficha técnica: Patarashca

Patarashca		
Nombre del producto	Patarashca de pescado	
Descripción del producto	La Patarashca es un plato típico de la selva, el cual se puede preparar con diferentes tipos de pescado como el bagre, dorado, paco, paiche, etc. El término Patarashca proviene del quechua que significa "envuelto".	
Materia prima	U/M - 4 paxs	Total
Pescado (paiche) entero	4 u	27 u
Hojas de Bijao	4 u	27 u
Ajo molido	3 u	21 u
Ají dulce picado en cubos	3 u	21 u
Cebollas picadas en media luna	2 u	14 u
Aceite	2 cdas	23,5 cdas
Pimienta	1/2 cdta	3,4 cdta
Comino	1 cdta	6,75 cdta
Sal	6 gr	40,5 gr
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar cortes transversales en los pescados y dejar marinar en sal durante 10 minutos aproximadamente. 2. Mezclar la cebolla, ají dulce, ajo, pimienta, comino y aceite en un recipiente. 3. Luego, rellenar y empapar los pescados en la mezcla realizada. 4. Después, envolver los pescados con las hojas de Bijao. 5. Finalmente, poner en una parrilla los pescados envueltos durante 30 minutos aproximadamente. 		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 68

Ficha técnica: Humita Salada

Humita

Nombre del producto	Humita Salada	
Descripción del producto	La humita es una comida criolla de origen andino. El término "humita" proviene del quechua que significa que es una comida a base de maíz.	
Materia prima	U/M	Total
Manteca de cerdo	200 gr	1,350 gr
Choclos desgranados	9 u	61 u
Leche	1 tz	6,75 tz
Pancas de choclo	24 u	162 u
Pabilo	1 u	7 u
Sal		
Pimienta		
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> Colocar la manteca en una olla y derretir a fuego lento. Licúa los granos de choclo con la leche, y sazónalo con sal y pimienta. Luego, vierte los granos de choclo licuados en la olla con la manteca. Cocina a fuego lento hasta que la mezcla empiece a espesar. Después, comienza a distribuir la masa en las pancas de choclo y envolverlas con el pabilo. Las pancas de choclo restantes colócalas en una olla y encima coloca las humitas. Vierte agua hasta la mitad de la olla con las humitas, y deja cocinar por 35 minutos aproximadamente a fuego lento. 		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 69

Ficha técnica: Trucha frita

Trucha Frita	
Nombre del producto	Trucha Frita con ensalada y arroz

Descripción del producto	La trucha frita es uno de los platos más populares de la gastronomía peruana. Asimismo, es conocido ya que contiene proteínas, vitaminas y minerales.	
Materia prima		
	U/M	Total
Arroz	1 1/2 tz	10,13 tz
Papa	4 u	27 u
Aceite vegetal	1/2 tz	3,38 tz
Trucha	4 u	27 u
Harina de trigo	1/8 tz	0,84 tz
Pan rallado	1/8 tz	0,84 tz
Cebolla	1 u	7 u
Tomate	1 u	7 u
Lechuga	8 hojas	54 hojas
Ajo molido	1 cdta	6,75 cdta
Pimienta		
Sal		
Limón		
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar el arroz. 2. Lavar, sancochar y pelar las papas. 3. Lavar la trucha y condimentar con ajo, sal y pimienta. 4. Apanar la trucha con harina de trigo y pan molido. 5. Freír la trucha en aceite vegetal. 6. Luego, preparar una ensalada de cebolla, lechuga y tomate, y condimentar con aceite vegetal, sal, pimienta y limón. 7. Servir la trucha acompañada de arroz y la ensalada. 		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 70

Ficha técnica: Chicha morada

Chicha Morada	
Nombre del producto	Chicha Morada

Descripción del producto	Es una bebida típica peruana. Su principal ingrediente es el maíz morado, el cual se cultiva en la cordillera de Los Andes.	
Materia prima	U/M - 6 porciones	Total
Maíz morado	3/4 kg	3,38 kg
Piña	1 u	5 u
Limón	4 u	18 u
Azúcar	1 tz	4,5 tzs
Clavos de olor	4 u	18 u
Manzana	3/4 kg	3,38 kg
Canela entera	1 u	5 u
Agua	4 1/2 lt	20,25 lt
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hervir en 3 litros de agua el maíz morado con las cáscaras de manzana, piña, canela y clavo de olor durante 45 minutos aproximadamente a fuego lento. 2. Una vez hervida la mezcla, colar. 3. Hervir en 1 1/2 litro de agua las cáscaras por 45 minutos aproximadamente a fuego lento. 4. Colar y juntarlo con el líquido anterior. 5. Agregar azúcar y el jugo de limón. 		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 71

Ficha técnica: Aguajina

Aguajina	
Nombre del producto	Aguajina
Descripción del producto	Es una bebida típica de la selva peruana. Su principal ingrediente es el aguaje, un fruto exótico de la selva peruana.

Materia prima	U/M	Total
Aguaje maduro	2 kg	10,8 kg
Agua	1 lt	5,4 lt
Canela	1 u	6 u
Clavo de olor	4 u	22 u
Azúcar	1 tz	5,4 tzs
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelar la cáscara de los aguajes y retirar la pulpa. 2. Hervir 1 litro de agua con canela y clavo de olor. 3. En un recipiente colocar el aguaje y el agua hervida. 4. Finalmente colar y agregar azúcar. 		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 72

Ficha técnica: Cuba Libre

Cuba Libre		
Nombre del producto	Cuba Libre	
Descripción del producto	Bebida alcohólica a base de ron. Esta bebida es originaria de Cuba.	
Materia prima		
	U/M - 1 pax	Total
Ron	30 mil	810 mil
Bebida gasificada (Cola negra)	60 mil	1,620 mil
Zumo de limón	2 cdas	54 cdas
Hielo	4 u	108 u
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Verter el ron en un vaso con hielos. 2. Agregar la bebida gasificada (Cola negra) y el zumo de limón, y remover. 		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 73

Ficha técnica: Chicha de Jora

Chicha de Jora		
Nombre del producto	Chicha de jora	
Descripción del producto	Es una bebida fermentada típica peruana. El término "jora" proviene del quechua que significa maíz malteado.	
Materia prima	U/M	Total - 50 porciones
Maíz de jora		1 1/2 kg
Agua		20 lt
Cebada		1 kg
Clavos de olor		1 cda
Chancaca		100 gr
Azúcar		1/2 kg
Proceso de elaboración		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tostar el maíz de jora y la cebada. 2. Colocar el maíz de jora en un recipiente con agua, y dejar remojar por 30 minutos aproximadamente. Luego, cambiar el agua, y dejar remojar por 30 minutos aproximadamente. 3. Después, colar la jora. Colocar el maíz en una olla con la cebada y agregar 10 litros de agua y dejar cocinar por 8 horas aproximadamente. Remover constantemente. 4. Cuando el líquido de la cocción se haya reducido a la mitad, agregar 5 litros de agua adicional. 5. Posterior a las 8 horas de cocción, agregar chancaca y azúcar. 6. Finalmente, colar la chicha. 		

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, como se mencionó anteriormente en total hay 12 cabañas disponibles para los huéspedes; tres simples, cinco dobles o matrimoniales, dos triples y dos familiares, con un 27 paxs de máxima capacidad en total. A

continuación, se muestran las fichas técnicas del alojamiento y de las actividades ofrecidas en el ecolodge.

En el caso del alojamiento se tomará como referencia la cabaña doble o matrimonial, ya que todas las cabañas cuentan con paneles solares y están equipadas de la misma manera a excepción del número de camas.

Tabla 74

Ficha Técnica: Cabaña Doble o Matrimonial

Cabaña Doble o Matrimonial	
Nombre alojamiento	del Doble o Matrimonial
Descripción alojamiento	del Cabaña exclusiva para dos personas, con opción de ser doble o matrimonial. Hecha a base de madera, acompañada de paneles solares para poder brindar la energía necesaria y totalmente equipada para generar comodidad en nuestros huéspedes.
Equipamiento	Amenities, toallas, terraza con una hamaca, baño privado con todos los insumos necesarios, una red contra insectos, dos camas king o una cama queen.
Capacidad	dos paxs

Fuente: Elaboración propia.

Referente a las actividades incluidas en los paquetes que se ofrecen se están tomando en cuenta las siguientes:

- Trekking
- Paseos en bote
- Avistamiento de flora y fauna

No se están considerando las siguientes actividades debido a que no cuentan con equipamiento o son servicios tercerizados.

- Visita a comunidades locales
- Visita a albergues (Isla de los Monos y CREA).

Tabla 75

Ficha Técnica: Trekking

Trekking	
Nombre de la actividad	Trekking
Descripción de la actividad	Actividad al aire libre, recorriendo caminos de la Amazonía peruana liderada por un instructor altamente capacitado.
Inicio	Kirafiki Ecolodge
Final	Según el instructor
Equipamiento	Para la correcta realización de esta actividad se tendrá que hacer uso de guantes, arnés, casco, una cuerda y botas especiales para caminatas al aire libre.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 76

Ficha Técnica: Paseo en bote

Paseo en bote	
Nombre de la actividad	Paseo en bote
Descripción de la actividad	Paseo en bote por los ríos de la Amazonía peruana y conociéndola desde otra perspectiva con la ayuda de los guías capacitados.
Inicio	Kirafiki Ecolodge

Final	Según los guías
Equipamiento	Chalecos salvavidas.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 77

Ficha Técnica: Avistamiento de flora y fauna

Avistamiento de flora y fauna	
Nombre de la actividad	Avistamiento flora y fauna
Descripción de la actividad	Actividad al aire libre, recorriendo caminos de poca distancia para lograr conocer, con la ayuda de guías capacitados, la flora y fauna de nuestra Amazonía peruana.
Inicio	Kirafiki Ecolodge
Final	Según el guía
Equipamiento	Binoculares

Fuente: Elaboración propia.

6.3 Tecnología para el proceso.

A continuación, se detallarán los distintos requerimientos de maquinaria y equipo que se necesitan en las distintas áreas del ecolodge. Dichos requerimientos serán expresados en unidades y detallados en la Tabla 78, Tabla 79, Tabla 80, Tabla 81 y Tabla 82.

Tabla 78

Maquinaria y equipo del restaurante y bar

(Expresado en unidades)

Ítem	Cantidad
Campana extractora	1
Congelador para la conservación de alimentos	2
Refrigerador de dos puertas	2
Cocina de 10 quemadores con horno	2
Horno industrial	1
Licuadaora	2
Batidora	2

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 79

Equipos de recepción

(Expresado en unidades)

Ítem	Cantidad
Engrapadora	2
Perforadora	2
Laptop	2
Impresora	1
Teléfono fijo	1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 80

Maquinaria y equipo de cabañas

(Expresado en unidades)

Ítem	Cantidad
Terma (1 por cabaña)	12
Paneles Solares (2 por cabaña)	24
Teléfonos (1 por cabaña)	12
Lámparas (2 por cabaña)	24

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 81

Maquinaria y equipo de actividades recreativas

(Expresado en unidades)

Ítem	Cantidad
Botiquín	2
Cuerda (50 - 60 m)	5
Arnés	4
Cascos	4
Guantes	4
Botas de goma (pares)	4
Salvavidas	30

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 82

Maquinaria y equipo de Maloca principal

(Expresado en unidades)

Ítem	Cantidad
Módem WiFi	2
Grupo electrógeno	1
Equipo de sonido con micrófono	2

Fuente: Elaboración propia.

6.4 Localización del Centro de Operaciones.

6.4.1 Plano del Proyecto.



Figura 29. Plan de construcción de Kirafiki Ecolodge. Fuente: Elaboración propia.

La Figura 29 muestra el plano referencial de construcción de Kirafiki Ecolodge en donde estarán distribuidos maquinarias y equipos según sea necesario. En el área de recepción y la maloca principal, contaremos con teléfonos intercomunicados con las cabañas, router inalámbrico, laptops e impresora, equipo de sonido, un micrófono, POS de Visa y MasterCard, radios que serán usadas para las actividades y una caja fuerte. Estas áreas comparten el uso del grupo electrógeno que también provee con electricidad el área del restaurante. Tanto el área del restaurante como el del bar cuentan con maquinaria especializada para poder preparar los alimentos y bebidas que los

huéspedes requieran, desde la cocina hasta la campana extractora, refrigeradora, congeladora, licuadora y todos los equipos que completan este servicio. Asimismo, el área de limpieza y mantenimiento cuenta con lavadoras, planchas y secadoras industriales.

El área de cabañas cuenta con un teléfono en cada una de ellas, paneles solares que se cargan durante el día para poder iluminarlas por las noches y duchas con terma *ecosmart*. Con la finalidad de mantener un servicio sostenible, eventualmente se implementarán puntos de filtros de agua o bebederos en las áreas libres del ecolodge para disminuir el uso del plástico.

6.4.2 Descripción del Centro de Operaciones.

Buscando reducir el gasto de electricidad y otros recursos, la mayoría de los empleados de Kirafiki Ecolodge desarrollará sus labores por la modalidad de *home office* a excepción del personal requerido en el ecolodge para su funcionamiento. En el área de recepción, se encontrará un espacio habilitado con dos equipos de trabajo para su uso y contaremos con reuniones mensuales presenciales en un ambiente reservado dentro del restaurante.

6.5 Localización.

Macro Localización:

El Departamento de Loreto se encuentra situado al noreste del país y cuenta con 8 provincias: Alto Amazonas, Datem del Marañón, Loreto, Mariscal Ramón Castilla, Maynas, Putumayo, Requena, Ucayali. Posteriormente, se seleccionó la provincia de Maynas debido a que es la única provincia de Loreto la cual cuenta con un aeropuerto con una afluencia de turistas.

En conclusión, los datos de la macro localización son los siguientes:

- País: Perú

- Departamento: Loreto
- Provincia: Maynas



Figura 30. Localización del Departamento de Loreto, Perú. Fuente: Google Maps.



Figura 31. Localización de la provincia de Maynas en el Departamento de Loreto, Perú.
Fuente: Google Maps.

Micro Localización:

La capital de la provincia de Maynas es la ciudad de Iquitos. Asimismo, la provincia de Maynas cuenta con 11 distritos los cuales son: Iquitos, Santa María de Nanay, Tamshiyacu, Indiana, Francisco de Orellana, Mazán, Santa Clotilde, Punchana, Pantoja, Belén y San Juan Bautista. Se seleccionó el distrito de Indiana debido a que posee una concentración de hotelería debido a su acceso al río Amazonas. Cabe mencionar que la ubicación de Kirafiki Ecolodge se encuentra a 6 kilómetros del Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta.

En conclusión, los datos de la micro localización son los siguientes:

- Ciudad: Iquitos
- Distrito: Indiana
- Capital: Indiana
- Referencia de la ubicación: A orillas del río Amazonas

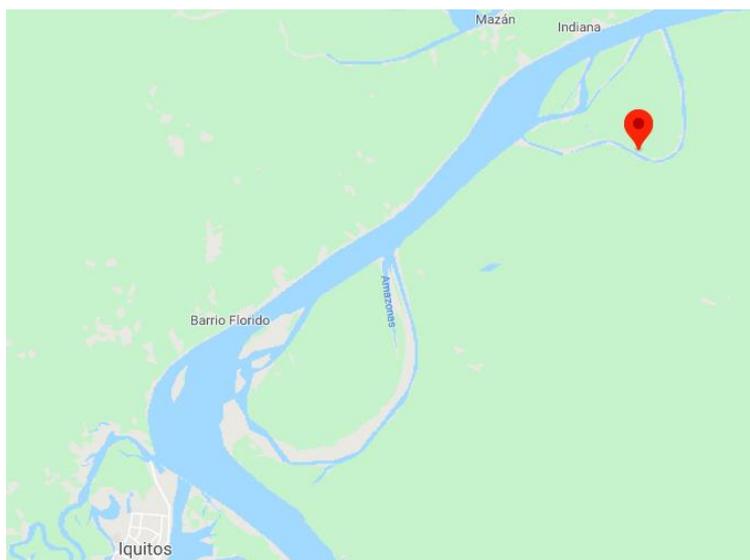


Figura 32. Localización de Kirafiki Ecolodge en Iquitos - Loreto. Fuente: Google Maps.

6.6 Diagrama de Gantt.

La Figura 33 muestra el proceso de la fase pre-operativa del ecolodge. Todas las gestiones necesarias para constituir la empresa, tendrán una duración de un mes

aproximadamente mientras que la construcción estará dividida en cinco etapas. En el tercer mes, se llevará a cabo el reclutamiento y selección de personal, para poder dar inicio a las capacitaciones del mismo. Durante la cuarta etapa de construcción, se harán las compras de los activos fijos, así como de los insumos necesarios para la operación. Como última etapa de la fase pre-operativa, se trabajará la promoción del ecolodge por medios digitales y tradicionales, además de una inspección final con el fin de poder ofrecer un servicio óptimo y de calidad. Al finalizar todas las actividades, se procede con la apertura del ecolodge y el inicio de las operaciones.

