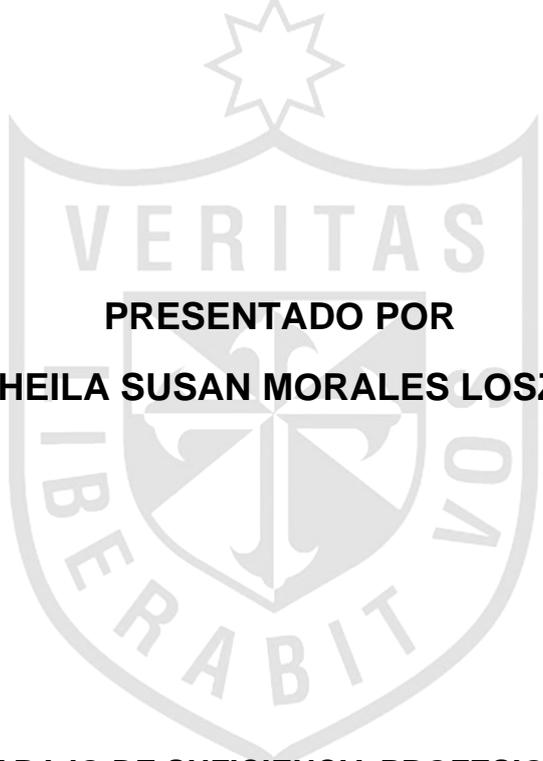




**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

AGENCIA DE VIAJES PARA PROFESIONALES



**VERITAS
PRESENTADO POR
SHEILA SUSAN MORALES LOSZA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
AGENCIA DE VIAJES PARA PROFESIONALES

Presentado por:

Bachiller: Sheila Susan Morales Losza

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN

Lima - Perú

2020

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, ante el escenario cambiante que existe y la alta competitividad entre profesionales, la actualización es el medio para mantenerse vigente. Durante décadas se viene realizando congresos internacionales donde se reúnen miles de profesionales de diferentes países y especialidades, siendo el médico el que genera mayor actividad según el ranking 2018 de La Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA).

La presente idea de negocio trata sobre una empresa de turismo dedicado a facilitar la participación de profesionales a eventos, ferias y congresos internacionales, buscando mezclar lo profesional y la oportunidad de conocer los principales atractivos turísticos de la ciudad donde se realiza el evento, trayendo múltiples beneficios, aumentar la red de contactos, intercambio de ideas, aumentar la red de contactos, intercambio cultural, recreación, reducción de estrés, ahorro de tiempo y dinero.

Actualmente en el Perú, aun no hay competidores directos sin embargo los competidores indirectos agrupan las agencias de viajes que pueden atender esta demanda de manera individualizada a pedido del interesado.

Esta empresa se diferencia de otras agencias de viajes ya que se especializa en el turismo de reuniones, cubriendo la mayor parte de los servicios que se requiere para este tipo de eventos. Además, las salidas grupales van a cargo de una persona que garantiza el cumplimiento y calidad de los servicios.

Contenido

Índice de Tablas	7
Índice de figuras	10
CAPÍTULO 1: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	12
1.1. Nombre o razón social	12
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	12
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	13
1.3.1. Ubicación geográfica.....	14
1.3.2. Factibilidad municipal y sectorial	15
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha .	15
1.4.1. Misión.....	15
1.4.2. Visión.....	16
1.4.3. Objetivos	16
1.4.4. Valores	16
1.4.5. Principios	16
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.	17
1.6. Estructura Orgánica	17
1.7. Cuadro de asignación de personal.	18
1.8. Forma Jurídica Empresarial	20
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	23
1.10. Requisitos y Trámites Municipales	25
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	26
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	29
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	29

1.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	31
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas. 32	
1.15.1 Contratos Comerciales	32
1.15.2. Responsabilidad civil de los Accionistas.....	32
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO	33
2.1. Descripción del Entorno del Mercado	33
2.1.1. Factores macro ambientales:.....	33
2.1.2. Factores micro ambientales:.....	40
2.2. Ámbito de acción del negocio	47
2.2.1. Segmentación de mercado	47
2.2.2. Atributos determinantes.....	49
2.2.3. Análisis de la competencia.....	50
2.2.4. Análisis interno de la empresa	51
2.2.5. Estrategia de posicionamiento	52
2.3. Descripción del servicio.....	52
2.4. Estudio de la demanda	56
3.5. Estudio de la oferta	59
3.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	60
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	65
2.8. Descripción de la política comercial.....	67
2.8.1. Precio.....	68
2.8.2. Plaza o canal de distribución	69
2.8.3. Promoción	69
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio.....	71

CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO	73
3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes.	73
3.1.1. Con relación al mercado	75
3.1.2. Con relación a la mano de obra.....	75
3.1.2. Con relación a la tecnología.....	76
3.1.2. Con relación al recurso económico	76
3.2. Proceso y Tecnología	77
3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos	77
3.2.2. Capacidad instalada y operativa	85
3.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos.....	88
3.2.4. Infraestructura y características físicas.....	96
3.3. Localización del negocio, Factores determinantes	97
3.3.1. Macro localización	97
3.3.2. Micro localización	97
CAPITULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	99
4.1. Inversión Fija	99
4.1.1. Inversión Tangible.....	99
4.1.2. Inversión Intangible	100
4.2. Capital de Trabajo	101
4.3. Inversión Total	102
4.4. Estructura de la inversión y financiamiento	103
4.5. Fuentes Financieras	104
4.6. Condiciones de Crédito	106
CAPITULO V. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	109

5.1.	Presupuesto de los costos	109
5.2.	Punto de equilibrio	110
5.3.	Estado de ganancias y perdidas.....	114
5.4.	Presupuesto de ingresos	114
5.5.	Presupuesto de egresos.....	115
5.6.	Flujo de Caja proyectado.....	117
5.7.	Balance general.....	119
CAPITULO VI: EVALUACIÓN.....		120
6.1.	Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	120
6.2.	Evaluación Financiera, Parámetros de Medición	124
6.3.	Evaluación Social.....	126
6.4.	Impacto Ambiental.....	126
CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		127
7.1.	Conclusiones	127
7.2.	Recomendaciones	128
REFERENCIAS		129

Índice de Tablas

Tabla 1: Criterios de elección para la ubicación de Ruta Plus SAC	13
Tabla 2 : Requisitos que deben cumplir las empresas que deseen acogerse al Régimen de la Mypes.....	17
Tabla 3: Cuadro de asignación de personal.....	18
Tabla 4: Tipo de empresa según su forma jurídica	21
Tabla 5: Cuadro comparativo de beneficios.....	30
Tabla 6: Ranking de ciudades y países por número estimado de participantes, 2018.....	43
Tabla 7:Ficha técnica de Ruta Plus SAC	52
Tabla 8: Estimación de limeños que asistieron a una convención.....	59
Tabla 9: Estimación de la demanda insatisfecha.....	65
Tabla 10: Proyección de demanda por congreso 2021.....	66
Tabla 11: Proyección de demanda por congreso.....	68
Tabla 12: Promedio de las variaciones de la demanda	71
Tabla 13: cuadro de la demanda proyectada para el negocio.....	72
Tabla 14: Punto de equilibrio mensual.....	73
Tabla 15: Tamaño de empresa según sus ventas anuales en soles	76
Tabla 16: Estimación de los tiempos de cada proceso de la empresa.....	85
Tabla 17: Estimación de los tiempos del proceso de paquete turístico por el responsable de operaciones	87
Tabla 18:Estimación de los tiempos del proceso de paquete turístico por el responsable comercial al mes.....	88
Tabla 19: Capacidad máxima de la empresa.....	88
Tabla 20: Requerimiento de personal	88
Tabla 21: Requerimiento de servicios tercerizados	89
Tabla 22: Requerimiento de equipos y tecnología.....	89
Tabla 23: Requerimiento mobiliario	90
Tabla 24: Requerimiento de artículos de seguridad.....	90

Tabla 25: Requerimiento de artículos de oficina	91
Tabla 26: Requerimiento de insumo de oficina	91
Tabla 27: Requerimiento de licencias de computadora y página web	92
Tabla 28:Requerimiento de página web.....	93
Tabla 29: Requerimiento de equipos electrodomésticos y menaje de mesa	93
Tabla 30: Requerimiento de insumos de cocina	94
Tabla 31: Requerimiento de accesorios de limpieza.....	94
Tabla 32: Requerimiento de insumos de limpieza	95
Tabla 33: Requerimiento de servicios públicos y telefonía	96
Tabla 34: Micro localización por el método cualitativo por puntos	98
Tabla 35: Inversión tangible.....	99
Tabla 36: Inversión intangible	100
Tabla 37: Capital de trabajo	101
Tabla 38: Inversión total	102
Tabla 39: Estructura de financiamiento	103
Tabla 40: Detalle de la estructura de financiamiento.....	103
Tabla 41: Comparación entre bancos	104
Tabla 42: Condiciones de crédito.....	106
Tabla 43: Cronograma de pagos	106
Tabla 44: Resumen por año del cronograma de pagos	108
Tabla 45: Descripción de costos fijos	109
Tabla 46: Descripción de los costos variables	109
Tabla 47: Cronograma de viajes durante el primer año	110
Tabla 48: Ingresos en dólares durante desde el mes 1 al mes 6.....	111
Tabla 49: Ingresos en dólares durante desde el mes 7 al mes 12.....	111
Tabla 50: Ingresos en soles desde el mes 1 al mes 6	111
Tabla 51: Ingresos en soles desde el mes 7 al mes 12	111
Tabla 52: Ingresos en soles proyectado a 5 años	112
Tabla 53: Egresos en soles proyectados a 5 años.....	112
Tabla 54: Punto de equilibrio proyectada a 5 años	113
Tabla 55: Estado de ganancias y pérdidas proyectado a 5 años.....	114

Tabla 56: Presupuesto de ingresos proyectado a 5 años	114
Tabla 57: Presupuesto de egresos proyectado a 5 años.....	115
Tabla 58: Planilla de trabajadores anual	116
Tabla 59: Resumen de planilla a 5 años.....	116
Tabla 60: Descripción de los gastos de ventas.....	117
Tabla 61: Descripción de los gastos administrativos	117
Tabla 62: Fuljo de caja proyectado a 5 años	118
Tabla 63: Balance general.....	119
Tabla 64: Criterios para el cálculo de la WACC.....	120
Tabla 65: Cálculo de la WACC	120
Tabla 66: Cálculo del VANE y TIRE	121
Tabla 67: Actualización de los ingresos, costos y beneficios	122
Tabla 68: Cálculo del beneficio/costo.....	123
Tabla 69: Periodo de recuperación económico	123
Tabla 70: Criterios para el cálculo de la COK	124
Tabla 71: Cálculo de la COK.....	124
Tabla 72: Cálculo del VANE y TIRF	124
Tabla 73: Periodo de recuperación financiero	125

Índice de figuras

Figura 1: Código CIIU4 de Ruta Plus SAC.	12
Figura 2: Ubicación de la empresa.....	15
Figura 3: Ubicación en el plano de Zonificación de la empresa	15
Figura 4: Estructura orgánica de la empresa	18
<i>Figura 5: Logo de la empresa.....</i>	<i>23</i>
Figura 6: Pasos para registrar una marca en Indecopi.....	25
Figura 7: Requisitos para la inscripción del RUC.....	26
Figura 8: Requisitos adicionales para la inscripción del RUC.....	27
Figura 9: Características principales de los tipos de regímenes tributarios	28
Figura 10: Descripción de los componentes de la planilla electrónica	29
Figura 11: Producto Bruto Interno y Demanda Interna	34
Figura 12: Perú: Pirámide de población Censada, 2007 y 2017. Distribución por edades.....	37
Figura 13: Valores generacionales	38
<i>Figura 14: Número de reuniones por año 2005-2019.....</i>	<i>41</i>
Figura 15: Temas de reuniones en 2019	42
Figura 16: Ranking de ciudades y países con más reuniones	42
Figura 17: Análisis de la industria	45
Figura 18: Estrategias básicas de Porter.....	46
Figura 19: Matriz de posicionamiento de Ruta Plus SAC	51
Figura 20: FODA de la empresa	51
Figura 21: Gasto per cápita del turismo emisor en dólares.....	57
Figura 22: Gráfico del gasto per cápita del turismo emisor en dólares.....	57
Figura 23: Motivos de viaje de peruanos al exterior.....	58
Figura 24: Pregunta 1: Marque el rango de edad que usted.....	60
Figura 25: Pregunta 2: ¿En qué campo usted se desarrolla?.....	61