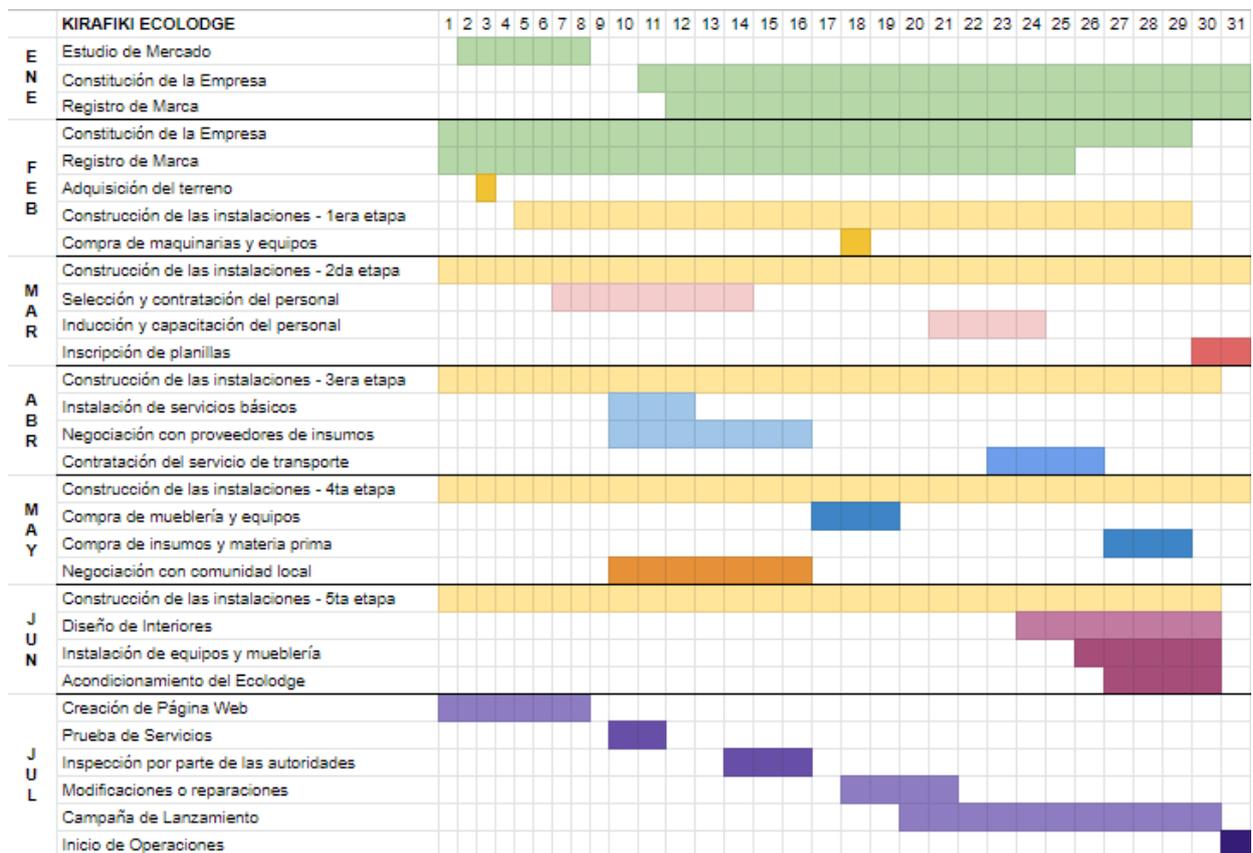


Figura 33. Diagrama de Gantt. Fuente: Elaboración propia.

6.7 Responsabilidad social.

Con los trabajadores:

Los colaboradores del ecolodge recibirán constantes capacitaciones para mantener la calidad del servicio y potenciar su crecimiento profesional. Además, se realizarán *briefings* semanales en donde los mantendremos informados sobre cualquier novedad o cambio y puedan comunicarlo a los huéspedes en caso sea necesario y, también puedan tener un espacio para absolver sus quejas o solicitudes. De esa manera, buscamos incluirlos en la familia del ecolodge y que se sientan parte del equipo.

Con la comunidad:

Todo el equipo de Kirafiki Ecolodge busca contribuir con las comunidades aledañas al ecolodge con la intención de que puedan generar ingresos y capacitarse en otras actividades económicas sin la necesidad de recurrir a la caza indiscriminada u otras actividades que afecten al medio ambiente. Por ese motivo, los insumos que no se puedan cultivar en el biohuerto del mismo ecolodge, serán adquiridos en el mercado de la ciudad de Iquitos. Respecto a las comunidades indígenas, buscamos trabajar en conjunto para poder compartir su cultura con los huéspedes sin dejar de velar por el cuidado de su patrimonio cultural y que éste no se vuelva un espectáculo sino una forma para generar ingresos que los ayude a seguir subsistiendo.

6.8 Impacto Ambiental.

Nuestra propuesta de negocio generaría un impacto ambiental favorable, debido al uso de paneles solares en las diferentes cabañas, reemplazando la energía eléctrica. Por otro lado, se contará con un grupo electrógeno, lo que brindará energía en las áreas comunes.

De igual manera, se desarrollará un estudio de impacto ambiental tal como señala la Ley N° 27446, con todos los requerimientos que esta menciona, y que a su vez cumpla con la participación ciudadana tanto de los clientes como de los habitantes de la región.

Si bien Kirafiki Ecolodge es un alojamiento sostenible, como toda actividad económica generará un impacto ambiental en el destino como por ejemplo la contaminación por residuos sólidos. Debido a este motivo, el estudio de impacto ambiental contendrá todas las medidas necesarias para prevenir, minimizar, controlar, mitigar, rehabilitar y compensar los impactos. Además, las buenas prácticas ambientales tendrán un seguimiento continuo de los resultados para identificar constantemente mejoras de acuerdo a todo el proceso del servicio.

6.9 Certificaciones.

Las certificaciones relacionadas a hoteles ecológicos que Kirafiki Ecolodge puede solicitar son las siguientes:

- Norma ISO 14001: (International Organization for Standardization) para obtener una certificación en Sistema de Gestión Medioambiental SGMA-14001. Esta, insta a los hoteles de todos los países a implementar medidas de gestión ambiental y ahorro de energía y proporciona una guía que contiene requisitos para tomar medidas con el fin de minimizar los efectos dañinos de sus actividades en el medio ambiente.
- Certificación LEED: LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) es un sistema de certificación de edificios sostenibles, esta certificación LEED proporciona verificación independiente de las características verdes de un edificio o vecindario, permitiendo el diseño, construcción, operación y

mantenimiento de edificios eficientes en recursos, de alto rendimiento, sanos y rentables.

- EMAS (Eco-Management and Audit Scheme, o Reglamento Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría): Se creó en 1993, es una normativa voluntaria de la Unión Europea que reconoce a aquellas organizaciones que han implantado un SGMA (Sistema de Gestión Medioambiental) y han adquirido un compromiso de mejora continua.
- Biosphere: Es la marca que reconoce a las certificaciones que cumplen con los requisitos del Sistema de Turismo Responsable que otorga el Instituto de Turismo Responsable (ITR). El certificado Biosphere Responsible Tourism es el programa de certificación sostenible diseñado para la industria turística con mayor credibilidad y confianza del mercado internacional.
- Green Choice (Sustainable Tourism Standard): La Certificación de Turismo Sostenible es un proceso verificable basado en evidencias, sus requerimientos son aplicables a servicios turísticos que demuestren ser desarrollados bajo condiciones sociales, ambientales y económicas adecuadas, reforzando la imagen del sector turismo y promoviendo el desarrollo responsable del mismo. La Certificación Green Choice puede otorgarse a todo tipo de alojamientos que brindan servicios de hospedaje y turísticos; que cumplan con los principios de la certificación de Turismo Sostenible.
- Certificación HACCP: Esta certificación garantiza un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos basado en el control de puntos críticos. El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, también conocido como sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) es un sistema de inocuidad alimentaria basado en la identificación de todos los peligros

potenciales en los ingredientes y los distintos procesos de producción de los alimentos. El objetivo es tomar las medidas necesarias para la prevención de posibles riesgos de contaminación y garantizar así la inocuidad alimentaria.

- Comercio Justo Fairtrade: Fairtrade ofrece una alternativa al comercio convencional y está basado en un acuerdo entre productores y consumidores con el objetivo de mejorar las vidas y reducir la pobreza mediante prácticas comerciales éticas. El sistema de certificación Fairtrade tiene como propósito garantizar a los consumidores que el producto que adquieren cumple con especiales estándares sociales, económicos y medioambientales.

Capítulo VII: Aspectos Legales y Organizacionales

7.1 Aspectos Legales.

7.1.1 Forma Societaria.

Para poder consolidarnos como una sociedad anónima, se necesita realizar las siguientes gestiones:

- Minuta de Constitución, en donde los accionistas anuncian la voluntad de formar una empresa, especificando el tipo de sociedad y la operación del ecolodge.
- Escritura Pública, se gestiona con un notario quien eleva las actas con el fin de dar un carácter formal a la sociedad.
- Registro en SUNARP, consolidando así la empresa.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Autorización de Nómina otorgada por SUNAT.
- Legalización de Libros Contables a cargo de un notario.

7.1.2 Registro de marcas y patentes.

El registro de marca tiene una validez de 10 años con opción a renovación. Para poder registrar a Kirafiki Ecolodge en el Instituto Nacional de la Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), es necesario hacer la solicitud con los datos pertinentes junto con la línea gráfica asociada con la marca Kirafiki Ecolodge como el logo y especificar los servicios que ofrece. Después de realizar el pago, el registro de marca entra en trámite.

7.1.3 Licencias y autorizaciones.

Para el funcionamiento y categorización del ecolodge:

- Gestionar la licencia de funcionamiento otorgada por la Municipalidad de Maynas.
- Cumplir con las condiciones generales en el Reglamento Nacional de Edificaciones del Ministerio de Vivienda, en específico los requisitos técnicos mínimos obligatorios para un establecimiento de hospedaje clasificado como albergue.

Tabla 83

Requisitos técnicos mínimos obligatorios para un albergue

Un solo ingreso para la circulación de los huéspedes y personal	X	Ascensores	N.A
Recepción	X	Servicios básicos de emergencia	X
Ambiente de estar	X	Servicio de teléfono para uso público	X
Habitación	X	Servicios y equipos para todas las habitaciones	X
Servicios higiénicos para uso de los huéspedes	X	Sistema de video vigilancia	X
Comedor	X	Electricidad	X
Cocina	X	Sistema de recolección, almacenamiento y eliminación de residuos sólidos	X

Servicios higiénicos de uso público	X	Depósito	X
-------------------------------------	---	----------	---

Fuente: Elaboración propia.

Además de estar edificado con un sistema tradicional usando materiales naturales propios de la zona. Contando con fuentes renovables de energía como el grupo electrógeno y los paneles solares. Así como un sistema de manejo de residuos.

- Cumplir con los requisitos mínimos para la categorización del albergue estipulados en el Reglamento de Establecimientos Hospedaje, el cual supervisa el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y, el Gobierno Regional de Iquitos.

Tabla 84

Requisitos mínimos para la categorización de Albergue

Internet	X
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Albergue	X
Primeros auxilios (especificaciones del Ministerio de Salud)	X
Cambio regular de sábanas y toallas	X

Fuente: Elaboración propia.

- Otorgamiento de Derechos para Turismo en Áreas Naturales Protegidas (ANP), establecidos en el Reglamento de Uso Turístico de ANP, bajo la modalidad de concesión. Este permite el desarrollo de infraestructura turística como ecolodges por un plazo de 40 años con posibilidad de renovación, por el pago del Derecho de Vigencia y el Derecho de Aprovechamiento. Todo el proceso se encuentra a cargo del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP).

- Certificado de Defensa Civil, el cual se puede gestionar con el Gobierno Regional de Loreto presentando los planos del ecolodge, capacitando al personal en primeros auxilios y en acciones contra incendios y, contar con rutas de evacuación en caso de emergencias.
- Cumplir con los lineamientos para el funcionamiento y categorización de restaurante de tres tenedores.

Tabla 85

Requisitos mínimos de restaurantes tres tenedores

En las instalaciones y acabados de todos los ambientes se utilizarán material de calidad. Los equipos mecánicos reunirán las condiciones de funcionalidad y técnica moderna.	X
El mobiliario y los elementos decorativos serán de calidad.	X
Se contará con medio de acceso, escaleras y pasadizos, así como elementos de prevención y protección contra incendios, siniestros y accidentes.	X
Los comedores estarán convenientemente ventilados, climatizados e iluminados.	X
Vajilla, cristalería y cubiertos estarán en buena calidad y en perfecto estado de conservación.	X
Ingreso.- Uno principal y otro de servicio.	X
Recepción.- Contará con servicio telefónico y con servicios higiénicos.	X
Servicios Higiénicos Generales.- Independientes para damas y caballeros.	X
Ascensores.- Obligatorio cuando se encuentre ubicado en el 3er. Piso o en nivel superior.	N.A
Bar.- Área mínima será equivalente al 15% del área del comedor y será independiente de los ambientes de comedor.	X
Comedor.- La distribución de mesas y mobiliario será funcional permitiendo una adecuada circulación de las personas.	X
Ventilación.- Contará con el equipo adecuado en todas las instalaciones del establecimiento.	X
Cocina.- Tendrá un área equivalente al 20% de los ambientes de comedores que sirve. Los muros, pisos y techos serán revestidos con materiales que permitan una rápida y fácil limpieza.	X
Sistemas de conservación de alimentos. Se dispondrán de agua fría y caliente, así como de campanas extractoras y refrigeradores.	X
Servicios higiénicos para el personal de servicio.	X
Jefe de cocina capacitado y/o con experiencia.	X
Jefe de comedor capacitado y/o con experiencia.	X

Personal subalterno capacitado y/o con experiencia debidamente uniformado.	X
--	---

Fuente: Elaboración propia.

- Lograr la calificación como restaurante turístico al ser un restaurante de tres tenedores y dedicarse principalmente a la explotación de recursos gastronómicos de la región Loreto.

7.1.4 Legislación Laboral.

La legislación laboral peruana regula las prestaciones personales, subordinadas y remuneradas de servicios. En la Ley General del Trabajo se establecen los términos de acuerdo a cada tipo de contrato de trabajo, beneficios que tienen los empleados, así como también los derechos y obligaciones de los trabajadores y empleadores.

A continuación, se detalla el régimen laboral de la actividad privada del Perú.

Reglas generales:

- Jornada y horas extraordinarias de trabajo para los empleados: Las horas de jornada establecidas son ocho horas diarias o cuarenta y ocho horas por semana como máximo. En el caso que se requieran horas extraordinarias se paga un recargo al trabajador, en el que las dos primeras horas no podrá ser inferior al 25% por hora (calculado sobre la remuneración mensual del trabajador. En el caso de superar las dos horas extraordinarias, el pago no podrá ser inferior a 35% por hora. Por otra parte, el pago al trabajador por turno noche (20:00 - 06:00 horas) no podrá ser inferior al salario mínimo mensual más un recargo del 35% como mínimo.

- Salario mínimo vital: La remuneración mínima vital actualmente es de novecientos treinta soles peruanos (S/. 930).
- Periodo de prueba: Los contratos de trabajo permiten un periodo de prueba al trabajador por tres meses. Durante el periodo de prueba el trabajador no tiene derecho a indemnización en el caso de un despido arbitrario. Asimismo, el periodo de prueba puede ser extendido a seis meses para trabajadores cualificados o trabajadores en puestos de confianza. Por otro lado, el periodo de prueba puede ser extendido a 12 meses para los trabajadores en puesto directivos.

Contratos de trabajo:

Los contratos de trabajo se basan en los siguientes elementos: el servicio debe ser personal, existe una relación de subordinación entre el trabajador y el empleador, y debe haber un salario que el trabajador recibe por el servicio realizado.

Por otro lado, existen dos tipos de contratos los cuales se detallan a continuación:

- Contratos a plazo indefinido: Este tipo de contrato no cuenta con una duración expresamente definida.
- Contratos de duración determinadas: La legislación peruana tiene como requerimiento que exista una prueba de causa objetiva la cual permita esta condición de contrato y trabajo. Los casos en los cuales son aplicables el contrato de duración determinada son los contratos de

carácter temporal, de naturaleza accidental o para una obra o servicio específico.

Beneficios de los empleados:

- Vacaciones anuales: El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de vacaciones anuales pagadas.
- Gratificaciones: El trabajador tiene derecho al pago de dos gratificaciones por año, y cada gratificación es equivalente al salario mensual del trabajador. La primera gratificación será pagada en julio y la segunda en diciembre.
- Seguro Social de Salud: El empleador está obligado a pagar una aportación equivalente al 9% del salario mensual del trabajador al sistema de salud público.
- Sistema de Pensiones: El empleador está obligado a pagarle al trabajador un sistema de pensiones, ya sea el Sistema Nacional de Pensiones (SNP) con una tasa promedio de 13% o el Sistema Privado de Pensiones (SPP) con una tasa promedio de 13.2%, en el cual el trabajador puede optar a qué tipo de sistema unirse.
- Asignación familiar: El empleador debe realizar un pago a los trabajadores que tienen uno o más hijos dependientes menores de 18 años o hijos mayores de 18 años inscritos en programas de educación profesional o universitaria. El pago mensual por asignación familiar es equivalente al 10% sobre la remuneración mínima vital vigente.
- Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): El empleador debe realizar el pago de este beneficio social a una cuenta bancaria indicada

por el trabajador. El empleador debe realizar dos veces al año (mayo y diciembre) el depósito de la CTS, el cual cada monto semestral equivale a un doceavo de la remuneración mensual del trabajador.

- Participación en los beneficios: Las empresas que tengan más de 20 trabajadores y que desarrollen actividades comerciales las cuales generen ingresos, tienen la obligación de distribuir un porcentaje de sus ingresos anuales (sin disminuir impuestos) a todos sus trabajadores. El porcentaje depende de acuerdo a cada actividad principal de la empresa.

Tabla 86

Participación en los beneficios de acuerdo a la actividad de la empresa

Actividad de la empresa	Porcentaje
Pesca, telecomunicaciones e industria	10%
Minería, comercio al por mayor y menor, y restaurantes	8%
Otras actividades	5%

Fuente: Agencia de Promoción de la Industria Privada (Proinversión).

Terminación del contrato de trabajo:

De acuerdo a la legislación laboral, las causas de la terminación del contrato de trabajo pueden ser las siguientes:

- Acuerdo mutuo entre el empleador y el trabajador
- Renuncia del trabajador
- Jubilación del trabajador
- Invalidez permanente absoluta o muerte del trabajador
- Finalización del proyecto, servicio o vencimiento del plazo de trabajo acordado

- Despido en los términos permitidos por la ley

7.1.5 Legislación Tributaria.

El Sistema Tributario del Perú es un conjunto de normas que regula la aplicación de tributos en el país, el cual se rige bajo la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional. Asimismo, la entidad del Estado encargada de la política tributaria es la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

Los tributos que son administrados por el Gobierno Central y son relevantes para este proyecto son los siguientes:

- Impuesto a la Renta (IR): Es un tributo que se determina anualmente y grava las rentas que provengan del trabajo y de la explotación de un capital, ya sea un bien mueble o inmueble.
- Impuesto General a las Ventas (IGV): Es un tributo que grava la venta de bienes y servicios. Este impuesto es asumido por el consumidor final.