Figura 26: Pregunta 3: ¿Considera usted que la actualización académica es fundamental en el campo que usted se desarrolla?	61
Figura 27: Pregunta 4: ¿Alguna vez ha tenido la oportunidad de participar en algún evento o congreso internacional fuera del país?.....	62
Figura 28: Pregunta 5: Si su respuesta a la pregunta 4 fue si, ¿usted necesita los servicios de una agencia de viajes?.....	62
Figura 29: Pregunta 6: Si su respuesta a la pregunta 4 fue no ¿Cuál es el motivo por el cual aún no ha tenido la oportunidad de asistir a algún evento o congreso internacional?.....	63
Figura 30: Pregunta 7: ¿Estaría dispuesto a usar los servicios de una agencia de viajes que le facilite la participación de eventos o congresos internacional ofreciéndole un paquete completo que incluya los boletos de avión, alojamiento, traslados, circuitos turísticos, tarjeta de asistencia y el ingreso al evento?.....	63
Figura 31: Pregunta 8: Si su respuesta a la pregunta 8 fue SI ¿Le gustaría que esta experiencia sea de manera grupal o preferiría viajar solo?.....	64
Figura 32: Porcentaje de profesionales dispuestos a tomar el servicio, de manera grupal según el campo que labora.....	64
Figura 33:Fórmula de la tasa media	71
Figura 34: Formula para hallar el punto de equilibrio	74
Figura 35: Flujograma del proceso de diseño del paquete turístico.....	78
Figura 36: Flujograma del proceso de atención al cliente.....	80
Figura 37: Flujograma del proceso de organización y reserva del viaje grupal....	84
Figura 38: Infraestructura de la oficina física.....	97
Figura 39: Ventajas del préstamo de libre disponibilidad.....	105
Figura 40: Requisitos para el préstamo.....	105

CAPÍTULO 1: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

La denominación por la cual se identificará de manera jurídica esta empresa es Ruta Plus SAC. El nombre fue elegido por diversas razones, los cuales se explican a continuación:

“Ruta” hace referencia a un camino que permite trasladarte de un lugar a otro. Mientras que, “plus” a una característica adicional a lo que ya está establecido o es cotidiano. La combinación de estas dos palabras resulta corta y de fácil recordación. Se hizo una búsqueda en Indecopi, además de una búsqueda a través de la Plataforma Facebook y Google y no se encontró duplicidad.

Por otro lado, la forma jurídica que se acoge esta empresa es una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) debido a sus características permite tener dos socios y no es obligatorio tener directorio.

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

La actividad económica que la empresa desarrolla es el turismo, teniendo como código CIU 7911 el cual describe a las actividades de agencias de viajes y organizadores de viajes; dedicadas principalmente a vender servicios de viajes, de transporte y de alojamiento al público en general y a clientes comerciales.

CIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
7911	Actividades de agencias de viajes	Esta clase comprende las actividades de agencias dedicadas principalmente a vender servicios de viajes, de viajes organizados, de transporte y de alojamiento al público en general y a clientes comerciales	

Figura 1: Código CIU4 de Ruta Plus SAC.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI)

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La ubicación geográfica de una empresa nueva es una decisión importante y para tomar una buena elección se debe tener en cuenta diversos factores para fijar una localización estratégica.

Los factores más relevantes de acuerdo con el tipo y concepto de esta empresa son las siguientes:

- **Ubicación céntrica:** Característica que hace referencia a los distritos que se ubican en el centro de la Provincia de Lima, el cual facilita el desplazamiento hacia otros distritos.
- **Zona comercial:** Ubicación que reúne diversos comercios y establecimientos.
- **Cercanía a agencias de viajes:** Espacio que reúne agencias de viajes.
- **Facilidades de acceso:** Accesibilidad a las vías de transporte público y aparcamiento para los clientes.
- **Costo de alquiler:** Monto promedio referencial de alquileres dentro de un distrito.
- **Infraestructura de la oficina:** Característica y condiciones generales de las oficinas disponibles dentro de un distrito.

Tabla 1: *Criterios de elección para la ubicación de Ruta Plus SAC*

Calificación por rango: 1(No Favorable) - 5 (Favorable)							
ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN							
Factores relevantes	Peso Asignado	Jesús María		Lince		Miraflores	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Ubicación céntrica	2.00	4	8	4	8	3	6
Zona comercial	1.50	3	4.5	4	6	4	6
Cercanía a agencias de viajes	1.00	2	2	3	3	5	5
Facilidades de acceso	1.50	3	4.5	4	6	3.5	5.25
Costo de alquiler	2.50	3	7.5	5	12.5	3	7.5
Infraestructura de la oficina	1.50	4	6	4	6	4	6

TOTAL	10.00	32.5	41.5	35.8
--------------	--------------	-------------	-------------	-------------

Nota: El resultado más favorable es Lince con 42 puntos. Fuente: Elaboración propia.

Conforme a los resultados de la evaluación, el distrito de Lince sería la opción más conveniente. Dentro este sector se encuentra diversas alternativas de oficinas y los precios varían de acuerdo con la ubicación y la infraestructura del inmueble.

1.3.1. Ubicación geográfica

La empresa se ubicará en el Edificio Stephanie, con dirección en Av. Arequipa 1851, Lince, Lima. El establecimiento es comercial, se encuentra a una cuadra del Centro Comercial Risso, a media cuadra de la Av. Juan Pardo de Zela y a 10 minutos del Hospital Rebagliati.

La oficina cuenta con un área de 27m², ascensor, baño independiente, tapiz en toda el área, cielo raso, persianas, parlantes integrados, cero ruidos, iluminación LED y está ubicado en el séptimo piso. Tiene un precio de alquiler mensual de S/.1,500. A continuación, se aprecia la ubicación del local y características extraída el día 07 de abril de 2020 del portal Adondevivir.com, página web especializado en arriendo de propiedades en Lima.

Ubicación
Av. Arequipa, Risso, Lince

27m² Superficie total
27m² Superficie techada
0 Baños
0 Estacionamiento
1 Dormitorio
1 Medio baño
20 Antigüedad

Características generales

- Recepción
- Ascensor(es): 1
- Seguridad
- Intercomunicador
- Piso en el que se encuentra: 7

1.4.2. Visión

Posicionarnos como una empresa líder en el turismo de reuniones en el ámbito de eventos, reuniones y congresos internacionales.

1.4.3. Objetivos

Objetivo general:

Ofrecer a nuestros clientes la facilidad de participar de congresos y/o eventos internacionales incluyendo circuitos de turismo.

Objetivos específicos:

- Diseñar, organizar y brindar servicios turísticos de calidad garantizando el cumplimiento de estos.
- Permanecer actualizados respecto a los principales congresos y/o eventos internacionales.
- Proporcionar una experiencia de viaje diferente mezclando lo profesional con el turismo y la recreación.

1.4.4. Valores

- **Compromiso:** Cumplir con los servicios ofrecidos.
- **Honestidad:** Mostrar transparencia.
- **Confianza:** Que nuestros clientes tengan la seguridad que está tratando con una empresa seria.
- **Confidencialidad:** Cuidar datos sensibles que nos pueda brindar el cliente.
- **Responsabilidad:** Responder a nuestras acciones y actuar con cuidado.

1.4.5. Principios

- **Mejora continua:** Ser constantes en la mejora de nuestros servicios.
- **Orientación al cliente:** Ofrecer calidad de servicios para mantener la satisfacción al cliente.

- **Trabajo en equipo:** Trabajar de manera colaborativa y comprometidos con lograr objetivos en común.

1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.

A partir del 03 de julio del año 2013, se introdujo cambios en el régimen laboral de las micro y pequeñas empresas a través de la Ley N° 30056 cambiando los requisitos que exigen para la inscripción en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE).

Tabla 2 : Requisitos que deben cumplir las empresas que deseen acogerse al Régimen de la Mypes

	Ventas Anuales
Si desean acogerse como Microempresa	Monto máximo de 150 UIT's
Si desean acogerse como Pequeña Empresa	Monto máximo de 1,700 UIT's
Si se trata de una Mediana Empresa	Monto máximo de 2,300 UIT's

Nota: Características de empresas acogidas al Régimen Mypes. Fuente: Asesoría Empresarial: Revista de asesoría especializada.

Ruta Plus SAC se acogerá inicialmente como una pequeña empresa, debido a los beneficios que otorga la Ley Mypes para que una empresa pueda emprender.

1.6. Estructura Orgánica

Ruta Plus S.A.C. presente la siguiente estructura orgánica:

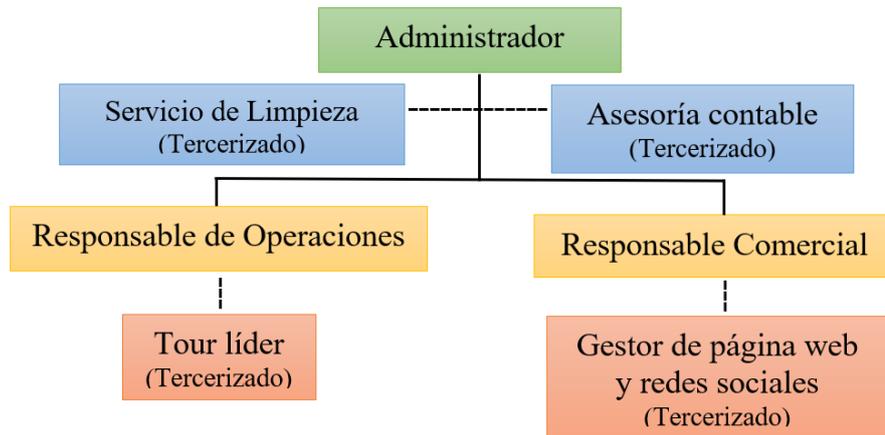


Figura 4: Estructura orgánica de la empresa
Fuente: Elaboración propia

La empresa cuenta con tres profesionales en administración, responsable comercial y operaciones de turismo. También contamos con servicios tercerizados, los cuales son: la asesoría de un estudio contable, el gestor de página web y redes sociales, el tour líder y el servicio de limpieza.

1.7. Cuadro de asignación de personal.

A continuación, se describe las funciones de cada uno:

Tabla 3: Cuadro de asignación de personal

Cargo	Cant.	Funciones	Remuneración mensual
Administrador	1	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un plan anual plasmando los objetivos a realizar. • Celebrar y firmar contratos con proveedores. • Seleccionar a los colaboradores de acuerdo con el perfil requerido. • Pago al personal. • Actualización permanente de documentación administrativa. 	S/2,500.00

		<ul style="list-style-type: none"> • Controlar la administración de recursos financieros y materiales. 	
Responsable de Operaciones	1	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de la emisión de boletos de avión. • Responsable de reservar hoteles. • Responsable de programar y organizar los servicios turísticos. • Atender casos de postventa y reclamos 	S/2,000.00
Responsable Comercial	1	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al público en general y recepción de llamadas. • Cumplir los objetivos comerciales. • Realizar gestiones pertinentes para la obtención de clientes. • Gestión de redes sociales. 	S/2,000.00

Nota: Fuente: Elaboración propia

Funciones del servicio tercerizado:

Asesoría contable: Empresa con experiencia en el rubro dirigido hacia pymes.

- Registro contable de los comprobantes de compra y venta.
- Cálculo del impuesto a la renta mensual
- Cálculo del IGV mensual
- Cálculo y declaración de planilla electrónica mensual
- Declaración del PDT 621 - PDT IGV renta
- Determinación del Impuesto a la renta anual y presentación del PDT
- Asesoría tributaria según el régimen y el sector económico.

Administrador de página web y redes sociales: Profesional independiente con experiencia en las plataformas virtuales y con pymes.