Por otro lado, el tributo que es administrados por el Gobierno Local y es relevante para este proyecto es el siguiente:

- Impuesto Predial: Es un tributo que se determina anualmente y grava el valor de los predios de terrenos, edificaciones e instalaciones fijas y permanentes).

7.1.6 Otros Aspectos Legales.

Certificado de Vigencia de Poder para los tres socios de Kirafiki Ecolodge con el fin de ser registrados en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (Sunarp) como representantes legales, facultados para realizar trámites a nombre del ecolodge.

7.2 Aspectos Organizacionales.

7.2.1 Organigrama Funcional.

La Figura 33 muestra el Organigrama de la empresa, que tiene las siguientes unidades:

- Unidad de Gestión: Incluye al Gerente General del ecolodge.
- Unidad de Apoyo: Se encuentra el área de Finanzas y Recursos Humanos con el personal necesario debajo de esas gestiones.
- Unidades centrales: Se encuentra el área de Marketing, Ventas, Alimentos y Bebidas, y Operaciones.

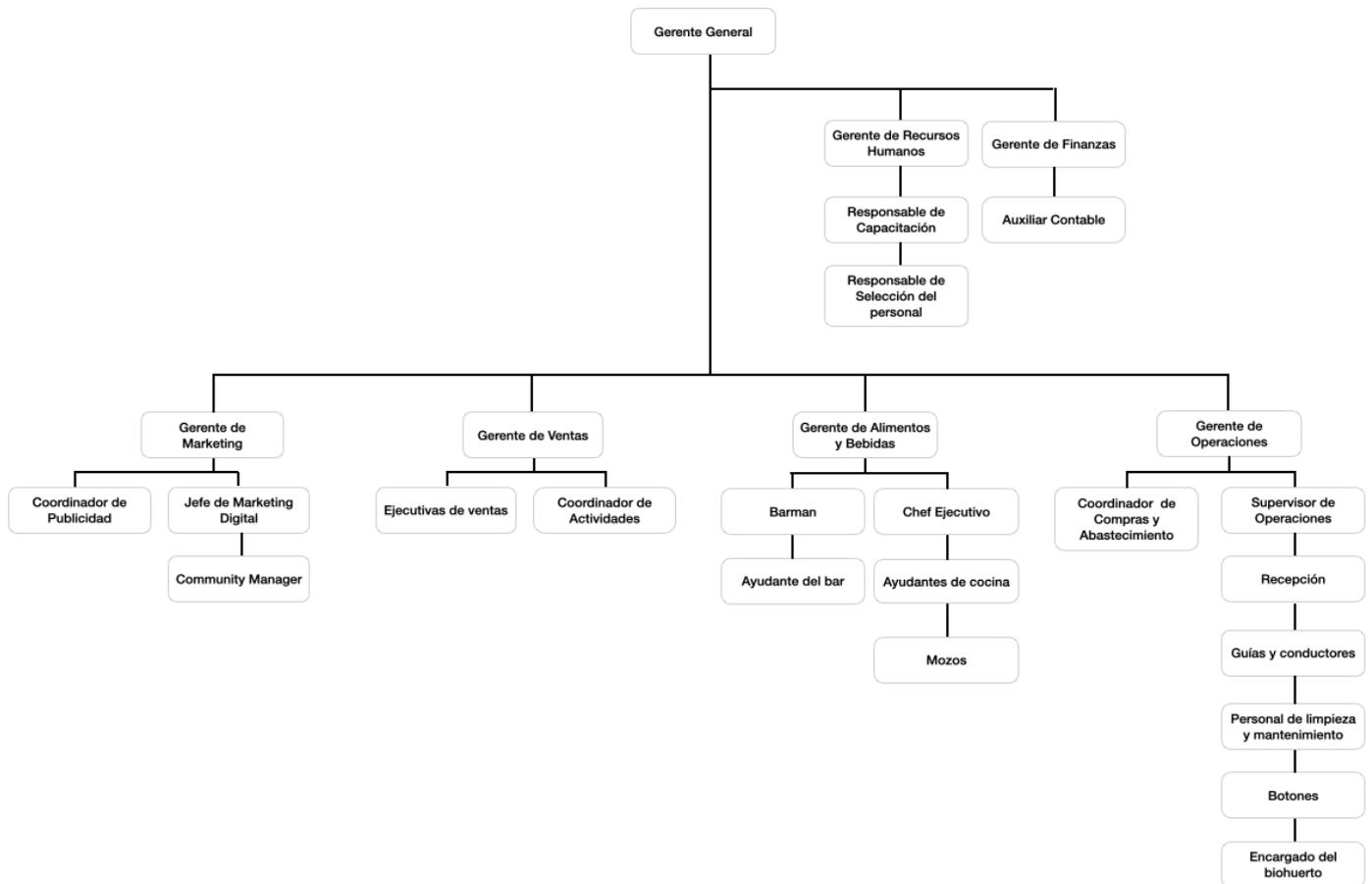


Figura 34. Organigrama Funcional de Kirafiki Ecolodge. Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, es importante mencionar que el Community Manager no se considera en la nómina de la empresa, debido a que es un trabajador de

honorarios. Del mismo modo, el personal de seguridad de ecolodge no ha sido considerado en el organigrama, ya que es un servicio que se subcontrata.

7.2.2 Puestos de Trabajo.

Todos los colaboradores de Kirafii Ecolodge tienen una serie de funciones según el trabajo que realizan. La Tabla 87 muestra el Manual de Funciones de la primera línea en la jerarquía del organigrama de Kirafiki Ecolodge.

Tabla 87

Manual de Funciones de los Gerentes de Kirafiki Ecolodge

Puesto de Trabajo	Gerente General
Área	Administración
Número de colaboradores	1
Persona a quien reporta	-
Subordinados	41
Funciones y Responsabilidades	Planificar, organizar y coordinar toda la operación de la empresa. Colaborar con los gerentes de las áreas para garantizar la coordinación de las actividades de ecolodge. Esforzarse por lograr objetivos de ganancias mientras verifica el servicio para garantizar los estándares esperados.
Puesto de Trabajo	Gerente de Marketing
Área	Marketing
Número de colaboradores	1
Persona a quien reporta	1
Subordinados	3
Funciones y Responsabilidades	Segmentar al público, desarrollar estrategias de precios e identificar a los competidores. Desarrollar campañas publicitarias y de marketing para posicionar al ecolodge y supervisar el proceso creativo.
Puesto de Trabajo	Gerente de Operaciones
Área	Operaciones
Número de colaboradores	1
Persona a quien reporta	1
Subordinados	14

Funciones y Responsabilidades	Supervisar el presupuesto asignado para suministros. Garantizar un servicio de calidad de las personas a su cargo. Conocer las operaciones de todas las áreas y proporcionar soluciones si es necesario.
Puesto de Trabajo	Gerente de Recursos Humanos
Área	Recursos Humanos
Número de colaboradores	1
Persona a quien reporta	1
Subordinados	2
Funciones y Responsabilidades	Supervisar las funciones del área y gestionar a los colaboradores. Conocer sobre compensación y beneficios sociales, capacitación, reclutamiento y selección.
Puesto de Trabajo	Gerente de Finanzas
Área	Finanzas
Número de colaboradores	1
Persona a quien reporta	1
Subordinados	1
Funciones y Responsabilidades	Estimación de capital, fuente de fondos seleccionada, disposición de ganancias. Establece objetivos para cada área, se encarga del control de efectivo y control financiero del ecolodge.
Puesto de Trabajo	Gerente de Ventas
Área	Ventas
Número de colaboradores	1
Persona a quien reporta	1
Subordinados	4
Funciones y Responsabilidades	Desarrolla estrategias de ventas, rastrea métricas y analiza datos. Trabaja junto al área de Marketing y establece objetivos de rendimiento para los ejecutivos.
Puesto de Trabajo	Gerente de Alimentos y Bebidas
Área	Alimentos y Bebidas
Número de colaboradores	1
Persona a quien reporta	1
Subordinados	8
Funciones y Responsabilidades	Sigue las regulaciones de alimentos, seguridad y sanidad, crea políticas de restaurantes y bares, diseña menús atractivos con el Chef Ejecutivo. Se conecta con los clientes y resuelve problemas si es necesario.

Fuente: Elaboración propia.

Las funciones del resto de los empleados se detallan a continuación:

- Coordinador de Publicidad: Planifica, crea y ejecuta campañas publicitarias para comercializar los servicios del ecolodge para clientes objetivo.
- Jefe de Marketing Digital: Desarrolla contenido de marketing digital, obtiene imágenes y contenido, actualiza los activos en línea.
- Community Manager: Gestiona comunicaciones, redes sociales y encargado de creación de contenido.
- Ejecutivos de Ventas: Presupuestos de pedidos, asistencia a clientes y asesoramiento. Construye relaciones con los clientes.
- Coordinador de Actividades: Programa horarios de entretenimiento en la Maloca principal para cada huésped y supervisa dichas actividades.
- Barman: Prepara bebidas alcohólicas y/o no alcohólicas, y evalúa las necesidades de los clientes del bar.
- Chef Ejecutivo: Desarrolla nuevas recetas, planifica menús, administra el inventario y capacita al personal de cocina.
- Asistentes de Bar y Cocina: Ayuda con cualquier cosa que el barman o el chef ejecutivo necesite, preparar comida, limpia y lava platos y/o vasos.
- Mozos: Brinda un servicio excelente, toma pedidos y hace recomendaciones de menú. Entrega comidas y bebidas a los huéspedes.
- Coordinador de Compras y Abastecimiento: Facilita el envío de productos, recibe productos, registra inventario.
- Supervisor de Operaciones: Evalúa el desempeño, implementa el proceso para reducir costos y supervisa el servicio de los empleados.

- **Recepcionistas:** Registra huéspedes, saluda y da la bienvenida a los mismos, y responde consultas. Asiste a los huéspedes en todo lo que necesitan.
- **Guías y conductores:** Informa y planifica el itinerario, proporciona información y gestiona un grupo de personas. Además de conducir botes durante recorridos y paseos.
- **Botones:** Sube y carga equipajes, escolta y dirige a los huéspedes a sus cabañas.
- **Encargado del biohuerto:** Monitorear la salud de las plantas, se encarga de regarlas y fertilizarlas. Cultiva y cosecha frutas y verduras para el restaurante.
- **Responsable de la Selección del personal:** Maximiza la fuerza de los empleados para cumplir con las metas y objetivos estratégicos del empleador.
- **Responsable de Capacitación:** Planifica programas para garantizar que los colaboradores tengan las habilidades y el conocimiento para trabajar de manera efectiva.
- **Auxiliar Contable:** Procesa y registra transacciones, prepara informes y presupuestos.

7.2.3 Aspectos Laborales.

Forma de contratación:

El área de Recursos Humanos utilizará las siguientes formas de contratación:

- Contrato después del lanzamiento de una nueva actividad, en el caso de la primera y segunda línea jerárquica, el contrato tendrá una duración de

1 año y el resto tendrá un contrato de 6 meses con 3 meses de prueba incluidos. Al final de ese tiempo en ambos casos, se puede hacer un contrato por tiempo indefinido.

- Contrato de locación de servicios, en el caso del diseñador gráfico solo será necesario para completar tareas específicas y de corto plazo.

Régimen laboral:

Al tener más de 10 trabajadores y exceder el límite máximo de una microempresa, se puede decir que Kirafiki Ecolodge es una pequeña empresa. Es por eso que está sujeto al régimen laboral general y tiene que cumplir con los requisitos que indica, además del pago de beneficios sociales a quienes lo soliciten.

Remuneración:

A continuación, la Tabla 88 muestra la nómina de los colaboradores, considerando los beneficios sociales que exige la ley.

Tabla 88

Remuneración de los colaboradores de Kirafiki Ecolodge

Concepto	#	Sueldo Básico	Sueldo Mensual	Gratificación	CTS	Vacaciones	EsSalud	Pensión	Asignación Familiar	Total Anual
Gerente General	1	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.10,000.00	S/.5,833.33	S/.5,000.00	S/.450.00	S/.650.00	S/.93.00	S/.82,349.33
Gerentes	6	S/.4,000.00	S/.24,000.00	S/.48,000.00	S/.28,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/.3,120.00	S/.558.00	S/.396,616.00
Jefe	1	S/.3,500.00	S/.3,500.00	S/.7,000.00	S/.4,083.33	S/.3,500.00	S/.315.00	S/.455.00	S/.93.00	S/.57,979.33
Coordinador	3	S/.3,000.00	S/.9,000.00	S/.18,000.00	S/.10,500.00	S/.9,000.00	S/.810.00	S/.1,170.00	S/.279.00	S/.149,568.00
Supervisor	1	S/.2,500.00	S/.2,500.00	S/.5,000.00	S/.2,916.67	S/.2,500.00	S/.225.00	S/.325.00	S/.93.00	S/.41,732.00

		0	0	0	.67					67
Community Manager	1	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.2,000.00	S/.1,166.67	S/.1,000.00	S/.90.00	S/.130.00	S/.93.00	S/.17,362.67
Ejecutivo de Ventas	3	S/.930.00	S/.2,790.00	S/.5,580.00	S/.3,255.00	S/.2,790.00	S/.251.10	S/.362.70	S/.279.00	S/.48,676.20
Barman	1	S/.1,500.00	S/.1,500.00	S/.3,000.00	S/.1,750.00	S/.1,500.00	S/.135.00	S/.195.00	S/.93.00	S/.25,486.00
Chef Ejecutivo	1	S/.2,000.00	S/.2,000.00	S/.4,000.00	S/.2,333.33	S/.2,000.00	S/.180.00	S/.260.00	S/.93.00	S/.33,609.33
Ayudante de Bar & Cocina	3	S/.930.00	S/.2,790.00	S/.5,580.00	S/.3,255.00	S/.2,790.00	S/.251.10	S/.362.70	S/.279.00	S/.48,676.20
Mozo	3	S/.930.00	S/.2,790.00	S/.5,580.00	S/.3,255.00	S/.2,790.00	S/.251.10	S/.362.70	S/.279.00	S/.48,676.20
Recepcionista	3	S/.930.00	S/.2,790.00	S/.5,580.00	S/.3,255.00	S/.2,790.00	S/.251.10	S/.362.70	S/.279.00	S/.48,676.20
Guía & Conductor	3	S/.1,000.00	S/.3,000.00	S/.6,000.00	S/.3,500.00	S/.3,000.00	S/.270.00	S/.390.00	S/.279.00	S/.52,088.00
Biohuerto	1	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.2,000.00	S/.1,166.67	S/.1,000.00	S/.90.00	S/.130.00	S/.93.00	S/.17,362.67
Limpieza & Mantenimiento	4	S/.1,000.00	S/.4,000.00	S/.8,000.00	S/.4,666.67	S/.4,000.00	S/.360.00	S/.520.00	S/.372.00	S/.69,450.67
Botones	1	S/.930.00	S/.930.00	S/.1,860.00	S/.1,085.00	S/.930.00	S/.83.70	S/.120.90	S/.93.00	S/.16,225.40
Asistente Contable	1	S/.1,500.00	S/.1,500.00	S/.3,000.00	S/.1,750.00	S/.1,500.00	S/.135.00	S/.195.00	S/.93.00	S/.25,486.00
Selección	1	S/.930.00	S/.930.00	S/.1,860.00	S/.1,085.00	S/.930.00	S/.83.70	S/.120.90	S/.93.00	S/.16,225.40
Capacitación	1	S/.930.00	S/.930.00	S/.1,860.00	S/.1,085.00	S/.930.00	S/.83.70	S/.120.90	S/.93.00	S/.16,225.40
Total	39	S/.33,510.00	S/.71,950.00	S/.143,900.00	S/.83,941.67	S/.71,950.00	S/.6,475.50	S/.9,353.50	S/.3,627.00	S/.1,212,471.67

Fuente: Elaboración propia.

Horarios Laborales:

Los horarios se establecen en función de las actividades que realiza el personal. Es importante mencionar que se han considerado horarios rotativos para los colaboradores que pertenecen al área de Alimentos y Bebidas.

Tabla 89

Horarios Laborales de los colaboradores de Kirafiki Ecolodge

Concepto	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
----------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Gerente General		Día libre	De 08:00 a.m. a 05:30 p.m.	Día libre
Gerentes				
Jefe	De 08:00 a.m. a 05:30 p.m.	De 08:00 a.m. a 05:30 p.m.	Día libre	De 09:00a.m. a 01:30 p.m.
Coordinador				
Supervisor				
Community Manager	De 08:00 a.m. a 05:00 p.m.			De 09:00a.m. a 01:30 p.m.
Ejecutivo de Ventas	De 08:00 a.m. a 05:00 p.m.			De 09:00a.m. a 01:30 p.m.
Barman	Día libre	De 06:00 a.m. a 03:00 p.m. - De 06:00 p.m. a 09:00 p.m.		
Chef Ejecutivo				
Ayudante de Bar & Cocina				
Mozo		De 06:00 a.m. a 02:30 p.m. - De 05:30 a 09:30 p.m.		
Recepcionista		De 06:00 a.m. a 02:30 p.m. - De 02:30 p.m. a 11:00 p.m. - De 11:00 p.m. a 06:00 a.m.		
Guía & Conductor		De 06:00 a.m. a 06:00 p.m.		
Biohuerto	De 06:00 a.m. a 06:00 p.m.			Día libre
Limpieza & Mantenimiento	Día libre	De 06:00 a.m. a 06:00 p.m.		
Botones	De 08:00 a.m. a 06:00 p.m.			Día libre
Asistente Contable	De 08:00 a.m. a 06:00 p.m.	Día libre	De 08:00 a.m. a 06:00 p.m.	Día libre
Selección			De 08:00 a.m. a 06:00 p.m.	Día libre
Capacitación	De 06:00 a.m. a 02:00 p.m.			Día libre

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo VIII: Aspectos Económicos - Financieros

8.1 Inversiones (2020-2024).

Esta parte está compuesta por la sumatoria de las inversiones de activos fijos, intangibles y capital de trabajo. Los montos están expresados en nuevos soles y en donde se usó la moneda de dólares americanos, se tomó como referencia el tipo de cambio de 3,40 nuevos soles por dólar, obtenido de Google Finance.