- Coordinar con el responsable comercial sobre las estrategias en redes sociales.

- Mantener actualizado la página web.
- Analizar las visitas de la página web a través del Google Analytics.
- Mantener actualizado las redes sociales con publicaciones mínimo dos veces al día planificado través de un cronograma semanal.
- Analizar las interacciones del público objetivo captado a través de las plataformas virtuales.

Tour líder: Guía de turismo profesional con experiencia en manejo de grupos con disponibilidad para viajar hacia al extranjero.

- Representar a la empresa Ruta Plus SAC durante el viaje.
- Liderar el grupo de pasajeros.
- Realizar coordinaciones específicas con los servicios in situ como los horarios, el guía turístico local, entre otros.
- Acompañar a los pasajeros durante los traslados y circuitos turísticos
- Garantizar que los servicios de los proveedores se cumplan según lo ofrecido.

Servicio de limpieza

- Encargado de realizar la limpieza profunda del área de la oficina.

1.8. Forma Jurídica Empresarial

Para la constitución de una empresa es necesario identificar qué tipo es según su forma jurídica, los principales tipos de empresa y sus características son los siguientes:

Tabla 4: Tipo de empresa según su forma jurídica

	Cant. de Accionistas / Socios	Organización	Capital y Acciones	Ejemplo
Sociedad Anónima (S.A.)	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio.	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Cassinelli S.A. Socosani S. A. Banco Ripley Perú S.A.
Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.)	Mínimo: 2 Máximo: 20	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio (Opcional)	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Montalvo Spa Peluquería S.A.C. Pisopak Perú S.A.C. Distribuidora Concordia S.A.C.
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Mínimo: 2 Máximo: 20	Normalmente empresas familiares pequeñas.	Capital definido por aportes de cada socio. Se debe inscribir en Registros Públicos.	Clínica Cayetano Heredia S.R.L. Corporación Inca Kola Perú S.R.L. Directv Perú S.R.L.
Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	Máximo: 1	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Capital definido por aportes del único aportante.	G.L.P. Distribuciones E.I.R.L. Global Solutions Perú E.I.R.L. Plastitodo E.I.R.L.
Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Mínimo: 750	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio.	Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Alicorp S.A.A. Luz del Sur S.A.A. Creditex S.A.A.

Nota: Características principales de empresas clasificadas según su forma jurídica. Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano.

Ruta Plus se registrará como una sociedad anónima cerrada, sin directorio. Esta empresa integra a dos socios, quienes poseen cada uno el 50% de las acciones de la empresa.

Para la constitución de Ruta Plus S.A.C. como Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) se seguirán los siguientes pasos de acuerdo con Superintendencia Nacional de los Registro Públicos (Sunarp):

Paso 1. Búsqueda y reserva de nombre. La reserva de nombre es el paso previo a la constitución de una empresa o sociedad. No es un trámite obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el registrador público tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social de una empresa o sociedad preexistente o que esté gozando de la preferencia registral.

Paso 2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad. A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la persona jurídica. El acto constitutivo consta del pacto social y los estatutos. Asimismo, se nombra a los primeros administradores, de acuerdo a las características de la persona jurídica.

Paso 3. Aporte de capital. Podrá aportarse dinero, el cual se acreditará con el documento expedido por una entidad del sistema financiero nacional; o bienes (inmuebles o muebles, en estos últimos se entienden los derechos de crédito) los que se acreditarán con la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad, con la indicación de la transferencia en la escritura pública o con el informe de valorización detallado y el criterio empleado para su valuación, según sea el caso.

Paso 4. Elaboración de Escritura Pública ante el notario. Una vez redactado el acto constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y lo eleve a Escritura Pública. De esta manera se generará la Escritura Pública de constitución. Este documento debe estar firmado y sellado por

el notario y tener la firma del titular o los socios, incluidos los cónyuges de ser el caso. El costo y el tiempo del trámite dependerán de la notaría que elijas.

Paso 5. Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Ya sea en el Registro de Sociedades, para las sociedades anónimas cerradas, abiertas, sociedad comercial de responsabilidad limitada; o en el Registro de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. En la Sunarp obtendrá un asiento registral de inscripción de la empresa o sociedad como persona jurídica. Este procedimiento normalmente es realizado por el notario. El plazo de calificación es de 24 horas desde la presentación del título. Recuerda que la Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

Paso 6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una Persona Jurídica o Persona Natural. El RUC contiene los datos de identificación de las actividades económicas y es emitido por la SUNAT.

1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) es el organismo público encargado de proteger la propiedad intelectual abarcando los signos distintivos y derechos de autor hasta patentes y biotecnología. Asimismo, protege los derechos de los consumidores.

Nombre comercial: RUTA PLUS

Razón social: RUTA PLUS SAC

Logo de la empresa:



Figura 5: Logo de la empresa
Fuente: Elaboración propia

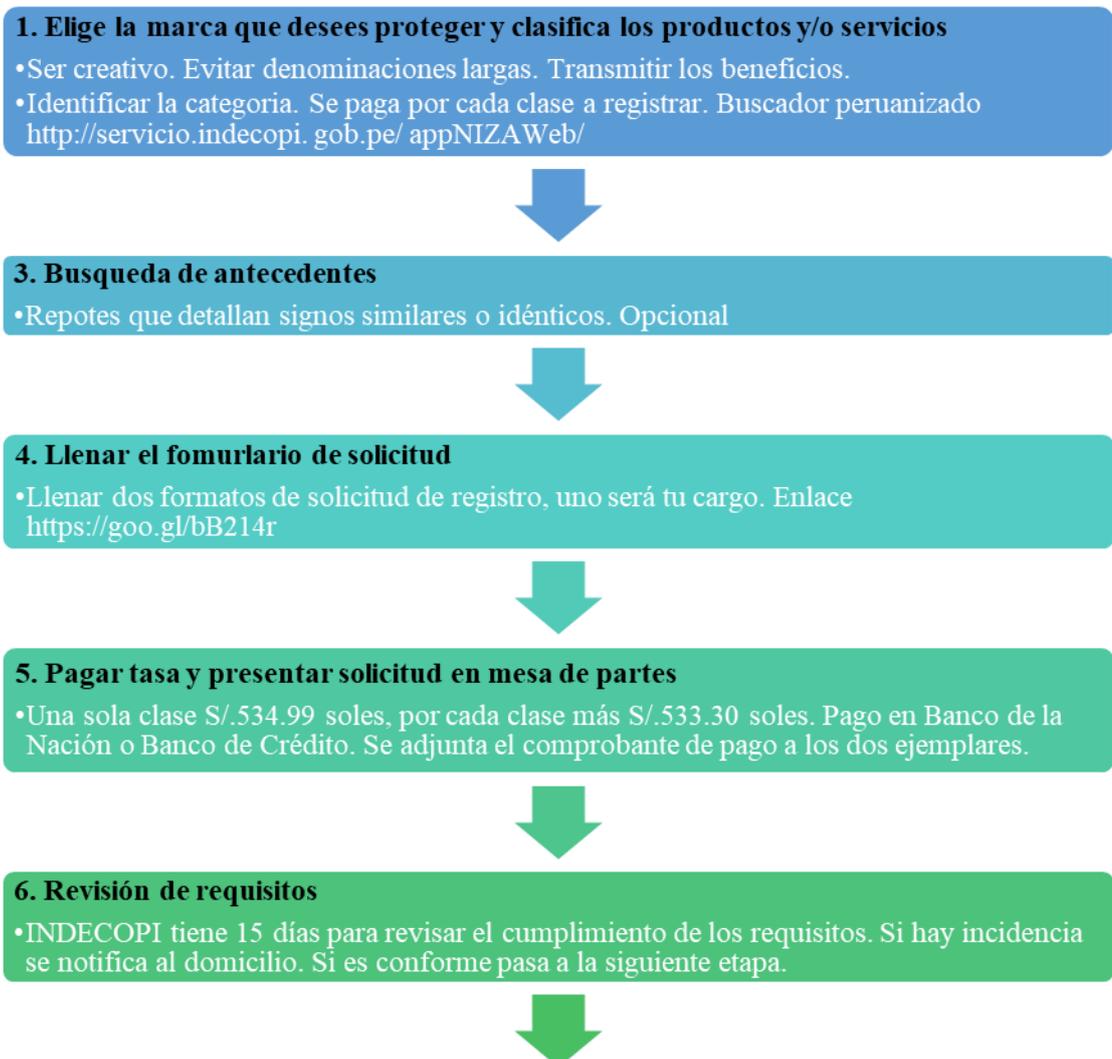
Según el clasificador de productos y servicios Peruanizado del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) esta empresa pertenece a la siguiente clasificación:

Clase: 39

N° base: 390050

Producto y servicios NCL (11-2017): Organización de viajes turísticos

A continuación, se presenta los pasos a seguir para registrar Ruta Plus SAC:



7. Publicación de la marca

- La solicitud será publicada a través de la web La Gaceta Electrónica de INDECOPI. Durante 30 días cualquier persona puede oponerse al registro.



8. Evaluación de la marca

- Finalizado el periodo anterior (haya o no oposición), Indecopi lo evaluará y te notificarán positivo o negativo.



9. Resultado

- Positivo: marca registrada y vigente por 10 años en territorio nacional. Se coordinará la entrega de tu certificado de registro de marca. Negativo: se puede solicitar un recurso de reconsideración hasta 15 días después de la resolución fue comunicada.

Figura 6: Pasos para registrar una marca en Indecopi

Fuente: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)

1.10. Requisitos y Trámites Municipales

En la página web de la Municipalidad de Lince se obtiene los siguientes requisitos para la obtención de la licencia de funcionamiento:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento para el desarrollo de actividades económicas en establecimiento. www.munilince.go.pe
- Vigencia de poder de representante legal, en el caso de persona jurídica u otros entes colectivos. tratándose de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de Observancias de Condiciones de Seguridad (Para locales hasta 100m²)
- Adicionalmente, serán exigibles los siguientes requisitos: Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud. Copia simple de la autorización sectorial respectivamente a la Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la autorización.
- Pago del derecho correspondiente. (COD. 183-878 S/.91.50)

- Nota: El costo de la inspección de defensa civil se encuentra contemplado dentro del derecho de trámite. Por cada 50 m² se requiere de un estacionamiento, dentro de los 300 mt. líneas a la redonda del local.

1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Según el portal web de La Superintendencia Nacional de Aduanas y administración tributaria (SUNAT) los pasos para obtener el RUC son los siguientes:

PASO 1

El registro Único de Contribuyente (RUC) es la identificación de la empresa que La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) registra y que consta de 11 dígitos. Este es único, permanente y contiene información como contribuyente los cuales son el nombre la empresa o persona, domicilio fiscal, la actividad que realiza y otros datos. Su uso es obligatorio para todo trámite ante este organismo especializado.

En la página web de esta entidad, informa los requisitos para la inscripción del RUC y son los siguiente:

REQUISITOS NECESARIOS PARA LA INSCRIPCIÓN AL RUC	
PERSONA CON NEGOCIO	PERSONA JURÍDICA
DNI original.	DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.
Si tu documento de identidad es distinto al DNI, presenta el original y copia de tu documento de identidad.	
	Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
Para acreditar tu domicilio fiscal puedes utilizar la dirección declarada en tu DNI ó cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal	Puedes utilizar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal

Debes tener en cuenta que el documento que sustente tu domicilio fiscal contenga una dirección completa (debe incluir el Distrito).