8.1.1 Inversión en Activo Fijo.

La inversión en activos fijos para el ecolodge consta de diferentes componentes, los cuales se encuentran detallados en el Anexo 2. A continuación, se muestra el consolidado con y sin IGV.

Tabla 90

Inversión en Activos Fijos

Inversión Activo Fijo Tangible	Sin IGV	Con IGV
Terreno	S/.510,000.00	-
Edificación	S/.1,020,000.00	S/.1,203,600.00
Maquinaria y equipos	S/.82,536.60	S/.97,393.19
Muebles y enseres	S/.147,300.86	S/.173,815.01
Infraestructura de Apoyo	S/.895.46	S/.1,056.64
Total	S/.1,760,732.92	S/.1,475,864.85

Fuente: Elaboración propia.

8.1.2 Inversión Activo Intangible.

Los componentes de Activos Intangibles se detallan en el Anexo 3 y aquí se muestra el consolidado de los mismos, con y sin IGV.

Tabla 91

Inversión en Activos Intangibles

Inversión Activo Fijo Intangible	Sin IGV	Con IGV
Aspecto Legal	S/.2,615.99	S/.3,086.87
Software	S/.588.20	S/.694.08
Gastos pre-operativos	S/.6,627.90	S/.7,820.92
Total	S/.9,832.09	S/.11,601.87

Fuente: Elaboración propia

8.1.3 Inversión en capital de trabajo.

Con el fin de determinar el capital de trabajo, se utilizó el método de máximo déficit acumulado en donde se tomó como dato los ingresos y egresos acumulados del primer año de operación.

Tabla 92

Método de Máximo Déficit Acumulado

Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Estacionalidad	7%	8%	7%	14%	5%	5%	13%	10%	6%	5%	5%	15%
Total Ingresos	S/.42,407.16	S/.48,465.33	S/.42,407.16	S/.84,814.33	S/.30,290.83	S/.30,290.83	S/.78,756.16	S/.60,581.66	S/.36,349.00	S/.30,290.83	S/.30,290.83	S/.90,872.50
Materia Prima												
<i>Insumos c/merma 3%</i>	- S/.49,583.58	- S/.56,666.95	- S/.49,583.58	- S/.99,167.15	- S/.35,416.84	- S/.35,416.84	- S/.92,083.79	- S/.70,833.68	- S/.42,500.21	- S/.35,416.84	- S/.35,416.84	- S/.106,250.52
<i>Amenities</i>	- S/.261.54	- S/.298.90	- S/.261.54	- S/.523.08	- S/.186.81	- S/.186.81	- S/.485.71	- S/.373.63	- S/.224.18	- S/.186.81	- S/.186.81	- S/.560.44
Costos Indirectos de Fabricación												
<i>Remuneración</i>	- S/.60,000.00											
<i>EsSalud</i>	- S/.5,400.00											
<i>CTS</i>	- S/.5,833.33											
<i>Asignación Familiar</i>	- S/.465.00											
<i>Útiles de Limpieza</i>	- S/.7,125.60											
Gastos Administrativos												
<i>Remuneración</i>	- S/.828,240.00											

<i>EsSalud</i>	- S/.63,89 2.80											
<i>CTS</i>	- S/.71,93 6.67											
<i>Asignación Familiar</i>	- S/.33,48 0.00											
<i>Materiales de Oficina</i>	- S/.286.8 0											
<i>Depreciación</i>	- S/.73,98 3.75											
<i>Servicios Básicos</i>	- S/.4,800. 00											
<i>Arbitrios Municipales</i>	- S/.650.0 0											
<i>Otros</i>	- S/.588.2 0											
Gastos de Ventas												
<i>Remuneración</i>	- S/.93,48 0.00											
<i>EsSalud</i>	- S/.8,413. 20											
<i>CTS</i>	- S/.6,171. 67											
<i>Asignación Familiar</i>	- S/.4,464. 00											
<i>Comisiones</i>	- S/.2,804. 40											
<i>Promoción en Medios Digitales</i>	- S/.36,00 0.00											
<i>Promoción en Medios Tradicionales</i>	- S/.36,00 0.00											
<i>Fam trips (3d/2n hab doble)</i>	- S/.2,040. 00											

<i>Capacitaciones externas</i>	- S/.500.00											
Total Egresos	- S/.1,396,400.53	- S/.1,403,521.26	- S/.1,396,400.53	- S/.1,446,245.64	- S/.1,382,159.07	- S/.1,382,159.07	- S/.1,439,124.91	- S/.1,417,762.72	- S/.1,389,279.80	- S/.1,382,159.07	- S/.1,382,159.07	- S/.1,453,366.37
<i>(Ingresos Egresos)</i>	- S/.1,353,993.36	- S/.1,355,055.93	- S/.1,353,993.36	- S/.1,361,431.31	- S/.1,351,868.23	- S/.1,351,868.23	- S/.1,360,368.75	- S/.1,357,181.06	- S/.1,352,930.80	- S/.1,351,868.23	- S/.1,351,868.23	- S/.1,362,493.88
Flujo Acumulado	- S/.1,353,993.36	- S/.2,709,049.29	- S/.1,353,993.36	- S/.2,715,424.68	- S/.1,351,868.23	- S/.2,703,736.47	- S/.1,360,368.75	- S/.2,717,549.80	- S/.1,352,930.80	- S/.2,704,799.03	- S/.1,351,868.23	- S/.2,714,362.11

Fuente: Elaboración propia.

8.1.4 Estructura de inversiones.

La inversión total está compuesta por los activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo. La Tabla 93 muestra la participación en porcentaje de cada uno de estos conceptos.

Tabla 93

Inversión Total de Kirafiki Ecolodge

Concepto	Total en S/	%
Activos Fijos		
Terreno	S/.510,000.00	10.82%
Edificación	S/.1,203,600.00	25.53%
Maquinaria y Equipos	S/.97,393.19	2.07%
Muebles y Enseres	S/.173,815.01	3.69%
Infraestructura de Apoyo	S/.1,056.64	0.02%
Activos Intangibles	S/.11,601.87	0.25%
Capital de Trabajo	S/.2,717,549.80	57.64%
Total	S/.4,715,016.52	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

8.2 Financiamiento.

8.2.1 Estructura de Financiamientos.

La Tabla 94 muestra el monto total del préstamo, que es el residuo del total de inversiones y el monto del capital propio.

Tabla 94

Financiamiento

Total Inversiones	S/.4,715,016.52
Capital Propio	S/.2,827,601.50
Préstamo	S/.1,887,415.01

Fuente: Elaboración propia.

8.2.2 Financiamiento del activo fijo tangible, intangible y del capital de trabajo.

La Tabla 95 muestra el financiamiento de los activos fijos tangibles, intangibles y capital de trabajo. Se ha considerado un periodo de 20 meses en cuotas trimestrales, con una tasa de interés del 12% y una tasa de interés mensual de 0.95%. Asimismo, se ha utilizado el Método Francés, el cual tiene una se caracteriza porque el pago de la cuota es constante.

Tabla 95

Financiamiento y Cronograma de pagos

Años	Fecha	Periodo	Préstamo	Capital	Interés	Pago Fijo Mensual	Balance	Escudo Fiscal
				Amortización			Deuda	
2020	1/1/20	1	S/.1,887,415.01	S/.86,144.86	S/.17,909.29	S/.104,054.15	S/.1,801,270.16	S/.19,676.97
	1/2/20	2	S/.1,801,270.16	S/.86,962.27	S/.17,091.88	S/.104,054.15	S/.1,714,307.88	
	1/3/20	3	S/.1,714,307.88	S/.87,787.44	S/.16,266.71	S/.104,054.15	S/.1,626,520.45	
	1/4/20	4	S/.1,626,520.45	S/.88,620.43	S/.15,433.72	S/.104,054.15	S/.1,537,900.01	
2021	1/1/21	5	S/.1,537,900.01	S/.89,461.34	S/.14,592.81	S/.104,054.15	S/.1,448,438.68	S/.15,707.48
	1/2/21	6	S/.1,448,438.68	S/.90,310.22	S/.13,743.93	S/.104,054.15	S/.1,358,128.46	
	1/3/21	7	S/.1,358,128.46	S/.91,167.15	S/.12,887.00	S/.104,054.15	S/.1,266,961.31	
	1/4/21	8	S/.1,266,961.31	S/.92,032.22	S/.12,021.93	S/.104,054.15	S/.1,174,929.10	

2022	1/1/22	9	S/.1,174,929.10	S/.92,905.49	S/.11,148.66	S/.104,054.15	S/.1,082,023.61	S/.11,585.16
	1/2/22	10	S/.1,082,023.61	S/.93,787.05	S/.10,267.10	S/.104,054.15	S/.988,236.55	
	1/3/22	11	S/.988,236.55	S/.94,676.98	S/.9,377.17	S/.104,054.15	S/.893,559.58	
	1/4/22	12	S/.893,559.58	S/.95,575.35	S/.8,478.80	S/.104,054.15	S/.797,984.23	
2023	1/1/23	13	S/.797,984.23	S/.96,482.24	S/.7,571.91	S/.104,054.15	S/.701,501.99	S/.7,304.14
	1/2/23	14	S/.701,501.99	S/.97,397.74	S/.6,656.41	S/.104,054.15	S/.604,104.24	
	1/3/23	15	S/.604,104.24	S/.98,321.93	S/.5,732.22	S/.104,054.15	S/.505,782.31	
	1/4/23	16	S/.505,782.31	S/.99,254.89	S/.4,799.26	S/.104,054.15	S/.406,527.43	
2024	1/1/24	17	S/.406,527.43	S/.100,196.70	S/.3,857.45	S/.104,054.15	S/.306,330.73	S/.2,858.31
	1/2/24	18	S/.306,330.73	S/.101,147.44	S/.2,906.71	S/.104,054.15	S/.205,183.29	
	1/3/24	19	S/.205,183.29	S/.102,107.21	S/.1,946.94	S/.104,054.15	S/.103,076.08	
	1/4/24	20	S/.103,076.08	S/.103,076.08	S/.978.07	S/.104,054.15	S/.0.00	
			S/.1,887,415.01					

Fuente: Elaboración propia.

8.3 Ingresos anuales (2020-2024).

8.3.1 Ingresos por ventas.

La Tabla 93 muestra los precios de los paquetes turísticos por el tipo de cabaña con y sin IGV.

Tabla 96

Precio de paquete por el tipo de cabaña

Concepto	5D/4N		4D/3N		3D/2N	
	Sin IGV	Con IGV	Sin IGV	Con IGV	Sin IGV	Con IGV
Simple	S/.792.37	S/.935.00	S/.720.34	S/.850.00	S/.648.31	S/.765.00
Doble Matrimonial	S/.720.34	S/.850.00	S/.648.31	S/.765.00	S/.576.27	S/.680.00
Triple	S/.662.71	S/.782.00	S/.590.68	S/.697.00	S/.518.64	S/.612.00
Familiar	S/.662.71	S/.782.00	S/.590.68	S/.697.00	S/.518.64	S/.612.00
Total	S/.2,838.14	S/.3,349.00	S/.2,550.00	S/.3,009.00	S/.2,261.86	S/.2,669.00

Fuente: Elaboración Propia.

A continuación, la Tabla 97 muestra los ingresos anuales del periodo 2020-2024. En el cálculo se tomó en cuenta los totales de ingresos por paquete y adicional a ello se especificó el número de personas asistentes por año.

Tabla 97

Ingresos anuales por paquete 2020-2024

Año	# de Personas	5D/4N	4D/3N	3D/2N	Total Ingresos sin IGV	Total Ingresos con IGV
2020	268	S/.224,756.83	S/.201,938.88	S/.179,120.93	S/.513,403.93	S/.605,816.64
2021	3,576	S/.2,994,311.43	S/.2,690,320.42	S/.2,386,329.41	S/.6,839,797.68	S/.8,070,961.26
2022	3,696	S/.3,094,305.28	S/.2,780,162.62	S/.2,466,019.95	S/.7,068,210.04	S/.8,340,487.85
2023	3,815	S/.3,194,299.14	S/.2,870,004.81	S/.2,545,710.48	S/.7,296,622.40	S/.8,610,014.43
2024	3,935	S/.3,294,293.00	S/.2,959,847.01	S/.2,625,401.02	S/.7,525,034.76	S/.8,879,541.02

Fuente: Elaboración Propia.

8.3.2 Recuperación de Capital de Trabajo.

Con el fin de determinar la variación porcentual del capital de trabajo, se tomó en cuenta los ingresos totales por los siguientes cinco años a los cuales se les sustrajo la tasa de crecimiento. La Tabla 98 muestra las tasas expresadas en porcentaje:

Tabla 98

Tasa de crecimiento de ventas (2020-2024)

Tasa de Crecimiento		1232.2%	3.3%	3.2%	3.1%
----------------------------	--	---------	------	------	------

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 99 muestra el capital de trabajo incremental luego de haberse aplicado la tasa de crecimiento de ventas y, una recuperación del capital de trabajo del 75% en el año 2024.

Tabla 99

Recuperación de KT

Concepto	0	2020	2021	2022	2023	2024
Inversión Capital de Trabajo		-S/.2,717,549.80	-S/.36,204,418.62	-S/.37,413,450.98	-S/.38,622,483.35	-S/.39,831,515.71
Variación de Capital de Trabajo	-S/.2,717,549.80	-S/.33,486,868.82	-S/.1,209,032.36	-S/.1,209,032.36	-S/.1,209,032.36	
Recuperación de Capital de Trabajo						-S/.29,873,636.78

Fuente: Elaboración propia.

8.3.3 Valor de Desecho Neto del Activo Fijo.

La Tabla 100 muestra el valor de desecho neto de los activos fijos del proyecto. La edificación tiene una vida útil contable de 20 años, mientras que la maquinaria y equipos, y los muebles y enseres tienen una vida útil contable de 10 años. Por otro lado, se ha considerado un porcentaje de 80% de valor de salvamento al quinto año para la edificación y 40% para la maquinaria y equipos, y los muebles y enseres. Asimismo, se ha considerado una tasa de impuesto a la renta de 29.5%.

Tabla 100

Valor de Desecho Neto del Activo Fijo

Activo Fijo	Valor de adquisición	Depreciación anual	Valor contable año 5	Valor comercial año 5	Beneficio o Pérdida
Terreno	S/.510,000.00		S/.510,000.00	S/.510,000.00	
Edificación	S/.1,020,000.00	S/.51,000.00	S/.765,000.00	S/.612,000.00	
Maquinaria y equipos	S/.82,536.60	S/.8,253.66	S/.41,268.30	S/.16,507.32	
Muebles y enseres	S/.147,300.86	S/.14,730.09	S/.73,650.43	S/.29,460.17	
Infraestructura de Apoyo	S/.895.46	S/.89.55	S/.447.73	S/.179.09	
Total	S/.1,760,732.92	S/.74,073.29	S/.1,390,366.46	S/.1,168,146.58	-S/.222,219.88

				Escudo Fiscal	-S/.65,554.86
				Valor Comercial Neto año 5	S/.1,233,701.45

Fuente: Elaboración propia.

8.4 Costos y Gastos anuales (2020-2024).

8.4.1 Egresos Desembolsables.

8.4.1.1 Presupuesto de materias primas y materiales.

La Tabla 101 muestra el Presupuesto de materias primas y materiales del 2020 al 2024.

Tabla 101

Presupuesto de materias primas y materiales

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materias primas + merma 3%	S/.708,336.82	S/.9,436,781.15	S/.9,751,918.76	S/.10,067,056.36	S/.10,382,193.97
Amenities	S/.3,736.25	S/.8,976.00	S/.9,275.75	S/.9,575.50	S/.9,875.25
Total	S/.712,073.07	S/.9,445,757.15	S/.9,761,194.51	S/.10,076,631.86	S/.10,392,069.22

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, el Anexo 4 muestra el detalle de las materias primas y materiales a utilizar por cada año con el incremento de acuerdo al mercado objetivo previamente calculado.

8.4.1.2 Presupuesto de compra de materias primas y materiales.

La Tabla 102 muestra el Presupuesto de compra de materias primas y materiales del 2020 al 2024.

Tabla 102

Presupuesto de compra de materias primas y materiales

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
-----------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio
Compra MP 3% merma		S/.737,850.85		S/.9,798,170.80		S/.9,765,049.49		S/.10,080,187.10		S/.10,395,324.70
Compra para producción	41,613.99	S/.708,336.82	514,391.93	S/.9,436,781.15	531,569.85	S/.9,751,918.76	548,747.77	S/.10,067,056.36	565,925.68	S/.10,382,193.97
Stock 15 días	1,733.92	S/.29,514.03	21,433.00	S/.393,199.21	22,148.74	S/.406,329.95	22,864.49	S/.419,460.68	23,580.24	S/.432,591.42
Compra para stock 15 días	1,733.92	S/.29,514.03	19,699.08	S/.361,389.64	715.75	S/.13,130.73	715.75	S/.13,130.73	715.75	S/.13,130.73
Compra Materiales		S/.4,047.60		S/.12,812.65		S/.9,414.27		S/.9,714.02		S/.10,013.77
Compra	1,225.00	S/.3,736.25	16,320.00	S/.8,976.00	16,865.00	S/.9,275.75	17,410.00	S/.9,575.50	17,955.00	S/.9,875.25
Stock 30 días	102.08	S/.311.35	1,360.00	S/.4,148.00	1,405.42	S/.4,286.52	1,450.83	S/.4,425.04	1,496.25	S/.4,563.56
Compra para stock 30 días	102.08	S/.311.35	1,257.92	S/.3,836.65	45.42	S/.138.52	45.42	S/.138.52	45.42	S/.138.52
Compra anual total		S/.741,898.46		S/.9,810,983.44		S/.9,774,463.76		S/.10,089,901.12		S/.10,405,338.47

Fuente: Elaboración propia.

8.4.1.3 Presupuesto de Costos Indirectos.

La Tabla 103 muestra las remuneraciones anuales del personal de limpieza, mantenimiento y del encargado del biohuerto.