Figura 7: Requisitos para la inscripción del RUC

Fuente: La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)

Si una tercera persona realiza el trámite, deberá presentar su DNI. Si tiene otro tipo de documento, exhibirá el original y copia de este. Además, presentará los siguientes requisitos adicionales:

Requisitos Adicionales	
<p>Carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción de tu RUC.</p>	<p>Si se trata de una persona individual con negocio, presentar correctamente llenado y firmado por el titular:</p> <ul style="list-style-type: none"> Formulario 2119: Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos.
	<p>Si se trata de una persona jurídica, presentar correctamente llenados y firmados por el representante legal:</p> <ul style="list-style-type: none"> Formulario 2119: Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos. Formulario 2054: Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo Formulario 2054-Anexo: Domicilio de los Representantes Legales

Figura 8: Requisitos adicionales para la inscripción del RUC

Fuente: La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)

PASO 2

Teniendo en cuenta los requisitos, el siguiente paso es la elección del régimen tributario. Existen cuatro tipos y sus principales características son los siguientes:

Nuevo RUS	Régimen Especial	Régimen MYPE Tributario	Régimen General
<ul style="list-style-type: none"> • Ventas mensuales no deben superar S/. 8000 • Emite sólo algunos comprobantes de pago (Boleta de ventas y tickets). • Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen. • Un único pago mensual según categoría. • No se llevan libros Contables. • No obligado a presentar declaraciones mensuales y anuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas anuales no deben superar los S/. 525,000. • Emite todo tipo de Comprobantes de pago. • Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen. • Presenta Declaración Mensual por IGV y Renta. • Sólo lleva dos registros contables (Registro de Compras y Registro de Ventas). • No obligados a presentar declaraciones anuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos Anuales no deben superar las 1700 UIT. • Emite todo tipo de Comprobantes de pago. • No tiene actividades restringidas. • Presenta Declaración y pago a cuenta mensual del Impuesto a la Renta con tasas diferenciadas de acuerdo a sus ingresos netos anuales. • Presenta Declaración Anual con tasas diferenciadas de acuerdo con sus ganancia o utilidad. • Obligado a llevar Libros Contables de acuerdo a sus ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene límites de ventas. • Emite todo tipo de Comprobantes de pago. • No tiene actividades restringidas. • Presenta declaración mensual por IGV y Renta y Declaración Anual. • De acuerdo a sus ingresos puede llevar contabilidad completa

Figura 9: Características principales de los tipos de regímenes tributarios

Fuente: La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)

PASO 3

Después de realizar el trámite del registro, es importante verificar la conformidad de los datos y también solicitar el Código de Usuario y Clave de Acceso SOL (Clave Sol) para realizar trámites, transacciones y cumplir con las obligaciones tributarias.

Luego de evaluar las características de los regímenes tributarios, Ruta Plus SAC se acogerá al Régimen MYPE Tributario por ser el que más conveniente para esta nueva empresa, por sus simples condiciones y por ser creado especialmente para promover el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresa.

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La planilla electrónica fue desarrollada por la SUNAT, con el fin de unir información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

Desde el 01 de agosto del 2011, este documento electrónico posee dos componentes: El Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME). Se desarrolla la descripción de ambos:

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T – REGISTRO	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Figura 10: Descripción de los componentes de la planilla electrónica

Fuente: La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

Ruta Plus S.A.C. tiene como obligación registrar los datos de sus colaboradores en el T-Registro y a su vez, declarar los ingresos y egresos de sus colaboradores mensualmente en el PLAME, obteniendo un mejor control tributario – laboral.

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

La empresa al estar inscrita con el Régimen MYPE tributario y ser una microempresa, se acogerá al Régimen Laboral Especial para la Micro y Pequeña Empresa regulado en la actualidad a través del Decreto Supremo Nro 013-2013-PRODUCE. A continuación, se muestra un cuadro comparativo con los beneficios laborales:

Tabla 5: Cuadro comparativo de beneficios

Referencias	Microempresa	Pequeña Empresa
Remuneración mínima	Remuneración Mínima Vital como mínimo	Remuneración Mínima Vital como mínimo
Jornada máxima de trabajo	8 horas diarias o 48 horas semanales.	8 horas diarias o 48 horas semanales.
Descanso Semanal	24 horas consecutivas semanales	24 horas consecutivas semanales
Descanso Vacacional	15 días calendario de descanso por cada año completo de servicios	15 días calendario de descanso por cada año completo de servicios.
Descanso por los Días Feriados	Lo previsto para el Régimen Laboral General.	Lo previsto para el Régimen Laboral General de la Actividad Privada.
Gratificación	No tiene derecho	1 gratificación por Fiestas Patrias y 1 por Navidad (50% de la remuneración cada una)
Compensación por Tiempo de Servicios	No tiene derecho	15 remuneraciones diarias por año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias
Utilidades	No tiene derecho	Lo previsto para el Régimen Laboral General de la Actividad Privada
Indemnización por Despido Injustificado	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias.	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 120 remuneraciones diarias
Indemnización por Vacaciones No Gozadas	Lo previsto para el Régimen Laboral General pero en función de los 15 días de vacaciones no gozados	Lo previsto para el Régimen Laboral General pero en función de los 15 días de vacaciones no gozados.
Seguro Social de Salud	Afiliación al Componente Semicolaborativo del Sistema Integral del Salud (SIS). El empleador aportará 50% y el Estado aportará el otro 50%	Afiliación obligatoria de los trabajadores a Essalud, el empleador aporta el 9%
Seguro de vida	No tiene derecho	Si tiene derecho según el Decreto Legislativo N° 688, Ley de Consolidación de Beneficios Sociales
Pensiones	Afiliación voluntaria a un sistema de pensiones libremente elegido: AFP, ONP, Sistema de Pensiones Sociales	Afiliación obligatoria a un sistema de pensiones libremente elegido: AFP, ONP

Asignación Familiar	No tiene derecho	No tiene derecho
---------------------	------------------	------------------

Nota: Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Elaboración propia.

De acuerdo con las condiciones, la empresa se acoge al régimen laboral MYPE, específicamente a las características de una microempresa.

1.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Según el Texto Único Ordenado del D. Leg. No 728, Ley de Productividad y Competitividad Laboral y el DECRETO SUPREMO No 003-97-TR disponen los siguientes tipos de contrato sujetos a modalidad:

Artículo 54.- Son contratos de naturaleza temporal:

- a) El contrato por inicio o lanzamiento de una nueva actividad
- b) El contrato por necesidades del mercado
- c) El contrato por reconversión empresarial

Artículo 55.- Son contratos de naturaleza accidental:

- a) El contrato ocasional
- b) El contrato de suplencia
- c) El contrato de emergencia

Artículo 56.- Son contratos de obra o servicio:

- a) El contrato específico
- b) El contrato intermitente
- c) El contrato de temporada

Al ser una empresa que inicia sus actividades, durante los tres primeros años su personal estará bajo un contrato por inicio de una nueva actividad, su tipo de naturaleza temporal sujeto a modalidad.

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

1.15.1 Contratos Comerciales

Los contratos comerciales hacen referencia al acuerdo legal entre dos o más partes que establecen ciertas obligaciones y condiciones. Comprenden contrataciones con proveedores, alquileres, prestación de servicios, clientes y otros términos.

Ruta Plus S.A.C. buscará los mejores proveedores de servicios para cumplir con lo ofrecido a los clientes. También se celebrará un contrato de arrendamiento por el alquiler de la oficina. Además, un contrato con el servicio tercerizado de asesoría contable y un contrato con los clientes donde estipula las responsabilidades y condiciones de ambas partes.

1.15.2. Responsabilidad civil de los Accionistas.

De acuerdo con las características que tiene una empresa cuya denominación es una sociedad anónima cerrada, los accionistas que lo conforman no responden con su patrimonio personal, sino con el patrimonio de la empresa, debido a que se trata de una persona jurídica de responsabilidad limitada. El capital de la empresa se constituye por los aportes de bienes tangibles e intangibles de los accionistas a través de una declaración jurada.

CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del Entorno del Mercado

2.1.1. Factores macro ambientales:

Análisis PEST – Factores que afecta indirectamente a la empresa

a) Factores políticos-legales

Crisis política: El Perú lleva consigo una crisis política debido a los últimos acontecimientos que se generó a raíz de uno de los casos más sonados de corrupción, el caso Odebrecht, en el cual estuvieron involucrados expresidentes y alcaldes municipales. Posterior, la renuncia de Pedro Pablo Kuczynski el 21 de marzo del 2018 y el vicepresidente Martin Vizcarra quien asumió el cargo.

La batalla entre el poder Ejecutivo y Legislativo causó las elecciones congresales extraordinarias que se llevó a cabo el 26 de enero del 2020 y este nuevo congreso legislará por 14 meses.

Promoción a la formalización laboral: Según Diana Pacheco (febrero, 2020): “...el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, asume el compromiso de promover activamente la formalización laboral, siguiendo la «Estrategia Sectorial para la Formalización Laboral 2014-2016», aprobada mediante Resolución Ministerial N° 205-2014-TR”.

De acuerdo con lo expuesto, se viene trabajando en la difusión de estas regulaciones y actualizaciones con el fin que se disminuya la informalidad laboral.

Leyes creación de empresa: Creación de la Ley MYPE, que favorece la formalización y establece diferencias entre las micro, pequeñas y medianas empresas.

b) Factores económicos

Reducción del PBI: El instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) nos muestra el comportamiento de la economía peruana en el primer trimestre de 2020:

- El Producto Bruto Interno (PBI) a precios constantes de 2007, registró una disminución de -3,4%, explicado por la contracción de la demanda interna (-1,8%) y el comportamiento negativo de nuestras exportaciones (-10,1%).
- La demanda interna disminuyó -1,8%, debido a la reducción en el consumo final privado de -1,7% y de la inversión bruta fija (-10,0%), atenuado por el incremento del consumo final del gobierno (7,2%).
- El gasto de consumo final privado decreció en -1,7%. Los resultados de la Encuesta Permanente de Empleo muestran una disminución en el ingreso mensual promedio nominal de los trabajadores de -0,4%, así como, la caída del empleo en -0,1%. Los resultados preliminares de la ENAHO reportan incremento en el ingreso laboral real.

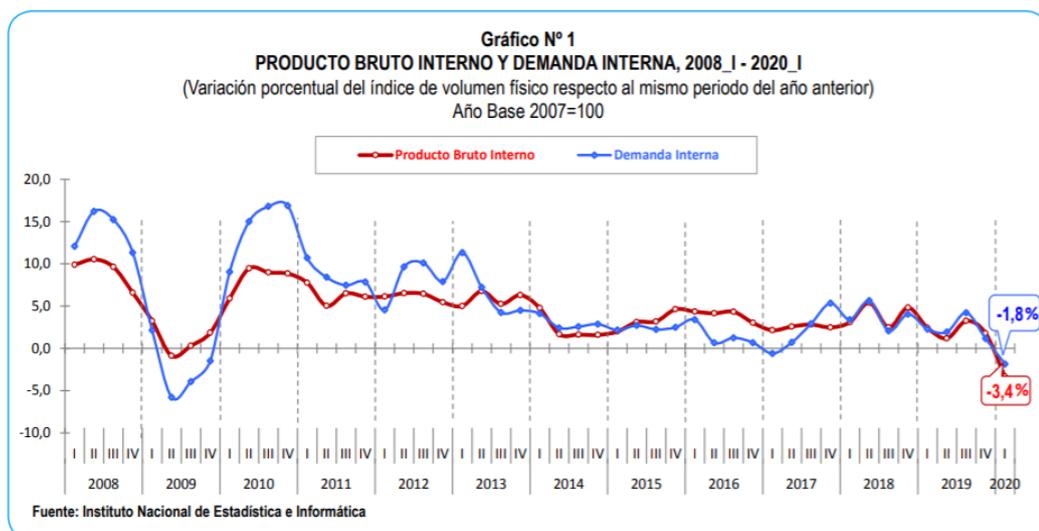


Figura 11: Producto Bruto Interno y Demanda Interna
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática. (INEI)

Después de 10 años, el Perú presenta una caída del PBI y la demanda interna en cifras negativas, esta disminución se presenta ante el actual contexto de la pandemia mundial producida por el COVID-19, afectando la economía mundial y la salud de las personas.

Expectativa del crecimiento económico: Según Javier Prialé (abril, 2020) recoge algunas proyecciones:

- El Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que economía mundial caerá 3% para el 2020. En el caso del Perú se estima que caería en 4.5% como consecuencia de la crisis sanitaria.
- Sin embargo, la expectativa para el 2021 es que la economía peruana tenga un fuerte rebote, pues el FMI estima un crecimiento de 5.2% que junto con el 5.3% estimado para Chile será de las tasas más altas el próximo año.
- El subdirector del Departamento de Investigación del FMI, Gian María Milesi-Ferretti menciona: “Al momento de analizar el tema económico uno debe tener en consideración el ambiente externo al país y como estaba el país antes de esta crisis. Chile y Perú tenían economías fuertes antes de esto por lo que el tamaño de las revisiones es más simple en estos casos”.