Tabla 103

Remuneraciones anuales (CIF)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Remuneraciones	S/.60,000.00	S/.60,000.00	S/.60,000.00	S/.60,000.00	S/.60,000.00
Gratificaciones	S/.10,000.00	S/.10,000.00	S/.10,000.00	S/.10,000.00	S/.10,000.00
Sub Total	S/.70,000.00	S/.70,000.00	S/.70,000.00	S/.70,000.00	S/.70,000.00
EsSalud	S/.5,400.00	S/.5,400.00	S/.5,400.00	S/.5,400.00	S/.5,400.00
CTS	S/.5,833.33	S/.5,833.33	S/.5,833.33	S/.5,833.33	S/.5,833.33
Asignación Familiar	S/.465.00	S/.465.00	S/.465.00	S/.465.00	S/.465.00
Total	S/.81,698.33	S/.81,698.33	S/.81,698.33	S/.81,698.33	S/.81,698.33

Fuente: Elaboración propia.

El Presupuesto de Costos Indirectos está compuesto por las remuneraciones (limpieza, mantenimiento y biohuerto), así como de los útiles de limpieza necesarios para la operación del servicio.

Tabla 104

Presupuesto de Costos Indirectos

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Remuneraciones	S/.60,000.00	S/.60,000.00	S/.60,000.00	S/.60,000.00	S/.60,000.00
EsSalud	S/.5,400.00	S/.5,400.00	S/.5,400.00	S/.5,400.00	S/.5,400.00
CTS	S/.5,833.33	S/.5,833.33	S/.5,833.33	S/.5,833.33	S/.5,833.33
Asignación Familiar	S/.465.00	S/.465.00	S/.465.00	S/.465.00	S/.465.00
Útiles de Limpieza	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60
Total CIF	S/.78,823.93	S/.78,823.93	S/.78,823.93	S/.78,823.93	S/.78,823.93

Fuente: Elaboración propia.

8.4.1.4 Presupuesto de Gastos de Administración.

A continuación, la Tabla 105 muestra las remuneraciones anuales del área administrativa.

Tabla 105

Remuneraciones anuales (Administrativos)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Remuneraciones	S/.709,920.00	S/.709,920.00	S/.709,920.00	S/.709,920.00	S/.731,217.60
Gratificaciones	S/.118,320.00	S/.118,320.00	S/.118,320.00	S/.118,320.00	S/.121,869.60
Sub Total	S/.828,240.00	S/.828,240.00	S/.828,240.00	S/.828,240.00	S/.853,087.20
EsSalud	S/.63,892.80	S/.63,892.80	S/.63,892.80	S/.63,892.80	S/.65,809.58
CTS	S/.71,936.67	S/.71,936.67	S/.71,936.67	S/.71,936.67	S/.74,094.77
Asignación Familiar	S/.33,480.00	S/.33,480.00	S/.33,480.00	S/.33,480.00	S/.34,484.40
Total	S/.997,549.47	S/.997,549.47	S/.997,549.47	S/.997,549.47	S/.1,027,475.95

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, se realizó el Presupuesto de Gastos de Administración. En el detalle del presupuesto de “Otros” se ha considerado los softwares de reserva, contabilidad y adicionales.

Tabla 106

Presupuesto de Gastos de Administración

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Remuneraciones	S/.828,240.00	S/.828,240.00	S/.828,240.00	S/.828,240.00	S/.853,087.20
EsSalud	S/.63,892.80	S/.63,892.80	S/.63,892.80	S/.63,892.80	S/.65,809.58
CTS	S/.71,936.67	S/.71,936.67	S/.71,936.67	S/.71,936.67	S/.74,094.77
Asignación Familiar	S/.33,480.00	S/.33,480.00	S/.33,480.00	S/.33,480.00	S/.34,484.40
Materiales de Oficina	S/.286.80	S/.286.80	S/.286.80	S/.286.80	S/.286.80
Depreciación	S/.73,983.75	S/.73,983.75	S/.73,983.75	S/.73,983.75	S/.73,983.75
Servicios Básicos	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00
Arbitrios Municipales	S/.650.00	S/.650.00	S/.650.00	S/.650.00	S/.650.00
Otros	S/.588.20	S/.588.20	S/.588.20	S/.588.20	S/.588.20
Total	S/.1,077,858.21	S/.1,077,858.21	S/.1,077,858.21	S/.1,077,858.21	S/.1,107,784.70

Fuente: Elaboración propia.

8.4.1.5 Presupuesto de Gastos de Ventas.

La Tabla 107 muestra el conglomerado de gastos de ventas que incluye las remuneraciones de la Gerenta de Ventas y los ejecutivos a su cargo, las comisiones de venta de 3% sobre el sueldo, y el presupuesto designado para la promoción tanto digital como tradicional del ecolodge junto con las acciones comerciales (fam trips, capacitaciones) con agencias de viajes y tour operadores.

Tabla 107

Presupuesto de Gastos de Ventas

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Remuneraciones	S/.93,480.00	S/.93,480.00	S/.93,480.00	S/.93,480.00	S/.93,480.00
EsSalud	S/.8,413.20	S/.8,413.20	S/.8,413.20	S/.8,413.20	S/.8,413.20
CTS	S/.6,171.67	S/.6,171.67	S/.6,171.67	S/.6,171.67	S/.6,171.67
Asignación Familiar	S/.4,464.00	S/.4,464.00	S/.4,464.00	S/.4,464.00	S/.4,464.00
Comisiones	S/.2,804.40	S/.2,804.40	S/.2,804.40	S/.2,804.40	S/.2,804.40
Promoción en Medios Digitales	S/.36,000.00	S/.36,000.00	S/.36,000.00	S/.36,000.00	S/.36,000.00
Promoción en Medios Tradicionales	S/.36,000.00	S/.36,000.00	S/.36,000.00	S/.36,000.00	S/.36,000.00
Fam trips (3d/2n hab doble)	S/.2,040.00	S/.2,040.00	S/.2,040.00	S/.2,040.00	S/.2,040.00
Capacitaciones externas	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00
Total Gastos de Ventas	S/.189,873.27	S/.189,873.27	S/.189,873.27	S/.189,873.27	S/.189,873.27

Fuente: Elaboración propia.

8.4.2 Egresos no Desembolsables.

8.4.2.1 Depreciación.

A continuación, la Tabla 108 muestra la depreciación de los Activos Fijos Tangibles (sin IGV).

Tabla 108

Depreciación de los Activos Fijos Tangibles

Activo Fijo	Valor de adquisición	Depreciación anual
Terreno	S/.510,000.00	
Edificación	S/.1,020,000.00	S/.51,000.00
Maquinaria y equipos	S/.82,536.60	S/.8,253.66
Muebles y enseres	S/.147,300.86	S/.14,730.09
Infraestructura de Apoyo	S/.895.46	S/.89.55
Total	S/.1,760,732.92	S/.74,073.29

Fuente: Elaboración propia.

8.4.2.2 Amortización de Intangibles.

A continuación, la Tabla 109 muestra la amortización de los Activos Intangibles (sin IGV). Se ha considerado una vida útil contable de tres años para todos los Activos Intangibles mencionados.

Tabla 109

Amortización de los Activos Intangibles

Activo Intangible	Valor	Vida Útil Contable	Amortización Anual
Aspecto Legal	S/.2,615.99		
Software	S/.588.20		
Gastos pre-operativos	S/.6,627.90		
Total	S/.9,832.09	3	S/.3,277.36

Fuente: Elaboración propia.

8.4.3 Costo unitario y costo total unitario.

En relación al costo unitario, se midió el costo en relación a los tipos de paquetes y tipos de cabañas que ofrecemos como se muestra a continuación.

Tabla 110

Costo Unitario paquete 3D/2N

Concepto	Simple	Doble	Triple	Familiar
Costos Variables	S/.476.00	S/.408.00	S/.374.00	S/.374.00
Costo por actividades	S/.272.00	S/.170.00	S/.102.00	S/.102.00
Costo de alojamiento	S/.204.00	S/.238.00	S/.272.00	S/.272.00
Costos Fijos	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Costo Restaurante	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Total	S/.544.00	S/.476.00	S/.442.00	S/.442.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 111

Costo Unitario paquete 4D/3N

Concepto	Simple	Doble	Triple	Familiar
Costos Variables	S/.544.00	S/.459.00	S/.425.00	S/.391.00
Costo por actividades	S/.306.00	S/.187.00	S/.119.00	S/.85.00
Costo de alojamiento	S/.238.00	S/.272.00	S/.306.00	S/.306.00
Costos Fijos	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Costo Restaurante	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Total	S/.612.00	S/.527.00	S/.493.00	S/.459.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 112

Costo Unitario paquete 5D/4N

Concepto	Simple	Doble	Triple	Familiar
Costos Variables	S/.612.00	S/.510.00	S/.442.00	S/.459.00
Costo por actividades	S/.340.00	S/.204.00	S/.136.00	S/.119.00
Costo de alojamiento	S/.272.00	S/.306.00	S/.306.00	S/.340.00
Costos Fijos	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Costo Restaurante	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00	S/.68.00
Total	S/.680.00	S/.578.00	S/.510.00	S/.527.00

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al costo total unitario, corresponde a la sumatoria de los costos unitarios por paquete y separado por el tipo de cabaña ofrecida como se muestra en la Tabla 113.

Tabla 113

Costo Total Unitario

Paquete	Simple	Doble	Triple	Familiar
3D/2N	S/.544.00	S/.476.00	S/.442.00	S/.442.00
4D/3N	S/.612.00	S/.527.00	S/.493.00	S/.459.00

5D/4N	S/.680.00	S/.578.00	S/.510.00	S/.527.00
Total	S/.1,836.00	S/.1,581.00	S/.1,445.00	S/.1,428.00

Fuente: *Elaboración propia.*

8.5 Estados Financieros Proyectados (2020-2024).

8.5.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.

Estado de Ganancias y Pérdidas:

- El horizonte de evaluación será de cinco años (2020-2024).
- El tipo de cambio empleado es S/ 3.40 por dólar americano.
- Todos los montos son expresados en soles.
- El impuesto a la renta es del 29.5%.

Flujo de Caja:

- Los ingresos están afectos al IGV.
- Los egresos son afectos al IGV a excepción de la depreciación y amortización.

8.5.2 Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado.

La Tabla 114 muestra el Estado de Resultados Proyectado mediante el método absorbente, mientras que la Tabla 115 muestra el Estado de Resultados Proyectado mediante el método de costeo directo. Ambos métodos muestran que Kirafiki Ecolodge tendrá utilidades a partir del año 2021.

Tabla 114

Estado de Resultados Proyectado - Método Absorbente

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	S/.605,816.64	S/.8,070,961.26	S/.8,340,487.85	S/.8,610,014.43	S/.8,879,541.02
Costos Indirectos de Fabricación	S/.78,823.93	S/.78,823.93	S/.78,823.93	S/.78,823.93	S/.78,823.93
Utilidad Bruta	S/.526,992.71	S/.7,992,137.33	S/.8,261,663.92	S/.8,531,190.50	S/.8,800,717.09

Gastos de Ventas	S/.189,873.27	S/.189,873.27	S/.189,873.27	S/.189,873.27	S/.189,873.27
Gastos Administrativos	S/.1,077,947.76	S/.1,077,947.76	S/.1,077,947.76	S/.1,077,947.76	S/.1,107,874.24
Utilidad Operativa	-S/.740,828.32	S/.6,724,316.30	S/.6,993,842.89	S/.7,263,369.48	S/.7,502,969.58

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 115

Estado de Resultados Proyectado - Método Directo

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	S/.605,816.64	S/.8,070,961.26	S/.8,340,487.85	S/.8,610,014.43	S/.8,879,541.02
Costos Indirectos Variables	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60
Gastos de Ventas Variables	S/.77,344.40	S/.77,344.40	S/.77,344.40	S/.77,344.40	S/.77,344.40
Gastos Administrativos Variables	S/.5,675.00	S/.5,675.00	S/.5,675.00	S/.5,675.00	S/.5,675.00
Margen de Contribución	S/.515,671.64	S/.7,980,816.26	S/.8,250,342.85	S/.8,519,869.43	S/.8,789,396.02
Costos Indirectos Fijos	S/.71,698.33	S/.71,698.33	S/.71,698.33	S/.71,698.33	S/.71,698.33
Gastos de Ventas Fijos	S/.112,528.87	S/.112,528.87	S/.112,528.87	S/.112,528.87	S/.112,528.87
Gastos Administrativos Fijos	S/.1,072,272.76	S/.1,072,272.76	S/.1,072,272.76	S/.1,072,272.76	S/.1,102,199.24
Utilidad Operativa	-S/.740,828.32	S/.6,724,316.30	S/.6,993,842.89	S/.7,263,369.48	S/.7,502,969.58

Fuente: Elaboración propia.

8.5.3 Flujo de Caja Operativo Proyectado.

La Tabla 116 muestra el Flujo de Caja Operativo Proyectado para los siguientes cinco años. Este flujo contiene el total de ingresos por ventas, los egresos incluyendo la depreciación del activo fijo y la amortización de los intangibles. Se consideró 29.5% como impuesto a la renta.

Tabla 116

Flujo de Caja Operativo Proyectado

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Total Ingresos	S/.605,816.64	S/.8,070,961.26	S/.8,340,487.85	S/.8,610,014.43	S/.8,879,541.02
Costos Indirectos de	-S/.78,823.93	-S/.78,823.93	-S/.78,823.93	-S/.78,823.93	-S/.78,823.93

Fabricación					
Gastos Administrativos	-S/.1,077,947.76	-S/.1,077,947.76	-S/.1,077,947.76	-S/.1,077,947.76	-S/.1,107,874.24
Gastos de Ventas	-S/.189,873.27	-S/.189,873.27	-S/.189,873.27	-S/.189,873.27	-S/.189,873.27
Depreciación	-S/.74,073.29	-S/.74,073.29	-S/.74,073.29	-S/.74,073.29	-S/.74,073.29
Amortización	-S/.3,277.36	-S/.3,277.36	-S/.3,277.36	-S/.3,277.36	-S/.3,277.36
UAI	-S/.818,178.98	S/.6,646,965.65	S/.6,916,492.23	S/.7,186,018.82	S/.7,425,618.92
Impuesto a la Renta	-S/.241,362.80	S/.1,960,854.87	S/.2,040,365.21	S/.2,119,875.55	S/.2,190,557.58
Utilidad Neta	-S/.1,059,541.77	S/.8,607,820.51	S/.8,956,857.44	S/.9,305,894.37	S/.9,616,176.51
Depreciación	S/.74,073.29	S/.74,073.29	S/.74,073.29	S/.74,073.29	S/.74,073.29
Amortización	S/.3,277.36	S/.3,277.36	S/.3,277.36	S/.3,277.36	S/.3,277.36
Flujo de Caja Operativo	-S/.982,191.12	S/.8,685,171.17	S/.9,034,208.10	S/.9,383,245.03	S/.9,693,527.16

Fuente: Elaboración propia.

8.5.4 Flujo de Capital Projectado.

La Tabla 117 muestra el Flujo de Capital Projectado, el cual contiene la Inversión del Activo Fijo, Inversión del Activo Intangible, Inversión del Capital de Trabajo, Valor de Desecho Neto del Activo Fijo y la Recuperación de Capital de Trabajo.

Tabla 117

Flujo de Capital Projectado

Concepto	0	2020	2021	2022	2023	2024
Inversión Activo Fijo	-S/.1,760,732.92					
Inversión Activo Intangible	-S/.9,832.09					
Inversión Capital de Trabajo	-S/.2,717,549.80	-S/.33,486,868.82	-S/.1,209,032.36	-S/.1,209,032.36	-S/.1,209,032.36	
Valor de Desecho Neto del Activo Fijo						S/.1,233,701.45
Recuperación de Capital de Trabajo						S/.29,873,636.78
Flujo de Caja Inversión	-S/.4,488,114.81	-S/.33,486,868.82	-S/.1,209,032.36	-S/.1,209,032.36	-S/.1,209,032.36	S/.31,107,338.23

Fuente: Elaboración propia.

8.5.5 Flujo de Caja Económico Proyectado.

La Tabla 118 muestra el Flujo de Caja Económico Proyectado, el cual es el resultado de la suma del Flujo de Caja Operativo y el Flujo de Caja de Inversión.

Tabla 118

Flujo de Caja Económico Proyectado

Concepto	0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo de Caja Operativo		-S/.982,191.12	S/.8,685,171.17	S/.9,034,208.10	S/.9,383,245.03	S/.9,693,527.16
Flujo de Inversión	-S/.4,488,114.81	-S/.33,486,868.82	-S/.1,209,032.36	-S/.1,209,032.36	-S/.1,209,032.36	S/.31,107,338.23
Flujo de Caja Económico	-S/.4,488,114.81	-S/.34,469,059.93	S/.7,476,138.81	S/.7,825,175.74	S/.8,174,212.67	S/.40,800,865.39

Fuente: Elaboración propia.

8.5.6 Flujo del Servicio de la deuda.

La Tabla 119 muestra el Flujo del Servicio de la deuda, el cual contiene el préstamo, el servicio de la deuda y el escudo fiscal.

Tabla 119

Flujo del Servicio de la deuda

Concepto	0	2020	2021	2022	2023	2024
Préstamo	S/.1,887,415.01					
Servicio de la deuda		-S/.456,246.90	-S/.456,246.90	-S/.456,246.90	-S/.456,246.90	-S/.456,246.90
Escudo Fiscal (29.5%)		S/.39,156.70	S/.31,787.37	S/.23,849.01	S/.15,297.66	S/.6,086.01
Flujo de Deuda	S/.1,887,415.01	-S/.417,090.20	-S/.424,459.52	-S/.432,397.89	-S/.440,949.23	-S/.450,160.89

Fuente: Elaboración propia.

8.5.7 Flujo de Caja Financiero.

La Tabla 120 muestra el Flujo de Caja Financiero, el cual es el resultado de la suma del Flujo de Caja Económico y el Flujo de Caja de la Deuda.

Tabla 120

Flujo de Caja Financiero

Concepto	0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo de Caja Económico	-S/.4,488,114.81	-S/.34,469,059.93	S/.7,476,138.81	S/.7,825,175.74	S/.8,174,212.67	S/.40,800,865.39
Flujo de Caja de la Deuda	S/.1,887,415.01	-S/.417,090.20	-S/.424,459.52	-S/.432,397.89	-S/.440,949.23	-S/.450,160.89
Flujo de Caja Financiero	-S/.2,600,699.80	-S/.34,886,150.13	S/.7,051,679.28	S/.7,392,777.85	S/.7,733,263.43	S/.40,350,704.50

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo IX: Evaluación Económica y Financiera

9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento.

9.1.1 Costo de Oportunidad (Ke) - Modelo CAPM.

Primero se ha determinado la beta desapalancada y la beta apalancada del proyecto, para lo cual se han utilizado los datos de la Tabla 121.

Tabla 121

Beta apalancada, D/E e Impuesto de Estados Unidos

Beta apalancada	1.26%
D/E	56.41%
Impuesto Estados Unidos	25.00%

Nota: Valores obtenidos de Damodaran Online.

Los resultados son los siguientes:

- Beta desapalancada = 0.885%
- Beta apalancada del proyecto = 1.37%

Para determinar el Costo de Oportunidad se ha utilizado el Modelo CAPM, el cual tiene la siguiente fórmula: $Ke = Rf + \beta(Rm - Rf)$

Donde:

- K_e = Costo de Oportunidad
- R_f = Tasa Libre de Riesgo
- β = Beta del sector
- R_m = Rendimiento de mercado

La Tabla 122 muestra los valores utilizados.

Tabla 122

Datos para el Costo de Oportunidad

Tasa libre de riesgo estadounidense	6.01%
Rendimiento del mercado estadounidense	11.10%
Inflación de Estados Unidos	2.10%
Inflación Perú	1.21%
Riesgo país (Perú)	2.22

Nota: Valores de tasa libre de riesgo y rendimiento del mercado estadounidense obtenidos de Damodaran Online. Valor de la inflación de Estados Unidos obtenido de Index Mundi. Valor de la inflación de Perú obtenido del Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú. Valor del riesgo país Perú obtenido del Banco Central de Reserva del Perú.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

- K_e nominal (USA) = 6.08%
- K_e real (USA) = 3.90%
- K_e real (Perú) = 6.12%
- K_e nominal (Perú) = 7%

9.1.2 Costo de la Deuda (Kd).

Para determinar el Costo de la Deuda (Kd) se ha utilizado la siguiente

$$\text{f\u00f3rmula: } Kd \text{ real} = \frac{1 + TEA}{1 + \text{inflaci\u00f3n Per\u00fa}} - 1$$

La Tabla 123 muestra los datos utilizados.

Tabla 123

Datos para el Costo de la Deuda

TEA	25.00%
Inflaci\u00f3n Per\u00fa	1.21%

Fuente: Elaboraci\u00f3n propia.

Por ende, el Costo de la Deuda (Kd) es 24%.

9.1.3 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Primero se determin\u00f3 los porcentajes de la deuda y capital mostrados en la Tabla 124.

Tabla 124

Valores y porcentajes de la deuda y capital

Deuda	S/.1,887,415.01	42.05%
Capital	S/.2,600,699.80	57.95%
Total	S/.4,488,114.81	100.00%

Fuente: Elaboraci\u00f3n propia.

Posteriormente se determin\u00f3 la relaci\u00f3n D/C la cual es 0.73. Finalmente se determin\u00f3 el Costo Medio Ponderado de Capital (WACC real), mediante la siguiente f\u00f3rmula:

$$WACC = \frac{\text{Deuda}}{\text{Deuda} + \text{Capital}} \times Kd \times (1 + \text{Tasa impuesto deuda}) + \frac{\text{Deuda}}{\text{Deuda} + \text{Capital}} Ke$$

El resultado obtenido del WACC real es 14.68%

9.2 Evaluación económica-financiera.

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad.

Para determinar el Valor Actual Neto (VAN) se utilizó la siguiente

$$\text{fórmula: } VAN = -I_0 + \sum \frac{FC}{(1+i)^n}$$

En el caso del VANE se han considerado los valores del Flujo de Caja Económico y el WACC, mientras que para el VANF se han considerado los valores del Flujo de Caja Financiero y el Ke real Perú.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

- VANE = S/. 1,628,842.26
- VANF = S/. 13,056,481.13

Por otro lado, para determinar la Tasa Interna de Retorno (TIR) se utilizó

$$\text{la siguiente fórmula: } VAN = -I_0 + \sum \frac{FC}{(1+TIR)^n}$$

En el caso de TIRE se han considerado los valores del Flujo de Caja Económica, mientras que para el TIRF se han considerado los valores del Flujo de Caja Financiero.

Los resultados son los siguientes:

- TIRE = 16.32%
- TIRF = 16.86%

Posteriormente, se determinó el Período de Recuperación de Capital (PRC), el cual dio como resultado 6 años.

Finalmente, para determinar el Ratio Beneficio/Costo (B/C) se utilizó la siguiente fórmula: $B/C = \frac{VA(\text{flujos})}{Io}$

En el caso de B/C-e se han considerado los valores del Flujo de Caja Económica, mientras que para el B/C-f se han considerado los valores del Flujo de Caja Financiero.

Los resultados son los siguientes:

- B/C-e = 1.36
- B/C-f = 1.79

9.2.2 Análisis del Punto de equilibrio.

La Tabla 125 muestra los datos de los costos fijos y costos variables para determinar los costos totales anuales.

Tabla 125

Costos Fijos y Costos Variables

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos Administrativos	S/.1,077,947.76	S/.1,072,272.76	S/.1,072,272.76	S/.1,072,272.76	S/.1,102,199.24
Gastos de Ventas	S/.189,873.27	S/.112,528.87	S/.112,528.87	S/.112,528.87	S/.112,528.87
Costos Indirectos Fijos	S/.71,698.33	S/.71,698.33	S/.71,698.33	S/.71,698.33	S/.71,698.33
Total Costos Fijos	S/.1,339,519.36	S/.1,256,499.96	S/.1,256,499.96	S/.1,256,499.96	S/.1,286,426.44
Costos Indirectos Variables	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60	S/.7,125.60
Costo Materia Prima	S/.712,073.07	S/.9,445,757.15	S/.9,761,194.51	S/.10,076,631.86	S/.10,392,069.22
Total Costos Variables	S/.719,198.67	S/.9,452,882.75	S/.9,768,320.11	S/.10,083,757.46	S/.10,399,194.82
Total Costos	S/.2,058,718.03	S/.10,709,382.71	S/.11,024,820.07	S/.11,340,257.42	S/.11,685,621.26

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 126 muestra la estimación del punto de equilibrio, para lo cual se convirtió el margen de contribución a indicador con el fin de poder contar con su equivalente en porcentaje.

Tabla 126

Punto de Equilibrio

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Total Costos	S/.2,058,718.03	S/.10,709,382.71	S/.11,024,820.07	S/.11,340,257.42	S/.11,685,621.26
Margen de Contribución (%)	85.12	98.88	98.92	98.95	98.98
Punto de Equilibrio	S/.24,186.04	S/.108,303.47	S/.111,452.80	S/.114,602.44	S/.118,054.70

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 127 muestra la comprobación del punto de equilibrio.

Tabla 127

Comprobación del Punto de Equilibrio

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	S/.24,186.04	S/.108,303.47	S/.111,452.80	S/.114,602.44	S/.118,054.70
Costos Variables	S/.2,034,531.99	S/.10,601,079.24	S/.10,913,367.27	S/.11,225,654.98	S/.11,567,566.56
Margen de Contribución	S/.2,058,718.03	S/.10,709,382.71	S/.11,024,820.07	S/.11,340,257.42	S/.11,685,621.26
Costos Fijos	S/.2,058,718.03	S/.10,709,382.71	S/.11,024,820.07	S/.11,340,257.42	S/.11,685,621.26
Utilidad Operativa	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo X: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

- La decisión de crear este ecolodge en Iquitos fue debido a que el turismo en el Perú se ve obligado a descentralizarse y el sector nor-amazónico es una buena opción, sobre todo porque después de la crisis actual debido a la pandemia del COVID-19, se espera un cambio en los motivos de viaje siendo el de naturaleza uno de los principales.
- Con este proyecto se busca fomentar la contribución con la conservación del medio ambiente, de la flora y fauna peruana para poder hacer uso de los recursos naturales de

manera sostenible. Además, de sumarnos a las cadenas que cuentan con prácticas sostenibles y animar a que más proyectos como este se lleven a cabo.

- La participación de las comunidades aledañas y pobladores de la ciudad de Iquitos es de suma importancia, ya que no solo se trata de generar ingresos propios sino de involucrar a todos los agentes para la promoción del destino. Empoderar la cultura de Iquitos, compartirla y evitar que se pierda o se vuelva solo algo de carácter comercial sino sea una ventana para poder instruir a otras personas sobre sus costumbres.
- Las investigaciones realizadas en este proyecto muestran que existe una tendencia de crecimiento anual en el sector hotelero, en específico los ecolodges. Esto implica un beneficio y un reto al buscar generar ingreso sin dejar de lado la esencia de ser una marca sostenible.
- El proyecto Kirafiki Ecolodge es viable ya que presenta un margen de ganancia positivo al igual que el Valor Actual Neto (económico y financiero), además de mostrar ganancias y utilidades a partir del segundo año (2021).

Recomendaciones:

- Se recomienda tener en cuenta la inversión que implica desarrollar este tipo de proyectos ya que optar alternativas sostenibles tiene un costo medio-alto. Por esa razón, es importante buscar la manera de reducir costos manteniendo la calidad del servicio.
- Es importante siempre recordar que si se opta por crear un ecolodge, se deben mantener las prácticas sostenibles a lo largo de toda la gestión ya que suele haber empresas o cadenas hoteleras que desvirtúan su esencia al enfrentar costos elevados.

Referencias

- Andina (2018). *Perú avanza en 30 indicadores en Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-avanza-30-indicadores-objetivos-desarrollo-sostenible-675270.aspx>
- Andina (2020). *El río Amazonas logra la Jerarquía 4, la máxima distinción turística del mundo*. Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-el-rio-amazonas-logra-jerarquia-4-maxima-distincion-turistica-del-mundo-783354.aspx>
- APEIM (2019). *Niveles Socioeconómicos 2019*. APEIM. <https://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/12/NSE-2019-Web-Apeim-2.pdf>
- BCRP (2019). *Población Económicamente Activa*. BCRP. <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/>.
- BCRP (2019). *Reporte de inflación*. BCRP. <https://www.bcrp.gob.pe/politica-monetaria/reporte-de-inflacion.html>.
- BCRP (2019). *Reporte de tasa de interés*. BCRP. <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/tasas-de-interes>.
- Cero Debe (2019). *Loreto: viaje al reino de la naturaleza más sorprendente de Perú*. Cerodos. https://www.cerodosbe.com/es/destinos/region-de-loreto-viaje-al-reino-infinito-de-la-naturaleza_654494_102.html
- Congreso de la República del Perú (1997). *Ley N°26842 Ley General de Salud*. Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas. <http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/LEYN26842.pdf>
- Congreso de la República del Perú (2006). *Ley General del Trabajo*. Archivo Digital de la Legislación del Perú. <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2006/trabajo/ley-general/texto.pdf>
- Congreso de la República del Perú (2008). *Decreto Legislativo N°1062 Ley de Inocuidad de los Alimentos*. Archivo Digital de la Legislación del Perú. <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/DecretosLegislativos/01062.pdf>
- Congreso de la República del Perú (2009). *Ley N°29408 Ley General de Turismo*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/normas-legales/marco-general/>
- CPI (2019). *Perú: Población 2017*. CPI. http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacion_peru_2017.pdf.
- CPI (2019). *Perú: Población 2019*. CPI. http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

- El Comercio (2020). *Sueldo mínimo en el Perú: ¿Cómo pasó de S/345 a S/930 en dos décadas?*. El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/peru/sueldo-minimo-en-el-peru-como-paso-de-s345-a-s930-en-dos-decadas-consejo-de-ministros-vice-zaballos-remuneracion-minima-vital-rmv-mtpe-mef-noticia/>
- ESAN (2019). *Principales tendencias de consumo que marcarán el 2019*. ESAN. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/02/principales-tendencias-de-consumo-que-marcaran-el-2019/>
- Gestión (2020). *Tendencias: Las cinco principales tendencias del consumidor peruano*. Gestión. <https://gestion.pe/tendencias/cinco-principales-tendencias-consumidor-peruano-139597-noticia/?ref=gesr>
- Gobierno Regional de Loreto (2015). *Información técnica de la provincia de Maynas*. Gobierno Regional de Loreto. http://geoportal.regionloreto.gob.pe/wp-content/uploads/2016/10/MP_DBe.pdf
- <http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-ESTABLECIMIENTO-DE-HOSPEDAJE.pdf>
- <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prLA45665419>
- https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/RM_N0052019VIVIENDAModificaD.S.N_0062014A_030.pdf
- INEI (2019). *Estadísticas de la Balanza Comercial: Importaciones y Exportaciones*. INEI. <http://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/exportaciones-e-importaciones/1/>.
- INEI (2019). *Ingreso per cápita*. INEI. <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>.
- INEI (2019). *Producto Bruto Interno*. INEI. <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/pbi-trimestral/1/>.
- International Data Corporation (2019). *La industria de TI en Latinoamérica crecerá 1.3% en 2019 y 4.8% para 2020*. International Data Corporation.
- Mateo, Luis (2010). *Normativa Ambiental en el Perú y en el mundo*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/normatividad-ambiental-peru-mundo/>
- MINCETUR (2019). *Iquitos: Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta*. MINCETUR. <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content4.html>

- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2020). *Perú: Ficha Técnica*. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/PERU_FICHA%20PAIS.pdf
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. *Resolución Ministerial que modifica la norma técnica A.030 "Hospedaje" del Reglamento Nacional de Edificaciones*. Archivo Digital del Diario El Peruano.
- Ministerio del Ambiente. *Guía de otorgamiento de derechos para turismo en áreas naturales*. Archivo Digital de Sernanp. <http://www.sernanp.gob.pe/documents/10181/101461/guia+de+otorgamiento+de+der echo.pdf/ff49a772-b65b-46ff-b0fe-596bd0d09abc>.
- Ortiz, Astrid (2009). *Gestión ambiental en la empresa*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/gestion-ambiental-empresa/>
- Poder Ejecutivo del Perú (2004). *Reglamento de Establecimiento de Hospedaje - Decreto Supremo N°029*. Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo.
- Portal de Turismo (2019). *Hoteles de Perú se recuperan este año en niveles de ocupación y tarifas*. Portal de Turismo. <https://portaldeturismo.pe/noticia/hoteles-de-peru-se-recuperan-este-ano-en-niveles-de-ocupacion-y-tarifas/>
- Proinversión (2016). *Régimen laboral de la actividad privada en el Perú*. Proinversión. www.proinversion.gob.pe/apec/pdf/4%20Regimen%20Laboral.pdf
- Promperú (2018) *Extranjero que visita Loreto*. Promperú. <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=Extranjero%20que%20visita%20Loreto&url=Uploads/publicaciones/2040/ExtranjeroLoreto2018.pdf&nombObjeto=Publicaciones&back=/TurismoIN/sitio/ReporteTuristaExtranjero&issuuid=0>
- Promperú (2018) *Imagen del destino: Loreto - Nacional*. Promperú. <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=Imagen%20del%20destino:%20Loreto%20-%20Nacional&url=Uploads/infografias/1041/ImagenDelDestinoLoretoNac.pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIN/sitio/ReporteTuristaNacional&issuuid=0>
- Promperú (2018) *Lugar visitado - Loreto*. Promperú. <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20->

[%20Loreto&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/39/tips/2441/PTE%2016_%20Turista%20que%20visita%20Loreto.pdf&nombObjeto=PerfVacacionistaNac&back=/TurismoIN/sitio/PerfVacacionistaNac&peso=0](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/perfiles_extranjeros/39/tips/2441/PTE%2016_%20Turista%20que%20visita%20Loreto.pdf&nombObjeto=PerfVacacionistaNac&back=/TurismoIN/sitio/PerfVacacionistaNac&peso=0)

PROMPERÚ (2018). *Imagen del destino: Loreto Nacional*. PROMPERÚ.

<https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Sitio/VisorDocumentos?titulo=Imagen%20del%20destino:%20Loreto%20-%20Nacional&url=~/Uploads/infografias/1041/ImagenDelDestinoLoretoNac.pdf&nombObjeto=Infograf%C3%ADas>

Publimetro (2020). *5 tendencias digitales que se vienen para este 2020*. Publimetro.

<https://publimetro.pe/actualidad/tecnologia/5-tendencias-digitales-que-se-vienen-para-este-2020-noticia/>

R&C Consulting (2015). *Sistema Tributario peruano: conoce los conceptos básicos*. R&C Consulting.

<https://rc-consulting.org/blog/2015/05/sistema-tributario-peruano-conceptos/>

SBS (2019). *Riesgo país*. SBS. <https://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tipo-de-cambio>.

SBS (2019). *Tipo de cambio de moneda*. SBS. <https://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tipo-de-cambio>.

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. *Códigos de Sectores Económicos – CIIU*.