La economía peruana entrará en recesión durante el 2020 y a pesar, de la incertidumbre, el país apunta a un mejor escenario para el 2021, debido a la economía estable durante los últimos años antes de la llegada de la pandemia.

Tasa de Inflación moderada: Javier Prialé (abril, 2020) agregó lo siguiente:

- En el caso de la inflación, que es la mide el incremento de los precios al consumidor en las economías, la FMI estima que este año la variación

de este año sería menor que la del 2019. Es decir, en el 2020 se tendría una inflación de 1.7%, menor al 2.2% del año pasado.

- El presidente del Banco Central de Reserva (BCR), Julio Velarde, quien incluso sostuvo que existe la posibilidad de que la inflación esté por debajo del rango meta, que es de entre 1% y 3%.

Se está tomando las medidas necesarias para mantener los precios estables y no caer ante una deflación.

c) Factores socioculturales

Evolución demográfica por edades: Según los resultados del Censo 2017 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e informática detalla lo siguiente:

- La evolución de la población en las últimas décadas se refleja en la forma que ha adoptado la pirámide poblacional, así de haber presentado una base ancha y vértice angosto en los censos de 1940.
- En la actualidad se observa una base más reducida y un ensanchamiento progresivo en los centros, que refleja un menor número de nacimientos y mayor población en edad activa. Así mismo, se observa mayor proporción de población adulta mayor que indica el proceso de envejecimiento.
- La diferencia relativa del grupo de edad de 0 a 4 años de los Censos 2007 y 2017, responde a la reducción de la natalidad, asimismo, el gráfico revela la disminución de la importancia relativa de los grupos quinquenales comprendidos entre los 5 a 29 años, tanto en hombres como mujeres, consecuencia de la reducción progresiva de la base piramidal. Por otro lado, a partir de los 25 años en todos los grupos, se observa una mayor proporción relativa en hombres y mujeres.

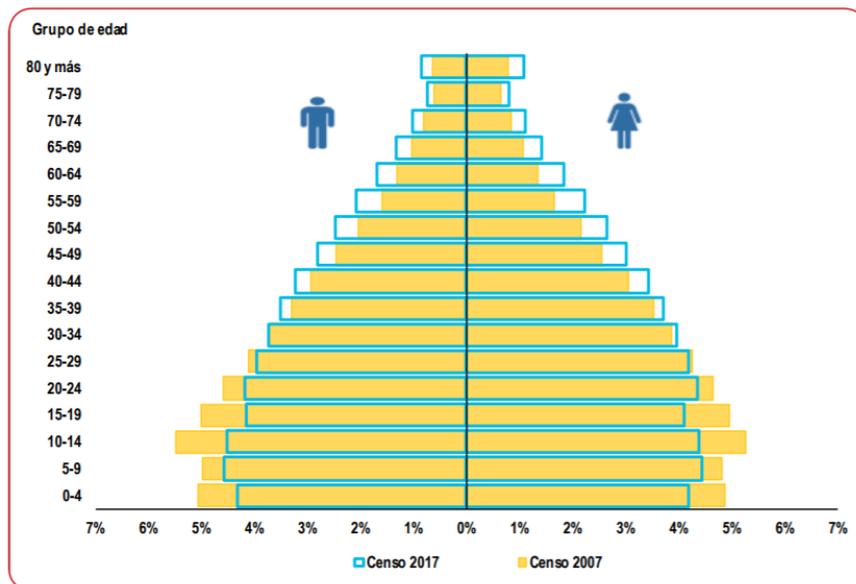


Figura 12: Perú: Pirámide de población censada, 2007 y 2017. Distribución por edades.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática. (INEI)

Tendencias del nuevo consumidor peruano: Fátima Mikkelsen (junio, 2018) en una entrevista describió los nuevos consumidores peruanos:

El nuevo consumidor peruano es un consumidor activo gracias a la globalización, al acceso de la información a tiempo real, a la comunicación a través de múltiples tecnologías. Se ha convertido en un super consumidor debido a que puede comparar en tiempo real diferentes alternativas de servicios a través de su smartphone o tablet, Se ha vuelto más exigente, comparte lo que él experimenta y lo viraliza a través de las redes sociales a favor o en contra de las marcas. Este nuevo consumidor pide lo siguiente:

- **Rapidez:** Valora su tiempo y está dispuesto a pagar un poco más por tener un servicio más rápido. El consumidor que va a buscar opciones, alternativas de productos y servicios ya listos.
- **Conveniencia y comodidad:** El consumidor que va al centro comercial no solo va a comprar, sino a pasar más tiempo de lo debido, es por ello la creación de zonas de descanso y esparcimiento. Aquella persona que está conectado físicamente con una tienda también puede a través del smartphone y en simultaneo. Ofrecimiento de los mismos productos en

todos los canales de atención y por la tienda online más rebajado. Creación de módulos de recojo y delivery, dando a escoger la opción más cómoda para el cliente.

- **Fresco, orgánico:** El consumidor que está buscando llevar una vida más sana, elección de productos naturales, que no tengan conservantes, que sea orgánico, hay más conciencia de lo que ingresa al cuerpo. Va a leer la información del empaque, de la procedencia y de qué material está hecho el empaque.
- **Ecofriendly:** El consumidor que se preocupa por cuidar el planeta, va a exigir que el cuidado del medio ambiente sea una obligación. Si tiene dos elecciones con iguales características va a elegir la marca que tenga una diferenciación en su filosofía de responsabilidad con el entorno o que sea eco sostenible.

Clasificación por generaciones: La importancia de clasificar por generación ha permitido tener una información mayor sobre cómo es el comportamiento de forma colectiva y su relación con el entorno.

Ipsos realizó una clasificación, diferenciándolos por sus valores más resaltantes:

		Principales valores	Mantra & Recompensa	
	Gen Silencio (1925-1944)	74 años a más	Valor: Estructuras jerárquicas Disciplina, respeto, patriotismo, frugalidad	<i>Pobre pero orgulloso Respeto a los mayores</i>
	Baby Boomers (1945-1959)	59 a 73 años	Valor: Liderazgo inclusivo Desafío del Status Quo, compra ahora, paga después	<i>Sin dolor no hay ganancia Las contribuciones son valoradas</i>
	Gen X (1960-1980)	38 a 58 años	Valor: Independencia Educación, Equilibrio, Familia, Tomadores de riesgos, ahorra para más tarde	<i>Trabaja inteligentemente y no duro El tiempo es valioso</i>
	Millennials / Gen Y (1981-1995)	23 a 37 años	Valor: Trabajo en equipo Cambiar las reglas, ciudadanos del mundo, autoexpresión, gratificación instantánea	<i>Tengo derecho Tu puedes hacer la diferencia</i>
	Gen Z (1995-2010)	8 a 22 años	Valor: Ambientes colaborativos Privacidad, humildad, conciencia social, ahorro de dinero	<i>Sé el cambio Eres parte del proceso</i>

Figura 13: Valores generacionales
Fuente: Ipsos

d) Factores tecnológicos:

Aumento al acceso a internet y algún aparato tecnológico: Aún sigue siendo un reto que todos peruanos tengan internet. Según el INEI (2019) estos fueron los resultados de su investigación sobre la tecnológicas de información y comunicación en los hogares:

- El 58,8% de la población de 6 y más años de edad del país accedió a Internet
- El 81,6% de la población de 6 y más años de edad del país accedió a Internet por celular
- El 92,5% de los hogares del país tiene al menos un miembro con teléfono celular
- El 41,4% de los hogares del país accedió al servicio de televisión por cable
- El 93,8% de los hogares del país tiene al menos una Tecnología de Información y Comunicación (p.9)

Aceleración de la transformación digital: Según Pedro Cortez (junio, 2020) citado en un artículo del diario Gestión, quien es el presidente del Comité de CADE 2020 menciona lo siguiente: *“Aquellos que se pensaba que se realizaría en los próximos cinco años, se hará en doce meses. Existe un sentido de urgencia, y ya no es declarativo, es determinante. El cambio debemos hacerlo juntos, integrando los aportes de ciudadanos, gobierno, empresas y academia pues hay varios retos que superar”*,

Ante la llegada del COVID-19 y las medidas de aislamiento, muchas empresas se han visto obligadas a acelerar su plan de transformación, para poder seguir brindando sus servicios y mantenerse en el mercado.

2.1.2. Factores micro ambientales:

Análisis que afecta directamente a la empresa dentro de la industria del turismo de reuniones

El turismo abarca todas las actividades que se involucran para que una persona pueda desplazarse hacia otro lugar durante un tiempo determinado. Existen diferentes tipos de turismo como el turismo rural, el turismo de aventura, el turismo para escolares, turismo de reuniones, entre otros. La empresa Ruta Plus SAC se enfocará en el turismo de reuniones.

Según un informe de La Organización Mundial del Turismo (2014), Jesús María Gómez definen lo siguiente: *“Reunión es un término general que se refiere al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta. El término “reunión” y su descripción recién señalada se aplicaban a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado. Estas reuniones constan de convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, incentivos, reuniones empresariales y de negocios y otras reuniones que cumplen los criterios mencionados”.* (p.30)

En ese mismo informe, Jesús María Gómez, quien es presidente del capítulo español de Meeting Professionals Internacional (MPI) presenta varios puntos positivos de este segmento:

- Las reuniones de por sí son un gran negocio y juegan un importante papel de apoyo a otros negocios.
- Las reuniones favorecen las inversiones, el comercio, las comunicaciones y las tecnologías.
- Las reuniones llevan formación y desarrollo profesional a las comunidades locales creando puestos de trabajo y reteniendo la mano de obra.
- Es una industria “limpia” que promueve la calidad ambiental.
- Las reuniones favorecen y respaldan otros sectores empresariales.
- Las reuniones representan la “gama alta” en cuanto a gastos de los viajeros.
- Las reuniones atraen a expertos mundiales.

- Las reuniones crean y difunden conocimientos en el mundo entero.
- Las reuniones perfilan las comunidades.
- Las reuniones contribuyen a la comprensión y la cooperación mundiales.

(p.10)

De acuerdo con lo expuesto, el turismo de reuniones tiene un fin que cobra importancia en el desarrollo de la economía mundial, partiendo del intercambio de conocimientos y prácticas profesionales, trayendo múltiples beneficios a los participantes.

Según el balance anual del 2019 de la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA), muestra el crecimiento ascendente y constante del turismo de reuniones. Su base de datos registró la cifra de reuniones que se llevaron a cabo durante ese año, este número superó el récord del año anterior, llegando a 13,254 reuniones, 317 reuniones más que el 2018.

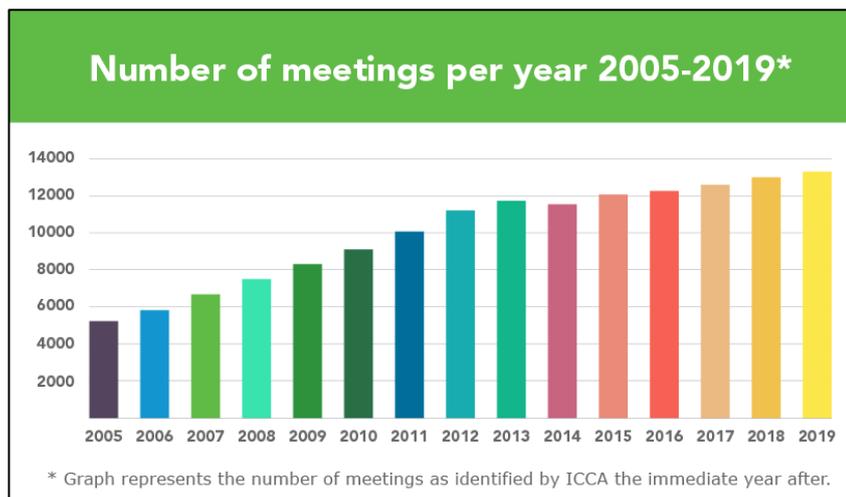


Figura 14: Número de reuniones por año 2005-2019

Fuente: Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA)

En este mismo estudio, también se muestra el porcentaje de las reuniones según los temas que se trataron, en el campo de médico fue un 16.8%, tecnología 14.5%, ciencia 13.4%, educación 6.3%, industrial 6.2% y otras ramas.

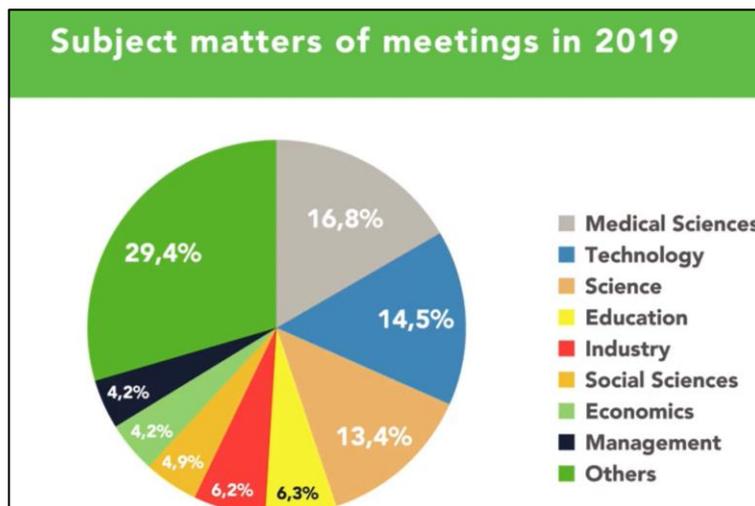


Figura 15: Temas de reuniones en 2019

Fuente: Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA)

Siguiendo con este mismo informe, se presentó la lista top de las ciudades que más se han desarrollado estas reuniones y la lista top de los países con más reuniones. Se muestra a continuación:

ICCA Statistics 2019 Top 20 Country and City Rankings							
	1	Paris	237		1	U.S.A.	934
	2	Lisbon	190		2	Germany	714
	3	Berlin	176		3	France	595
	4	Barcelona	156		4	Spain	578
	5	Madrid	154		5	United Kingdom	567
	6	Vienna	149		6	Italy	550
	7	Singapore	148		7	China-P.R.	539
	8	London	143		8	Japan	527
	9	Prague	138		9	Netherlands	356
	10	Tokyo	131		10	Portugal	342
	11	Buenos Aires	127		11	Canada	336
	12	Copenhagen	125		12	Australia	272
	13	Bangkok	124		13	Republic of Korea	248
	14	Amsterdam	120		14	Belgium	237
	15	Seoul	114		15	Sweden	237
	16	Dublin	109		16	Austria	231
	17	Athens	107		17	Switzerland	221
	18	Rome	102		18	Argentina	214
	19	Taipei	101		19	Poland	213
	20	Sydney, NSW	93		20	Brazil	209

Figura 16: Ranking de ciudades y países con más reuniones

Fuente: Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA)

En el informe anual del año 2018 de esta misma asociación, nos muestra el ranking de las ciudades con mayor número de participantes, así como el ranking de países. Esta información nos permite una mayor visión sobre cuántas personas se movilizan hacia estos eventos.

Tabla 6: Ranking de ciudades y países por número estimado de participantes, 2018

Ranking de las ciudades y países por número total estimado de participantes en 2018					
Rango	Ciudad	2018	Rango	País / Territorio	2018
1	Barcelona	134,838	1	Estados Unidos	384,035
2	París	126,243	2	España	296,825
3	Viena	104,775	3	Alemania	293,337
4	Munich	93,443	4	Francia	241,044
5	Berlina	87,623	5	Canadá	203,429
6	Amsterdam	85,549	6	Reino Unido	181,149
7	Toronto, ON	84,600	7	Italia	168,578
8	Copenhague	80,618	8	Japón	168,248
9	Madrid	71,885	9	Países Bajos	149,513
10	Singapur	69,261	10	China-PR	146,982
11	Lisboa	67,382	11	Austria	120,981
12	Buenos Aires	60,848	12	Australia	116,000
13	Seúl	58,996	13	Portugal	113,154
14	Londres	54,788	14	Brasil	106,045
15	Montreal, QC	54,122	15	República de Corea	105,084
16	Bangkok	53,668	16	Argentina	95,632
17	Dublín	51,313	17	Dinamarca	91,975
18	Tokio	48,787	18	Suecia	83,796
19	Sydney, NSW	48,272	19	Suiza	75,640
20	Hong Kong	47,630	20	Bélgica	72,846

Nota: Fuente: Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA). Elaboración propia.

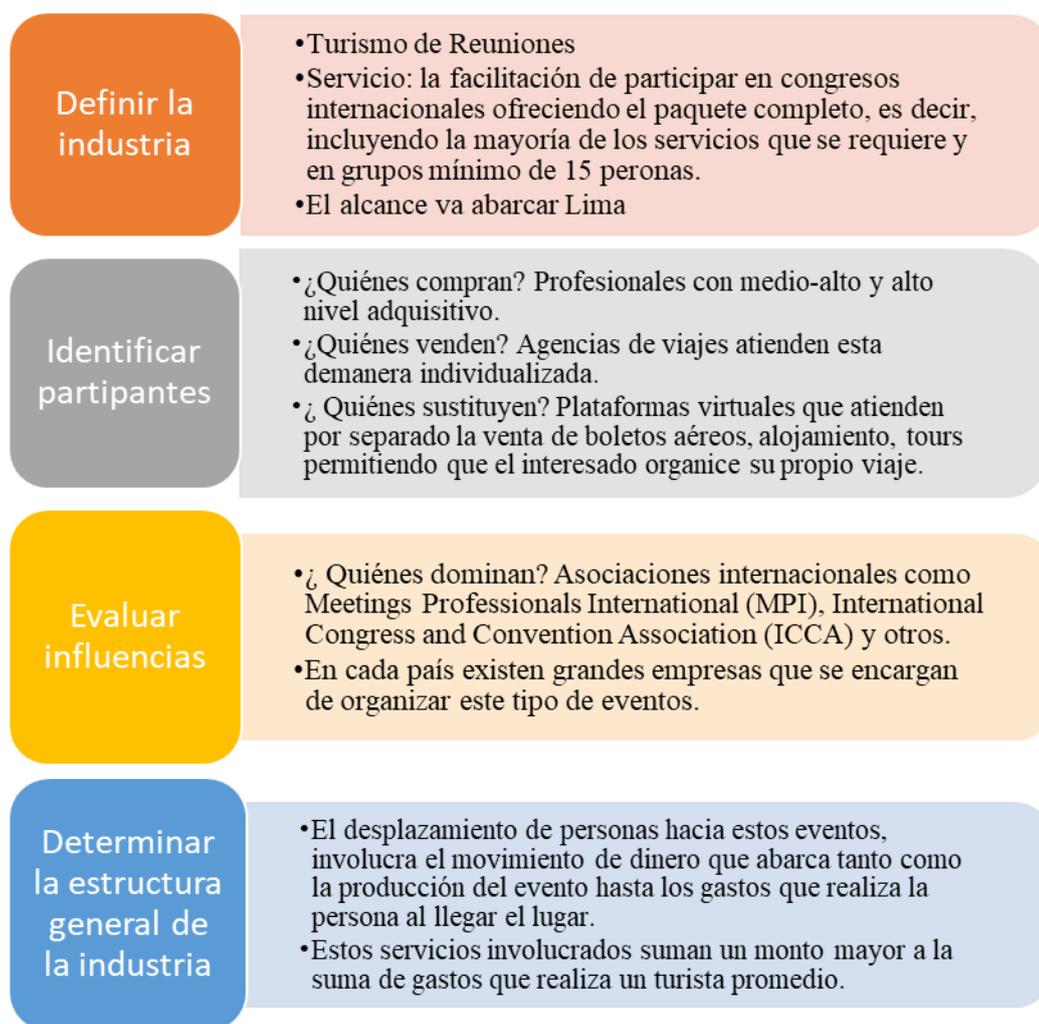
Es importante mencionar los comentarios referentes al ranking realizado por esta asociación y son las siguientes:

- En 2018, Barcelona se convierte en la ciudad número uno por número total estimado de participantes, a pesar de que el destino organizó 49 eventos menos que París, la ciudad número uno por número de reuniones. Por lo

tanto, se puede concluir que Barcelona acogió menos eventos, pero más grandes.

- En 2018, la ciudad, que ocupa el puesto 35 por número de reuniones, salta del puesto 87 en 2017 al cuarto lugar en 2018 por el total estimado de participantes, un impresionante 93,444. Esto se debe al hecho de que la ciudad organizó dos conferencias médicas importantes en 2018: el Congreso de la Sociedad Europea de Cardiología (ESC) con 32,858 participantes y el Congreso de la Sociedad Europea de Oncología Médica (ESMO) con 27,700 participantes.

A continuación, se presenta un análisis previo a la revisión de los factores internos:



Analizar los cambios recientes

- Tendencia de ecoamigable: eventos verdes
- Tendencia a la tecnología: que permita al participante ser más activo.

Figura 17: Análisis de la industria
Fuente: Elaboración propia.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

- Poder de negociación con los clientes:** Al ser una nueva empresa y al dirigirse a un segmento medio-alto y alto de poder adquisitivo, se va a priorizar la calidad de los servicios. Por otra parte, se va a invertir en la presencia digital y los canales de atención para cumplir con las expectativas de la inmediatez de la información requerida.
- Poder de negociación con los proveedores:** Por la naturaleza del negocio, se va a contar con diferentes alternativas de proveedores según el país destino. La estrategia para conseguir un buen trato se basa en reservar los servicios con anticipación mínimo 3 meses antes de la llegada y con tarifas grupales, con el fin de obtener descuentos y mejores beneficios en los servicios privados.
- Poder de nuevos competidores entrantes:** Existe la amenaza que al poner en marcha este nuevo servicio, otros también se interesen en este segmento. Sin embargo, cuando decidan abordar este rumbo, la empresa ya habrá ocupado un lugar en la recordación de los clientes por ser los primeros en ofrecer este servicio. Además, se buscará alianzas y convenios con instituciones académicas.
- Amenaza de nuevos productos sustitutivos:** En el rubro del turismo, ingresaron plataformas de ventas de boletos aéreos, en algunos casos ofrecen algunos servicios turísticos, estas plataformas no tienen el mismo modelo de una agencia de viaje, sino son totalmente digitales como Despegar, Kayac, entre otros. También, ingresó al mercado una nueva forma de alojarse a bajo costo, la más conocida es la plataforma “Airbnb”.

- e) **Rivalidad entre los competidores:** No se encontró competencia semejante al servicio, sin embargo, existen agencias de viajes que atienden la demanda de manera individualizada. Este nicho de mercado se encuentra atractivo debido a la poca competencia y por brindar un servicio diferente a las demás agencias de viajes.

Estrategias básicas de Porter

Después de analizar las cinco fuerzas de Porter, se establece la estrategia a usar para el desarrollo de la actividad:

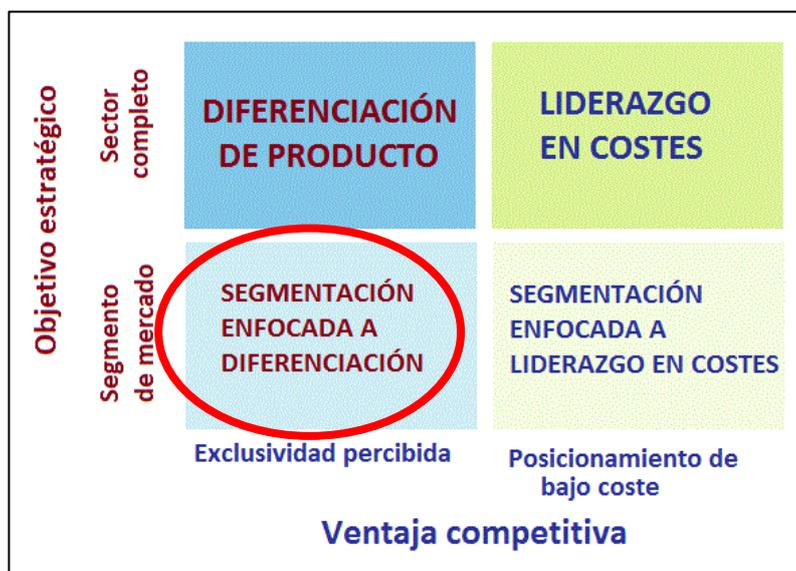


Figura 18: Estrategias básicas de Porter
Fuente: Economipedia

La estrategia de la empresa Ruta Plus SAC será la segmentación enfocada a la diferenciación, debido a que dirige a un nicho de mercado que es el turismo de reuniones y específicamente a los profesionales cuyo nivel adquisitivo es medio-alto y alto que están interesados en participar en congresos internacionales y que no tienen tiempo para organizar este viaje por su cuenta.