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. <https://www.sbs.gob.pe/prevencion-de-lavado-activos/publicaciones/estadisticas/tablas-y-valores-generales/codigos-de-sectores-economicos-ciiu>

Turismo In (2018) *Cultura, naturaleza y aventura en el Perú*. Promperú.

https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2018/dic/3_cultura_naturaleza_y_aventura_en_el_peru.html

Anexos

Anexo 1: Útiles de Limpieza

Tabla 128

Implementos de Limpieza

Concepto	Precio (S/)
Detergente	S/.60.00
Suavizante	S/.41.80
Papel Higiénico	S/.176.00
Jabón Líquido	S/.25.00
Limpiadores de baño	S/.36.00
Lejía	S/.27.00
Bolsas de Basura	S/.80.00
Guantes y Escobillas	S/.40.00
Lavavajilla	S/.10.00
Sacagrasa	S/.16.00
Espojas	S/.14.00
Papel Toalla	S/.68.00
Total	S/.7,125.60

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2: Activos Fijos

Tabla 129

Activos Fijos Desagregados

Concepto	#	Costo unitario (USD)	Costo unitario (S/)	Costo sin IGV	Costo con IGV
Terreno	1	\$150,000.00	S/.510,000.00	\$510,000.00	-
Edificación					
Constructora (MOD + materiales + acabados)	1	\$300,000.00	S/.1,020,000.00	S/.1,020,000.00	S/.1,203,600.00
Área de Cabañas			S/.4,872.60	S/.89,605.00	S/.105,733.90
Colchón con base + almohadas 02	25		S/.1,599.00	S/.39,975.00	S/.47,170.50
Sábanas	25		S/.79.90	S/.1,997.50	S/.2,357.05
Cubrecama	25		S/.99.90	S/.2,497.50	S/.2,947.05
Mesa de noche	50		S/.129.00	S/.6,450.00	S/.7,611.00
Hamaca	12		S/.49.90	S/.598.80	S/.706.58
Teléfono	12		S/.130.00	S/.1,560.00	S/.1,840.80
Cortinas	24		S/.69.90	S/.1,677.60	S/.1,979.57
Malla contra mosquitos	24		S/.124.90	S/.2,997.60	S/.3,537.17
Terma Ecosmart	12		S/.1,049.00	S/.12,588.00	S/.14,853.84
Set de baño	12		S/.19.90	S/.238.80	S/.281.78
Ducha + llave	12		S/.44.90	S/.538.80	S/.635.78
Inodoro + lavamanos	12		S/.501.80	S/.6,021.60	S/.7,105.49
Espejo	12		S/.69.90	S/.838.80	S/.989.78
Colgador de toalla grande	12		S/.44.90	S/.538.80	S/.635.78
Colgador de toalla chico	12		S/.39.90	S/.478.80	S/.564.98
Porta rollo	12		S/.37.90	S/.454.80	S/.536.66
Cortina de ducha	12		S/.39.90	S/.478.80	S/.564.98

Alfombra para baño	12		S/.12.90	S/.154.80	S/.182.66
Estantes	12		S/.159.90	S/.1,918.80	S/.2,264.18
Colgadores	60		S/.12.90	S/.774.00	S/.913.32
Lámpara	24		S/.49.90	S/.1,197.60	S/.1,413.17
Focos	5		S/.9.00	S/.43.20	S/.50.98
Linternas	27		S/.24.90	S/.672.30	S/.793.31
Tacho	24		S/.19.90	S/.477.60	S/.563.57
Caja de seguridad	12		S/.129.90	S/.1,558.80	S/.1,839.38
Cerradura	24		S/.13.90	S/.333.60	S/.393.65
Sillas	4		S/.89.00	S/.356.00	S/.420.08
Mesa redonda	2		S/.149.90	S/.299.80	S/.353.76
Toallas	27		S/.69.90	S/.1,887.30	S/.2,227.01
Área de Recepción			S/.6,782.77	S/.12,363.61	S/.14,589.06
Barra	1		S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,416.00
Mueble	1		S/.1,799.00	S/.1,799.00	S/.2,122.82
Sillas	2		S/.249.00	S/.498.00	S/.587.64
Laptop	2		S/.1,599.00	S/.3,198.00	S/.3,773.64
Impresora	1		S/.649.00	S/.649.00	S/.765.82
Archivadores	5		S/.20.99	S/.104.95	S/.123.84
Engrapadora	2		S/.9.99	S/.19.98	S/.23.58
Perforadora	2		S/.9.99	S/.19.98	S/.23.58
POS Visa	1		S/.60.00	S/.60.00	S/.70.80
POS MasterCard	1		S/.60.00	S/.60.00	S/.70.80
Teléfono	1		S/.130.00	S/.130.00	S/.153.40
Radios	15		S/.249.00	S/.3,735.00	S/.4,407.30
Focos	3		S/.9.00	S/.27.00	S/.31.86
Linternas	2		S/.25.00	S/.50.00	S/.59.00
Tacho	1		S/.20.00	S/.20.00	S/.23.60
Caja fuerte	1		S/.130.00	S/.130.00	S/.153.40
Cerradura	1		S/.14.00	S/.14.00	S/.16.52
Botiquín	2		S/.99.90	S/.199.80	S/.235.76

Extintor 12 kg	1		S/.149.90	S/.149.90	S/.176.88
Armario	1		S/.299.00	S/.299.00	S/.352.82
Área Común			S/.7,505.70	S/.17,600.30	S/.20,768.35
Mueble	5		S/.1,799.00	S/.8,995.00	S/.10,614.10
Puff	10		S/.199.00	S/.1,990.00	S/.2,348.20
Router inalámbrico	2		S/.200.00	S/.400.00	S/.472.00
Micrófono	1		S/.29.90	S/.29.90	S/.35.28
Equipo de sonido	1		S/.549.00	S/.549.00	S/.647.82
Juegos de mesa	5		S/.49.90	S/.249.50	S/.294.41
Focos	3		S/.9.00	S/.27.00	S/.31.86
Tacho	3		S/.20.00	S/.60.00	S/.70.80
Inodoro + lavamanos	2		S/.502.00	S/.1,004.00	S/.1,184.72
Espejo	2		S/.70.00	S/.140.00	S/.165.20
Porta rollo	2		S/.38.00	S/.76.00	S/.89.68
Grupo electrógeno 8000W	1		S/.3,999.90	S/.3,999.90	S/.4,719.88
Colgador de toalla	2		S/.40.00	S/.80.00	S/.94.40
Área de Restaurante			S/.26,917.25	S/.75,886.22	S/.89,545.74
Mesa + sillas	5		S/.4,999.00	S/.24,995.00	S/.29,494.10
Manteles	5		S/.159.00	S/.795.00	S/.938.10
Individuales	32		S/.14.75	S/.472.00	S/.556.96
Cubiertos	32		S/.19.83	S/.634.67	S/.748.91
Vasos	32		S/.1.67	S/.53.33	S/.62.93
Juego de Vajilla (tazas + platos)	32		S/.33.33	S/.1,066.67	S/.1,258.67
Copas	32		S/.11.50	S/.368.00	S/.434.24
Bowls	5		S/.5.52	S/.27.60	S/.32.57
Fuentes	5		S/.79.00	S/.395.00	S/.466.10
Atril	1		S/.349.00	S/.349.00	S/.411.82
Focos	5		S/.9.00	S/.45.00	S/.53.10

Servilletas de tela	16		S/29.90	S/478.40	S/564.51
Mesa larga	3		S/5,999.00	S/17,997.00	S/21,236.46
Cocina (10 hornillas)	2		S/599.90	S/1,199.80	S/1,415.76
Campana extractora	1		S/1,999.00	S/1,999.00	S/2,358.82
Refrigeradora	2		S/3,999.00	S/7,998.00	S/9,437.64
Congeladora	2		S/1,199.00	S/2,398.00	S/2,829.64
Contenedores	10		S/12.90	S/129.00	S/152.22
Olla	3		S/799.00	S/2,397.00	S/2,828.46
Batidora	2		S/699.00	S/1,398.00	S/1,649.64
Licuadaora	2		S/299.00	S/598.00	S/705.64
Horno industrial	1		S/2,500.00	S/2,500.00	S/2,950.00
Tacho	5		S/20.00	S/100.00	S/118.00
Bandejas	5		S/30.00	S/150.00	S/177.00
Sartenes	5		S/59.95	S/299.75	S/353.71
Lavavajilla	1		S/10.00	S/10.00	S/11.80
Inodoro lavamanos +	2		S/502.00	S/1,004.00	S/1,184.72
Toallas	2		S/70.00	S/140.00	S/165.20
Espejo	2		S/70.00	S/140.00	S/165.20
Porta rollo	2		S/38.00	S/76.00	S/89.68
Colgador de toalla	2		S/40.00	S/80.00	S/94.40
Hervidor	1		S/79.00	S/79.00	S/93.22
Freidora	1		S/349.00	S/349.00	S/411.82
Microondas	2		S/329.00	S/658.00	S/776.44
Secadores	2		S/4.00	S/8.00	S/9.44
Cafetera	1		S/499.00	S/499.00	S/588.82
Alacena	4		S/1,000.00	S/4,000.00	S/4,720.00
Área de Bar			S/3,614.17	S/4,964.33	S/5,857.91
Barra	1		S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,416.00
Medidor	1		S/28.00	S/28.00	S/33.04
Coctelera	1		S/20.00	S/20.00	S/23.60

Sacacorcho	1		S/.79.00	S/.79.00	S/.93.22
Hielera	1		S/.40.00	S/.40.00	S/.47.20
Exprimidor	1		S/.10.00	S/.10.00	S/.11.80
Vasos de shot	32		S/.6.67	S/.213.33	S/.251.73
Mortero	1		S/.42.00	S/.42.00	S/.49.56
Licuadaora	1		S/.90.00	S/.90.00	S/.106.20
Tacho	2		S/.20.00	S/.40.00	S/.47.20
Cenicero	6		S/.10.00	S/.60.00	S/.70.80
Colador	1		S/.10.00	S/.10.00	S/.11.80
Cuchara de bar	1		S/.35.00	S/.35.00	S/.41.30
Posavasos	32		S/.5.33	S/.170.67	S/.201.39
Pinza múltiple	1		S/.8.00	S/.8.00	S/.9.44
Servilletero	1		S/.15.00	S/.15.00	S/.17.70
Tabla de picar	1		S/.12.00	S/.12.00	S/.14.16
Chopp	1		S/.870.00	S/.870.00	S/.1,026.60
Vasos	32		S/.1.67	S/.53.33	S/.62.93
Copas	32		S/.11.50	S/.368.00	S/.434.24
Sillas altas	6		S/.100.00	S/.600.00	S/.708.00
Alacenas	1		S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,180.00
Área de limpieza y mantenimiento			S/.2,297.00	S/.9,028.00	S/.10,653.04
Lavadora	4		S/.950.00	S/.3,800.00	S/.4,484.00
Secadora	4		S/.800.00	S/.3,200.00	S/.3,776.00
Colgador	2		S/.80.00	S/.160.00	S/.188.80
Plancha	4		S/.40.00	S/.160.00	S/.188.80
Carrito de limpieza	4		S/.360.00	S/.1,440.00	S/.1,699.20
Mopa	4		S/.19.00	S/.76.00	S/.89.68
Escoba Recogedor +	4		S/.13.00	S/.52.00	S/.61.36
Rociador	4		S/.15.00	S/.60.00	S/.70.80
Tacho	4		S/.20.00	S/.80.00	S/.94.40

Área de Biohuerto			S/.150.00	S/.150.00	S/.177.00
Set siembra y cosecha	1		S/.100.00	S/.100.00	S/.118.00
Manguera	1		S/.30.00	S/.30.00	S/.35.40
Tienda de biohuerto	1		S/.20.00	S/.20.00	S/.23.60
Actividades			S/.2,216.00	S/.20,240.00	S/.23,883.20
Paddle	10		S/.1,400.00	S/.14,000.00	S/.16,520.00
Remos	10		S/.35.00	S/.350.00	S/.413.00
Botes	5		S/.514.00	S/.2,570.00	S/.3,032.60
Binoculares	10		S/.80.00	S/.800.00	S/.944.00
Linternas	5		S/.30.00	S/.150.00	S/.177.00
Guantes	4		S/.30.00	S/.120.00	S/.141.60
Botas de goma	4		S/.40.00	S/.160.00	S/.188.80
Cascos	4		S/.20.00	S/.80.00	S/.94.40
Salvavidas	30		S/.67.00	S/.2,010.00	S/.2,371.80
Infraestructura de Apoyo					
Internet telefonía fija +	1		S/.400.00	S/.400.00	S/.472.00
Agua	14		S/.22.20	S/.310.80	S/.366.74
Desagüe	14		S/.13.19	S/.184.66	S/.217.90
Total	29		S/.435.39	S/.895.46	S/.1,056.64

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3: Activos Intangibles

Tabla 130

Activos Intangibles Desagregados

Concepto	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo unitario (S/)	Costo sin IGV	Costo con IGV
Aspecto Legal					
Elaboración de la Minuta	1		S/218.00	S/218.00	S/257.24
Inscripción en Registros Públicos	1		S/81.00	S/81.00	S/95.58
Libros Contables	6		S/60.00	S/360.00	S/424.80
Legalización de Libros Contables	1		S/20.00	S/20.00	S/23.60
Solicitud de Licencia Municipalidad de Maynas	1		S/15.00	S/15.00	S/17.70
Inspección de Defensa Civil	1		S/223.00	S/223.00	S/263.14
Certificado de Licencia Municipal	1		S/450.00	S/450.00	S/531.00
Registro de Marca	1		S/534.99	S/534.99	S/631.29
Licencia de Edificación	1		S/625.00	S/625.00	S/737.50
Derecho de trámite e inscripción en Registros Públicos	1		S/50.00	S/50.00	S/59.00
Reserva de Razón Social	1		S/21.00	S/21.00	S/24.78
Copia de Partida Registral	1		S/18.00	S/18.00	S/21.24
Total	17		S/2,315.99	S/2,615.99	S/3,086.87
Software					
Alegra Perú Pro	1	\$45.00	S/153.00	S/153.00	S/180.54
Cloud Bed Plus	1	\$128.00	S/435.20	S/435.20	S/513.54
Total	2	\$173.00	S/588.20	S/588.20	S/694.08
Gastos pre-operativos					
Uniformes	21		S/29.90	S/627.90	S/740.92
Marketing	1		S/6,000.00	S/6,000.00	S/7,080.00
Total	22		S/6,029.90	S/6,627.90	S/7,820.92

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4: Presupuesto de materias primas y materiales

Tabla 131

Presupuesto de materias primas 2020

Concepto	Cantidad en gramos	Cantidad en unidades	Precio unitario	Precio
Aceite	4,606.00	5.12	S/.3.90	S/.19.96
Aceite vegetal	7,947.80	8.83	S/.4.20	S/.37.09
Aceituna	52,920.00	294.00	S/.2.50	S/.735.00
Aguaje maduro	105,840.00	105.84	S/.10.00	S/.1,058.40
Ají amarillo	2,058.00	2.06	S/.5.59	S/.11.50
Ají dulce		205.80	S/.2.10	S/.432.18
Ajo	5,439.00	10.88	S/.17.99	S/.195.70
Arroz	72,774.80	14.55	S/.18.90	S/.275.09
Azúcar	29,066.80	5.81	S/.15.90	S/.92.43
Bebida gasificada (Cola negra)		5.29	S/.10.90	S/.57.68
Café	1,587.60	31.75	S/.7.75	S/.246.08
Canela		26.95	S/.2.80	S/.75.46
Cebada	9,800.00	65.33	S/.4.90	S/.320.13
Cebolla roja	3,920.00	3.92	S/.1.69	S/.6.62
Cebolla blanca	20,580.00	20.58	S/.2.90	S/.59.68
Cecina de cerdo	33,075,000.00	33,075.00	S/.20.00	S/.661,500.00
Chancaca	980.00	1.96	S/.8.90	S/.17.44
Chicharrón	16,542.40	16.54	S/.22.89	S/.378.66
Choclos		298.90	S/.1.99	S/.594.81
Chorizo		34.30	S/.11.49	S/.394.11
Clavo de olor		29.40	S/.1.60	S/.47.04
Comino	1,589.56	88.31	S/.3.59	S/.317.03
Culantro	4,635.40	23.18	S/.2.19	S/.50.76
Harina de trigo	1,646.40	1.65	S/.5.79	S/.9.53
Hojas de Bijao		1,058.40	S/.2.50	S/.2,646.00
Huevos		19.93	S/.13.50	S/.269.01
Leche	13,230.00	33.08	S/.2.80	S/.92.61

Lechuga		26.46	S/.1.99	S/./52.66
Limón	73,304.00	146.61	S/./2.99	S/./438.36
Lonjas de tocino	6,615.00	33.08	S/./14.50	S/./479.59
Maíz de jora	14,700.00	14.70	S/./6.19	S/./90.99
Maíz morado	33,124.00	33.12	S/./5.19	S/./171.91
Manteca de cerdo	21,168.00	21.17	S/./10.00	S/./211.68
Mantequilla	7,938.00	79.38	S/./4.89	S/./388.17
Manzana	33,124.00	16.56	S/./2.69	S/./44.55
Naranja	105,840.00	105.84	S/./2.79	S/./295.29
Palillo	266.56	17.77	S/./2.30	S/./40.87
Pabilo		68.60	S/./2.49	S/./170.81
Pan rallado	1,646.40	6.59	S/./3.40	S/./22.39
Pollo		4.90	S/./7.69	S/./37.68
Papa		26.46	S/./4.99	S/./132.04
Pescado (paiche) entero		264.60	S/./30.00	S/./7,938.00
Pimienta	666.40	44.43	S/./2.00	S/./88.85
Pimiento rojo	9,996.00	10.00	S/./6.99	S/./69.87
Piña		49.00	S/./2.49	S/./122.01
Plátanos verdes		661.50	S/./1.50	S/./992.25
Presas de gallina	52,920.00	52.92	S/./6.43	S/./340.28
Ron		10.58	S/./39.90	S/./422.30
Sal	4,900.00	4.90	S/./1.90	S/./9.31
Salchicha cóctel		44.10	S/./13.00	S/./573.30
Tomate	10,290.00	10.29	S/./6.90	S/./71.00
Tostadas		52.92	S/./5.80	S/./306.94
Trucha	79,380.00	158.76	S/./22.90	S/./3,635.60
		37,452.59		S/./687,086.72
	Con merma 3%	41,613.99		S/./708,336.82