El servicio que se ofrece es el paquete completo para la participación de estos eventos, es decir, el cliente no tendrá que preocuparse de los servicios por

separado, solo disfrutar de la experiencia de viaje. De esta manera el servicio se diferencia de las demás agencias de viajes.

2.2. Ámbito de acción del negocio

2.2.1. Segmentación de mercado

a) **Perfil geográfico:** Se estableció que el segmento de mercado de la empresa serán clientes que tienen lugar de residencia en la zona lima moderna, este está conformado por los distritos de San Miguel, Pueblo Libre, Jesús María, Magdalena, Lince, San Isidro, Miraflores, Surquillo, San Borja, Barranco, Santiago de Surco y La Molina.

b) **Perfil demográfico:**

- **Nivel socioeconómico:** Alto y medio-alto
- **Edad:** 30- 55 años
- **Género:** ambos
- **Grado de instrucción:** superior universitaria completa, postgrado/maestría, doctorado.
- **Estado civil:** solteros, casados, divorciados
- **Ocupación:** Profesionales con cargos de jefes o gerencia, empresarios. Profesionales con reputación dentro de su rama.
- **Sectores que ejercen:** medicina, tecnología, ciencias sociales, educación, empresarial.
- **Clasificación por generación:** Generación X y Millenials.

c) **Perfil sociocultural:**

Actividades: Descansan en casa, navegan por internet, escuchan música, ven televisión. Les gusta ir a restaurantes, pasar tiempo en familia o amistades. Suelen leer periódicos, revistas y páginas de internet para mantenerse actualizados.

Intereses: Tienen altos objetivos respecto a su nivel de instrucción. Tienen posibilidades de viajar al extranjero para estudiar. Tienen interés por la familia. Les importa su estatus y lo adquieren comprando productos exclusivos, teniendo grandes experiencias o anécdotas. Cuidan su imagen personal. Son dedicados al trabajo.

Opiniones: La familia, el trabajo y la educación son los pilares más importantes de sus vidas. Aprecian el valor del tiempo. Conocen sus derechos. Tienen mentalidad moderna.

d) Estilo de vida: Según Arellano Marketing (s.f), este grupo encaja en el estilo de vida de los sofisticados, siendo estas sus principales características:

- Tienen un nivel de ingreso más alto que el promedio, son modernos, educados, cosmopolitas y valoran mucho la imagen personal, buscan diferenciarse, aspiran a cargos importantes para obtener un nivel de vida confortable. Consideran que tener una carrera o estudio constituye la llave para lograr éxito y liderazgo soñados.
- Al ser cosmopolitas, son abiertos al mundo y a la globalización, liberales en ideas y actitudes y disfrutan sus ganancias.
- Buscan diferenciarse y ganar mayor reconocimiento social, interesados en la adquisición de bienes y riqueza.
- Procuran cuidar las apariencias, les interesa ascender socialmente y esperan lograrlo mediante la educación y la cultura.
- Son personas optimistas y se sienten dueños de su destino, confían en sí mismos y se consideran líderes.

Con el fin de complementar el perfil de estilo de vida se añadió los hábitos de consumo y consumo de medios, siendo los siguientes:

Hábitos de consumo

- **¿Qué compran?** Productos que están tendencia e innovadores, productos de lujo. Valorán la calidad y dispuesto a pagar más por ello. Atribuyen valor a las marcas.
- **¿Dónde compran?** Centros comerciales, Vivanda, Wong. Compras online.
- **¿Cuánto compran?** Desde 1 unidad.
- **¿Con quién compran?** Solos o acompañados por un integrante familiar, alguna amistad o toda la familia.
- **¿Con qué frecuencia compran?** Compras semanales o quincenales.

Consumo de medios

- **Plataformas digitales:** Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube, Netflix, WhatsApp.
- **Televisión y cable:** Canal N, Movistar Plus, América televisión, RPP Noticias.
- **Radio:** Capital, RPP, Exitosa.
- **Diarios:** El Comercio, La República.
- **Revistas y suplementos:** Caretas, Somos.

2.2.2. Atributos determinantes

Especialización del servicio: Se va a caracterizar por brindar servicios especializados para profesionales interesados en participar en algún evento o congreso internacional. Con el objetivo de brindar una mejor experiencia, se utiliza el conocimiento dentro de este ámbito, el cual es el turismo de reuniones. De esta manera se va construyendo confianza en nuestros clientes y con el paso del tiempo crear una imagen sólida que refleje la cualidad de expertos en la materia y comprometidos con brindar un servicio cada vez mejor.

Calidad: Se va a caracterizar por brindar servicios de calidad, cumpliendo con todo lo que se ofrece.

- Hoteles: Hoteles de 4 y 5 estrellas.
- Transporte aéreo: Latam, Copa Airlines y otras aerolíneas que no tienen un sistema de low-cost.
- Transporte terrestre: Transporte privado en buen estado, con aire acondicionado y asientos cómodos.
- Guías de turismo: Personal capacitado con experiencia.

2.2.3. Análisis de la competencia

Competencia directa: En la búsqueda de la competencia directa, no se encontró agencia de viaje que se enfoque en este segmento y que brinde el mismo servicio.

Competencia indirecta: Engloba a todas las agencias de viaje que atienden la solicitud de profesionales interesados en participar en este tipo de eventos de manera individualizada, estas agencias actúan como intermediario para la compra de boletos aéreos y reserva del alojamiento, entre otros servicios adicionales. Estas empresas por lo general son agencias que no están especializadas en algún segmento en específico. Por otro lado, existen empresas que se especializan en los segmentos: escolares, adultos mayores, bodas, corporativos.

Matriz de posicionamiento

Con el fin de poder visualizar mejor la posición de la empresa, se realiza la matriz de posicionamiento en el campo del turismo con las agencias reunidas de manera general por el segmento al que se dirigen y usando dos atributos: calidad y especialización. Será vital la importancia en la calidad de los servicios que se va incluir y junto con la diferenciación de la especialización en el rubro de turismo de reuniones se construirá una imagen sólida y de expertos en la materia, haciendo que los clientes nos prefieran ante una agencia de viajes que atienden cotizaciones de manera general.

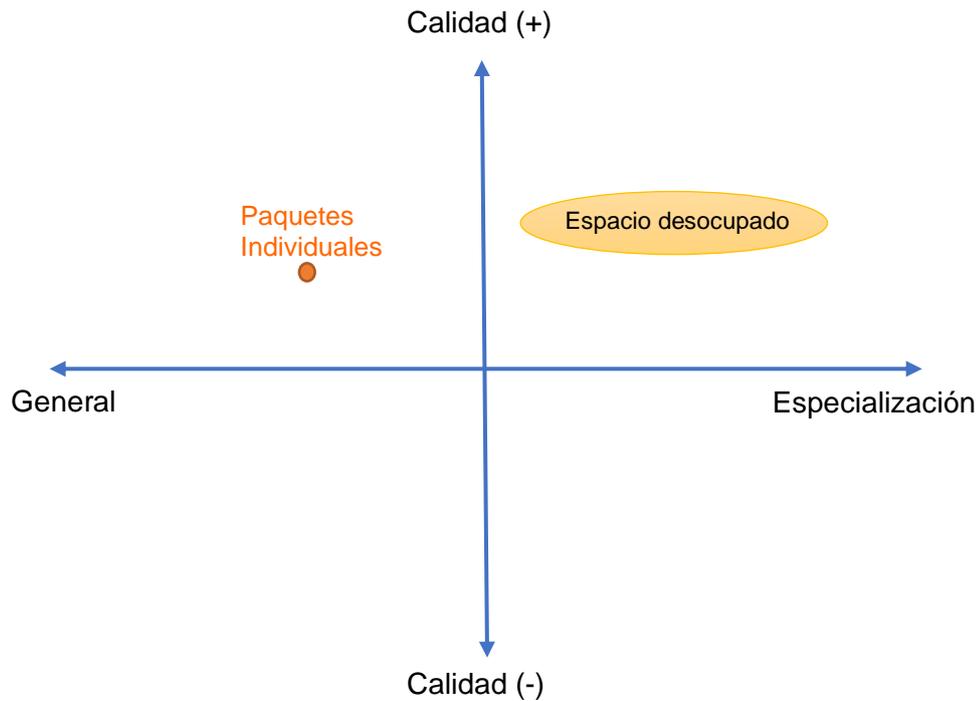


Figura 19: Matriz de posicionamiento de Ruta Plus SAC
Fuente: Elaboración propia

2.2.4. Análisis interno de la empresa

Se realiza el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa.



Figura 20: FODA de la empresa
Fuente: Elaboración propia

2.2.5. Estrategia de posicionamiento

Seguidamente de la matriz de posicionamiento y el análisis interno, se plantea una estrategia de posicionamiento de diferenciación por la calidad y especialización del servicio. Se concluye que el servicio a ofrecer es único y especializado para los profesionales interesados en participar en eventos internacionales.

Esto será percibido por el cliente como un servicio de calidad brindada por expertos en la materia, que le facilita y ahorra tiempo, ya que el cliente no tendrá que buscar prospectos en agencias de viajes de manera individual y tomarse un tiempo en comparar detalles, sino que solo se va a preocupar en disfrutar de la experiencia del viaje organizado y la participación del congreso internacional.

2.3. Descripción del servicio

Ficha técnica

Tabla 7: Ficha técnica de Ruta Plus SAC

Nombre	Ruta Plus SAC
Categoría	Agencia de viaje minorista
Clasificación	Turismo emisor
Rubro	Turismo de reuniones
Ubicación	Av. Arequipa 1851, Lince, Lima
Canales de atención	Oficina física Líneas telefónicas Página web Redes sociales WhatsApp Business
Descripción del servicio	Paquetes de viaje incluido las entradas a los eventos internacionales
Servicios que incluye	Boletos aéreos Tarjeta de asistencia médica Alojamiento Traslados Circuitos turísticos Tour líder

Nota: Fuente: Elaboración propia

Descripción de los servicios que incluye el paquete:

Boletos aéreos: La empresa estará registrada en los principales sistemas de boletaje. Uno de ellos “Click and Book”, plataforma de Costamar; e “Interagencia” por Ágil Perú. A través de estas plataformas que nos brinda seguridad y garantía, se reservará y comprará los boletos.

- El boleto que se incluye es en base al servicio regular económico con maleta de 23kg incluida, que permite cambios de fecha, mas no de titular.
- En el caso que el cliente desee viajar en un asiento de primera clase, pagará un adicional por la diferencia del precio.
- Dependiendo del lugar de destino, se seleccionará la mejor alternativa de aerolínea con los mejores horarios para aprovechar al máximo la estadía.
- Se descartará las aerolíneas de low-cost que por minorizar el precio disminuyen su calidad al reducir el espacio entre los asientos y cobran aparte el equipaje, la impresión de la tarjeta de embarque y otros servicios.
- Entre las principales aerolíneas que se harán uso son: Latam, Copa Airlines, Aeromexico, American Airlines, Emirates y otras.