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 132

Presupuesto de materias primas 2021

Concepto	Cantidad en gramos	Cantidad en unidades	Precio unitario	Precio
Aceite	61,363.20	68.18	S/.3.90	S/.265.91
Aceite vegetal	105,884.16	117.65	S/.4.20	S/.494.13
Aceituna	705,024.00	3,916.80	S/.2.50	S/.9,792.00
Aguaje maduro	1,410,048.00	1,410.05	S/.10.00	S/.14,100.48
Ají amarillo	27,417.60	27.42	S/.5.59	S/.153.26
Ají dulce		2,741.76	S/.2.10	S/.5,757.70
Ajo	72,460.80	144.92	S/.17.99	S/.2,607.14
Arroz	969,538.56	193.91	S/.18.90	S/.3,664.86
Azúcar	387,240.96	77.45	S/.15.90	S/.1,231.43
Bebida gasificada (Cola negra)		70.50	S/.10.90	S/.768.48
Café	21,150.72	423.01	S/.7.75	S/.3,278.36
Canela		359.04	S/.2.80	S/.1,005.31
Cebada	130,560.00	870.40	S/.4.90	S/.4,264.96
Cebolla roja	52,224.00	52.22	S/.1.69	S/.88.26
Cebolla blanca	274,176.00	274.18	S/.2.90	S/.795.11
Cecina de cerdo	440,640,000.00	440,640.00	S/.20.00	S/.8,812,800.00
Chancaca	13,056.00	26.11	S/.8.90	S/.232.40
Chicharrón	220,385.28	220.39	S/.22.89	S/.5,044.62
Choclos		3,982.08	S/.1.99	S/.7,924.34
Chorizo		456.96	S/.11.49	S/.5,250.47
Clavo de olor		391.68	S/.1.60	S/.626.69
Comino	21,176.83	1,176.49	S/.3.59	S/.4,223.60
Culantro	61,754.88	308.77	S/.2.19	S/.676.22
Harina de trigo	21,934.08	21.93	S/.5.79	S/.127.00
Hojas de Bijao		14,100.48	S/.2.50	S/.35,251.20
Huevos		265.47	S/.13.50	S/.3,583.87
Leche	176,256.00	440.64	S/.2.80	S/.1,233.79
Lechuga		352.51	S/.1.99	S/.701.50

Limón	976,588.80	1,953.18	S/.2.99	S/.5,840.00
Lonjas de tocino	88,128.00	440.64	S/.14.50	S/.6,389.28
Maíz de jora	195,840.00	195.84	S/.6.19	S/.1,212.25
Maíz morado	441,292.80	441.29	S/.5.19	S/.2,290.31
Manteca de cerdo	282,009.60	282.01	S/.10.00	S/.2,820.10
Mantequilla	105,753.60	1,057.54	S/.4.89	S/.5,171.35
Manzana	441,292.80	220.65	S/.2.69	S/.593.54
Naranja	1,410,048.00	1,410.05	S/.2.79	S/.3,934.03
Palillo	3,551.23	236.75	S/.2.30	S/.544.52
Pabito		913.92	S/.2.49	S/.2,275.66
Pan rallado	21,934.08	87.74	S/.3.40	S/.298.30
Pollo		65.28	S/.7.69	S/.502.00
Papa		352.51	S/.4.99	S/.1,759.03
Pescado (paiche) entero		3,525.12	S/.30.00	S/.105,753.60
Pimienta	8,878.08	591.87	S/.2.00	S/.1,183.74
Pimiento rojo	133,171.20	133.17	S/.6.99	S/.930.87
Piña		652.80	S/.2.49	S/.1,625.47
Plátanos verdes		8,812.80	S/.1.50	S/.13,219.20
Presas de gallina	705,024.00	705.02	S/.6.43	S/.4,533.30
Ron		141.00	S/.39.90	S/.5,626.09
Sal	65,280.00	65.28	S/.1.90	S/.124.03
Salchicha cóctel		587.52	S/.13.00	S/.7,637.76
Tomate	137,088.00	137.09	S/.6.90	S/.945.91
Tostadas		705.02	S/.5.80	S/.4,089.14
Trucha	1,057,536.00	2,115.07	S/.22.90	S/.48,435.15
		498,960.17		S/.9,153,677.72
	Con merma 3%	514,391.93		S/.9,436,781.15

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 133

Presupuesto de materias primas 2022

Concepto	Cantidad en gramos	Cantidad en unidades	Precio unitario	Precio
Aceite	63,412.40	70.46	S/.3.90	S/.274.79
Aceite vegetal	109,420.12	121.58	S/.4.20	S/.510.63
Aceituna	728,568.00	4,047.60	S/.2.50	S/.10,119.00
Aguaje maduro	1,457,136.00	1,457.14	S/.10.00	S/.14,571.36
Ají amarillo	28,333.20	28.33	S/.5.59	S/.158.38
Ají dulce		2,833.32	S/.2.10	S/.5,949.97
Ajo	74,880.60	149.76	S/.17.99	S/.2,694.20
Arroz	1,001,915.92	200.38	S/.18.90	S/.3,787.24
Azúcar	400,172.72	80.03	S/.15.90	S/.1,272.55
Bebida gasificada (Cola negra)		72.86	S/.10.90	S/.794.14
Café	21,857.04	437.14	S/.7.75	S/.3,387.84
Canela		371.03	S/.2.80	S/.1,038.88
Cebada	134,920.00	899.47	S/.4.90	S/.4,407.39
Cebolla roja	53,968.00	53.97	S/.1.69	S/.91.21
Cebolla blanca	283,332.00	283.33	S/.2.90	S/.821.66
Cecina de cerdo	455,355,000.00	455,355.00	S/.20.00	S/.9,107,100.00
Chancaca	13,492.00	26.98	S/.8.90	S/.240.16
Chicharrón	227,744.96	227.74	S/.22.89	S/.5,213.08
Choclos		4,115.06	S/.1.99	S/.8,188.97
Chorizo		472.22	S/.11.49	S/.5,425.81
Clavo de olor		404.76	S/.1.60	S/.647.62
Comino	21,884.02	1,215.78	S/.3.59	S/.4,364.65
Culantro	63,817.16	319.09	S/.2.19	S/.698.80
Harina de trigo	22,666.56	22.67	S/.5.79	S/.131.24
Hojas de Bijao		14,571.36	S/.2.50	S/.36,428.40
Huevos		274.34	S/.13.50	S/.3,703.55
Leche	182,142.00	455.36	S/.2.80	S/.1,274.99
Lechuga		364.28	S/.1.99	S/.724.93
Limón	1,009,201.60	2,018.40	S/.2.99	S/.6,035.03

Lonjas de tocino	91,071.00	455.36	S/.14.50	S/.6,602.65
Maíz de jora	202,380.00	202.38	S/.6.19	S/.1,252.73
Maíz morado	456,029.60	456.03	S/.5.19	S/.2,366.79
Manteca de cerdo	291,427.20	291.43	S/.10.00	S/.2,914.27
Mantequilla	109,285.20	1,092.85	S/.4.89	S/.5,344.05
Manzana	456,029.60	228.01	S/.2.69	S/.613.36
Naranja	1,457,136.00	1,457.14	S/.2.79	S/.4,065.41
Palillo	3,669.82	244.65	S/.2.30	S/.562.71
Pabito		944.44	S/.2.49	S/.2,351.66
Pan rallado	22,666.56	90.67	S/.3.40	S/.308.27
Pollo		67.46	S/.7.69	S/.518.77
Papa		364.28	S/.4.99	S/.1,817.78
Pescado (paiche) entero		3,642.84	S/.30.00	S/.109,285.20
Pimienta	9,174.56	611.64	S/.2.00	S/.1,223.27
Pimiento rojo	137,618.40	137.62	S/.6.99	S/.961.95
Piña		674.60	S/.2.49	S/.1,679.75
Plátanos verdes		9,107.10	S/.1.50	S/.13,660.65
Presas de gallina	728,568.00	728.57	S/.6.43	S/.4,684.69
Ron		145.71	S/.39.90	S/.5,813.97
Sal	67,460.00	67.46	S/.1.90	S/.128.17
Salchicha cóctel		607.14	S/.13.00	S/.7,892.82
Tomate	141,666.00	141.67	S/.6.90	S/.977.50
Tostadas		728.57	S/.5.80	S/.4,225.69
Trucha	1,092,852.00	2,185.70	S/.22.90	S/.50,052.62
		515,622.75		S/.9,459,361.19
	Con merma 3%	531,569.85		S/.9,751,918.76

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 134

Presupuesto de materias primas 2023

Concepto	Cantidad en gramos	Cantidad en unidades	Precio unitario	Precio
Aceite	65,461.60	72.74	S/.3.90	S/.283.67
Aceite vegetal	112,956.08	125.51	S/.4.20	S/.527.13
Aceituna	752,112.00	4,178.40	S/.2.50	S/.10,446.00
Aguaje maduro	1,504,224.00	1,504.22	S/.10.00	S/.15,042.24
Ají amarillo	29,248.80	29.25	S/.5.59	S/.163.50
Ají dulce		2,924.88	S/.2.10	S/.6,142.25
Ajo	77,300.40	154.60	S/.17.99	S/.2,781.27
Arroz	1,034,293.28	206.86	S/.18.90	S/.3,909.63
Azúcar	413,104.48	82.62	S/.15.90	S/.1,313.67
Bebida gasificada (Cola negra)		75.21	S/.10.90	S/.819.80
Café	22,563.36	451.27	S/.7.75	S/.3,497.32
Canela		383.02	S/.2.80	S/.1,072.46
Cebada	139,280.00	928.53	S/.4.90	S/.4,549.81
Cebolla roja	55,712.00	55.71	S/.1.69	S/.94.15
Cebolla blanca	292,488.00	292.49	S/.2.90	S/.848.22
Cecina de cerdo	470,070,000.00	470,070.00	S/.20.00	S/.9,401,400.00
Chancaca	13,928.00	27.86	S/.8.90	S/.247.92
Chicharrón	235,104.64	235.10	S/.22.89	S/.5,381.55
Choclos		4,248.04	S/.1.99	S/.8,453.60
Chorizo		487.48	S/.11.49	S/.5,601.15
Clavo de olor		417.84	S/.1.60	S/.668.54
Comino	22,591.22	1,255.07	S/.3.59	S/.4,505.69
Culantro	65,879.44	329.40	S/.2.19	S/.721.38
Harina de trigo	23,399.04	23.40	S/.5.79	S/.135.48
Hojas de Bijao		15,042.24	S/.2.50	S/.37,605.60
Huevos		283.20	S/.13.50	S/.3,823.24
Leche	188,028.00	470.07	S/.2.80	S/.1,316.20
Lechuga		376.06	S/.1.99	S/.748.35
Limón	1,041,814.40	2,083.63	S/.2.99	S/.6,230.05

Lonjas de tocino	94,014.00	470.07	S/.14.50	S/.6,816.02
Maíz de jora	208,920.00	208.92	S/.6.19	S/.1,293.21
Maíz morado	470,766.40	470.77	S/.5.19	S/.2,443.28
Manteca de cerdo	300,844.80	300.84	S/.10.00	S/.3,008.45
Mantequilla	112,816.80	1,128.17	S/.4.89	S/.5,516.74
Manzana	470,766.40	235.38	S/.2.69	S/.633.18
Naranja	1,504,224.00	1,504.22	S/.2.79	S/.4,196.78
Palillo	3,788.42	252.56	S/.2.30	S/.580.89
Pabito		974.96	S/.2.49	S/.2,427.65
Pan rallado	23,399.04	93.60	S/.3.40	S/.318.23
Pollo		69.64	S/.7.69	S/.535.53
Papa		376.06	S/.4.99	S/.1,876.52
Pescado (paiche) entero		3,760.56	S/.30.00	S/.112,816.80
Pimienta	9,471.04	631.40	S/.2.00	S/.1,262.81
Pimiento rojo	142,065.60	142.07	S/.6.99	S/.993.04
Piña		696.40	S/.2.49	S/.1,734.04
Plátanos verdes		9,401.40	S/.1.50	S/.14,102.10
Presas de gallina	752,112.00	752.11	S/.6.43	S/.4,836.08
Ron		150.42	S/.39.90	S/.6,001.85
Sal	69,640.00	69.64	S/.1.90	S/.132.32
Salchicha cóctel		626.76	S/.13.00	S/.8,147.88
Tomate	146,244.00	146.24	S/.6.90	S/.1,009.08
Tostadas		752.11	S/.5.80	S/.4,362.25
Trucha	1,128,168.00	2,256.34	S/.22.90	S/.51,670.09
		532,285.33		S/.9,765,044.67
	Con merma 3%	548,747.77		S/.10,067,056.36

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 135

Presupuesto de materias primas 2024

Concepto	Cantidad en gramos	Cantidad en unidades	Precio unitario	Precio
Aceite	67,510.80	75.01	S/.3.90	S/./292.55
Aceite vegetal	116,492.04	129.44	S/.4.20	S/./543.63
Aceituna	775,656.00	4,309.20	S/.2.50	S/./10,773.00
Aguaje maduro	1,551,312.00	1,551.31	S/./10.00	S/./15,513.12
Ají amarillo	30,164.40	30.16	S/.5.59	S/./168.62
Ají dulce		3,016.44	S/.2.10	S/./6,334.52
Ajo	79,720.20	159.44	S/./17.99	S/./2,868.33
Arroz	1,066,670.64	213.33	S/./18.90	S/./4,032.02
Azúcar	426,036.24	85.21	S/./15.90	S/./1,354.80
Bebida gasificada (Cola negra)		77.57	S/./10.90	S/./845.47
Café	23,269.68	465.39	S/.7.75	S/./3,606.80
Canela		395.01	S/.2.80	S/./1,106.03
Cebada	143,640.00	957.60	S/.4.90	S/./4,692.24
Cebolla roja	57,456.00	57.46	S/.1.69	S/./97.10
Cebolla blanca	301,644.00	301.64	S/.2.90	S/./874.77
Cecina de cerdo	484,785,000.00	484,785.00	S/./20.00	S/./9,695,700.00
Chancaca	14,364.00	28.73	S/.8.90	S/./255.68
Chicharrón	242,464.32	242.46	S/./22.89	S/./5,550.01
Choclos		4,381.02	S/.1.99	S/./8,718.23
Chorizo		502.74	S/./11.49	S/./5,776.48
Clavo de olor		430.92	S/.1.60	S/./689.47
Comino	23,298.41	1,294.36	S/.3.59	S/./4,646.74
Culantro	67,941.72	339.71	S/.2.19	S/./743.96
Harina de trigo	24,131.52	24.13	S/.5.79	S/./139.72
Hojas de Bijao		15,513.12	S/.2.50	S/./38,782.80
Huevos		292.07	S/./13.50	S/./3,942.92
Leche	193,914.00	484.79	S/.2.80	S/./1,357.40
Lechuga		387.83	S/.1.99	S/./771.78
Limón	1,074,427.20	2,148.85	S/.2.99	S/./6,425.07
Lonjas de tocino	96,957.00	484.79	S/./14.50	S/./7,029.38

Maíz de jora	215,460.00	215.46	S/.6.19	S/.1,333.70
Maíz morado	485,503.20	485.50	S/.5.19	S/.2,519.76
Manteca de cerdo	310,262.40	310.26	S/.10.00	S/.3,102.62
Mantequilla	116,348.40	1,163.48	S/.4.89	S/.5,689.44
Manzana	485,503.20	242.75	S/.2.69	S/.653.00
Naranja	1,551,312.00	1,551.31	S/.2.79	S/.4,328.16
Palillo	3,907.01	260.47	S/.2.30	S/.599.07
Pabito		1,005.48	S/.2.49	S/.2,503.65
Pan rallado	24,131.52	96.53	S/.3.40	S/.328.19
Pollo		71.82	S/.7.69	S/.552.30
Papa		387.83	S/.4.99	S/.1,935.26
Pescado (paiche) entero		3,878.28	S/.30.00	S/.116,348.40
Pimienta	9,767.52	651.17	S/.2.00	S/.1,302.34
Pimiento rojo	146,512.80	146.51	S/.6.99	S/.1,024.12
Piña		718.20	S/.2.49	S/.1,788.32
Plátanos verdes		9,695.70	S/.1.50	S/.14,543.55
Presas de gallina	775,656.00	775.66	S/.6.43	S/.4,987.47
Ron		155.13	S/.39.90	S/.6,189.73
Sal	71,820.00	71.82	S/.1.90	S/.136.46
Salchicha cóctel		646.38	S/.13.00	S/.8,402.94
Tomate	150,822.00	150.82	S/.6.90	S/.1,040.67
Tostadas		775.66	S/.5.80	S/.4,498.80
Trucha	1,163,484.00	2,326.97	S/.22.90	S/.53,287.57
		548,947.91		S/.10,070,728.15
	Con merma 3%	565,925.68		S/.10,382,193.97

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 136

Presupuesto de materiales 2020

Concepto	Unidades 2020	Precio unitario	Precio 2020
Jabón	245.00	S/.0.55	S/.134.75
Acondicionador	245.00	S/.2.95	S/.722.75
Shampoo	245.00	S/.3.93	S/.962.85

Gel de baño	245.00	S/.3.18	S/.779.10
Crema	245.00	S/.4.64	S/.1,136.80
	1,225.00		S/.3,736.25

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 137

Presupuesto de materiales 2021

Concepto	Unidades 2021	Precio 2021
Jabón	3,264.00	S/.1,795.20
Acondicionador	3,264.00	S/.1,795.20
Shampoo	3,264.00	S/.1,795.20
Gel de baño	3,264.00	S/.1,795.20
Crema	3,264.00	S/.1,795.20
	16,320.00	S/.8,976.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 138

Presupuesto de materiales 2022

Concepto	Unidades 2022	Precio 2022
Jabón	3,373.00	S/.1,855.15
Acondicionador	3,373.00	S/.1,855.15
Shampoo	3,373.00	S/.1,855.15
Gel de baño	3,373.00	S/.1,855.15
Crema	3,373.00	S/.1,855.15
	16,865.00	S/.9,275.75

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 139

Presupuesto de materiales 2023

Concepto	Unidades 2023	Precio 2023
Jabón	3,482.00	S/.1,915.10
Acondicionador	3,482.00	S/.1,915.10
Shampoo	3,482.00	S/.1,915.10
Gel de baño	3,482.00	S/.1,915.10
Crema	3,482.00	S/.1,915.10
	17,410.00	S/.9,575.50

Fuente: Elaboración propia

Tabla 140

Presupuesto de materiales 2024

Concepto	Unidades 2024	Precio 2024
Jabón	3,591.00	S/.1,975.05
Acondicionador	3,591.00	S/.1,975.05
Shampoo	3,591.00	S/.1,975.05
Gel de baño	3,591.00	S/.1,975.05
Crema	3,591.00	S/.1,975.05
	17,955.00	S/.9,875.25

Fuente: Elaboración propia.