Tarjeta de asistencia médica: Con el fin que el pasajero tenga un seguro durante su viaje, se incluye una tarjeta que le va a servir en caso de accidentes, va a cubrir la asistencia médica por enfermarse durante el viaje y los medicamentos, cubre un reembolso por extravío de equipaje y exceso de equipaje, por repatriación funeraria, entre otros conceptos más.

A pesar de que en muchos países no es obligatorio contar con la tarjeta de asistencia, cuando ocurre algo grave como un accidente, te alivia saber que van a poder atenderte en una clínica y que ya está cubierto la liquidación, porque la salud en otros países es cara y el acceso a medicamentos solo es a través de recetas médicas selladas por los doctores residentes.

La tarjeta de asistencia que incluirá será por Euroamerican Assitance, con varios años de experiencia brinda el soporte a los asegurados, tienen cuatro categorías y se elige el que más se adecue para el destino.

Alojamiento: Se tomará los servicios de Hoteles de 4 y 5 estrellas. Para la elección de los hoteles se va a evaluar como primera opción el hotel donde se realiza el evento y si se encuentra en una zona céntrica o comercial, como segunda opción un hotel cerca al lugar del evento, procurando que sean hoteles modernos, céntricos y cercano a una zona comercial.

Habrán dos tarifas del paquete completo según el tipo de habitación. La primera tarifa va a estar incluida el alojamiento en base a una habitación doble es decir una habitación con dos camas para dos personas o matrimonial en el caso que vaya con un acompañante. La segunda tarifa incluirá una habitación sencilla para una persona.

Traslados: Se incluye los traslados aeropuerto/hotel/aeropuerto en sistema privado, solo para el grupo. En el caso que el alojamiento no sea en el mismo lugar del evento, se incluye los traslados ida y vuelta al evento internacional. La movilidad tendrá el espacio suficiente para el equipaje y el grupo. El transporte será una unidad moderna, con asientos reclinables y con aire acondicionado.

Circuitos turísticos: Según la programación del evento y del destino, se prepara los circuitos turísticos a los puntos más relevantes del lugar. Con el fin de conocer su historia y cultura, como también se incluye espacios de recreación, el cual va de acuerdo con la realidad de cada destino, se puede incluir algún espectáculo nocturno o alguna visita que complemente el circuito. Todos los circuitos se van a contar con un guía local quien será un guía profesional de turismo que explicará con detalle los lugares a visitar.

Tour líder: Se incluirá una persona certificada de turismo por cada destino. Esta persona estará presente desde el aeropuerto internacional Jorge Chavez en Lima hasta finalizar el circuito, es decir volver a Lima. Estará a cargo del grupo y presente en los traslados y los circuitos turísticos programados, cada día dará las indicaciones para el día siguiente como los horarios de salida, entre otros.

Principales eventos internacionales

En base a la encuesta realizada que más adelante se expone y la investigación de los eventos internacionales confirmados para el año 2021, serán promocionados los siguientes:

Calendario de viajes 2021

En el campo de la medicina:

- XXVIII Congreso Interamericano de Cardiología. Paraguay. Del 9 al 12 de junio 2021

Salida: 08 de junio. Regreso: 14 de junio. ¡Serán 07 inolvidables días!

- 18° Congreso Internacional de Medicina Interna - Buenos Aires, Argentina del 03 al 06 de agosto, 2021

Salida: 02 de agosto. Regreso: 08 de agosto. ¡Serán 07 inolvidables días!

- Congreso Ibero Latinoamericano de Dermatología Madrid España - 15 al 18 de septiembre de 2021.

Salida: 14 de setiembre. Regreso: 23 de setiembre. ¡Serán 10 inolvidables días!

- Congreso Latinoamericano de nutrición Asunción – Paraguay 31 de octubre al 04 de noviembre, 2021

Salida: 30 de octubre. Regreso: 05 de noviembre. ¡Serán 07 inolvidables días!

- XXXIX Congreso Latinoamericano de Neurocirugía CLAN. Guayaquil – Ecuador. Del 15 al 19 de noviembre del 2021

Salida: 14 de noviembre. Regreso: 21 de noviembre. ¡Serán 08 inolvidables días!

- XXII Congreso Internacional de la Asociación Latinoamericana de Cirugía y Traumatología - Cartagena de Indias, Colombia - Del 28 de noviembre al 01 de diciembre 2021

Salida: 27 de noviembre. Regreso: 03 de diciembre. ¡Serán 07 inolvidables días!

- Congreso Mundial De Gastroenterología. Dubái EAU - Del 12 al 15 de diciembre, 2021

Salida: 10 de diciembre. Regreso: 19 de diciembre. ¡Serán 10 inolvidables días!

En el campo de ciencias sociales:

- XXVIII CONGRESO INTERAMERICANO PSICOLOGIA ASUNCION PARAGUAY – 12 al 16 de julio, 2021

Salida: 11 de julio. Regreso: 18 de julio. ¡Serán 07 inolvidables días!

En el campo de la empresarial:

- Feria de Cantón. Del 31 de octubre al 04 de noviembre del 2021

Salida: 29 de octubre. Regreso: 07 de noviembre. ¡Serán 10 inolvidables días!

Este proyecto incluye 09 eventos internacionales que se desarrollarán para el año 2021 a partir de junio, ya que estos viajes requieren mínimo 3 meses para su organización anticipada.

2.4. Estudio de la demanda

De acuerdo con un estudio del Observatorio Turístico del Perú, nos muestra la cantidad de turistas peruanos que salieron del país y el gasto per cápita que realizaron:

Perú: Gasto per cápita del turismo emisor en dólares corrientes

Año	Egresos Turismo Emisor	Cantidad de Turistas	Gasto Per Cápita en dólares
1993	269.000.000	465.632	578
1994	266.000.000	502.038	530
1995	297.000.000	508.382	584
1996	350.000.000	510.041	686
1997	434.000.000	576.747	752
1998	452.000.000	616.068	734
1999	443.000.000	681.316	650
2000	530.000.000	768.312	690
2001	592.000.000	686.799	862
2002	616.000.000	913.573	674
2003	620.000.000	890.529	696
2004	643.000.000	1.564.221	411
2005	752.000.000	1.642.432	458
2006	756.000.000	1.708.129	443
2007	1.042.000.000	1.682.507	619
2008	1.275.000.000	1.630.290	782
2009	1.081.000.000	1.550.000	697
2010	1.222.625.912	1.557.485	785
2011	1.414.000.000	1.671.284	846
2012	1.635.000.000	1.804.987	906
2013	1.891.000.000	1.949.732	970
2014	1.843.024.250	1.900.025	970
2015	2.147.058.480	2.190.876	980
2016	2.308.986.055	2.320.589	995
2017	2.473.333.209	2.458.341	1006
2018	2.744.045.693	2.604.570	1054
2019	3.046.133.616	2.759.179	1104

Figura 21: Gasto per cápita del turismo emisor en dólares
Fuente: Observatorio Turístico del Perú

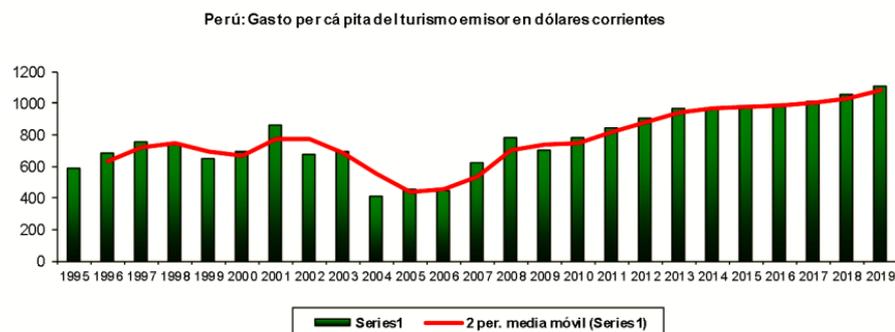


Figura 22: Gráfico del gasto per cápita del turismo emisor en dólares
Fuente: Observatorio Turístico del Perú

Como se puede observar, el número de turistas que viajan hacia otros países crece de forma ascendente, así como el gasto per cápita.

PromPerú (2015) realizó un estudio sobre los motivos de viaje, obteniendo resultados que favorecen para el cálculo de la demanda de Ruta Plus SAC.

Motivo de viaje	%
Vacaciones, recreación	38,5
Visitar familiares/amigos	35,5
Negocios /Comercio	18,7
Trabajo	2,9
Estudios	2,1
Asistir a convenciones	1,9
Otros	0,5

Figura 23: Motivos de viaje de peruanos al exterior
Fuente: PromPerú

No se encontró información de esta data clasificada por el lugar de residencia y los temas de los eventos, lo cual se dificulta saber con exactitud la demanda en Lima específicamente. Sin embargo, se usará una data generada por PromPerú manifestando el porcentaje en general de limeños que viajan: “En el 2016, el 85% de traslados generados desde las seis principales ciudades emisoras de vacacionistas nacionales, tuvo a la ciudad de Lima como punto de partida”. (p.28).

Tabla 8: Estimación de limeños que asistieron a una convención

<u>Egreso de turistas peruanos 2019</u>	<u>2,759,179</u>
<u>% Porcentaje de asistencia a convenciones</u>	<u>1.90%</u>
<u>Cantidad de peruanos que asistieron a una convención en el 2019</u>	<u>52,424</u>
<u>% de viajeros limeños</u>	<u>85%</u>
<u>Estimación de limeños que asistieron a una conversión</u>	<u>44,561</u>

Fuente: Elaboración propia.

Entonces se puede dar una aproximación que 44,561 limeños se movilizaron fuera del país hacia una convención.

3.5. Estudio de la oferta

Según un artículo de Andina (enero, 2020) .

“Cusco es la región que posee el mayor número de prestadores de servicios turísticos registrados en el país (6,810), seguido por Lima (3,639), Arequipa (993), Áncash (770) y San Martín (650)... Cabe destacar que, en 2018, más de 2,200 prestadores de servicios turísticos se unieron al directorio. Esta cifra representa un incremento del 15% del total de prestadores de servicios turísticos registrados respecto al 2017.”

Podemos deducir que al incrementarse la promoción en el turismo ya sea nacional o internacional, incentiva la creación de nuevas prestadoras de servicios, solo en Lima hay 3,639.

En la búsqueda de encontrar datos más específicos del número de agencias de viajes que se encontró en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados dio como resultado la cantidad de agencias de viajes minoristas dentro de Perú suma 1,902 y en provincia metropolitana de Lima 1,054.

3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Con el fin de complementar el estudio de la demanda, se hace uso de fuente primaria, es por ello por lo que se realizó una encuesta a 30 clientes potenciales. Obteniendo como resultado información valiosa y se presenta a continuación:

Pregunta 1

De las 30 personas encuestadas, el 50% sus edades pertenecen al rango de 36 a 45 años, seguido del 40% que pertenece de 46 a 55 años y un 10% al rango de 25 a 35 años. Podemos deducir que el grueso de nuestro público objetivo abarca desde los 36 a 55 años.

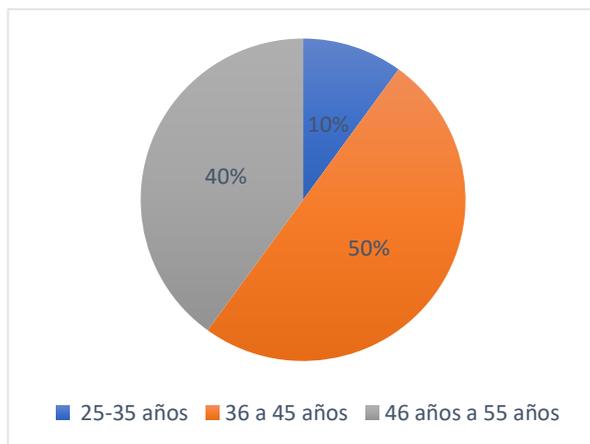


Figura 24: Pregunta 1: Marque el rango de edad que usted.
Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 2

El 47% de personas encuestadas pertenecen a las ciencias médicas, el 20% a ciencias sociales, el 13% a empresarial, el 10% en tecnología y 10% en educación. Esta información nos será útil al momento de definir los congresos y eventos internacionales a promocionar.

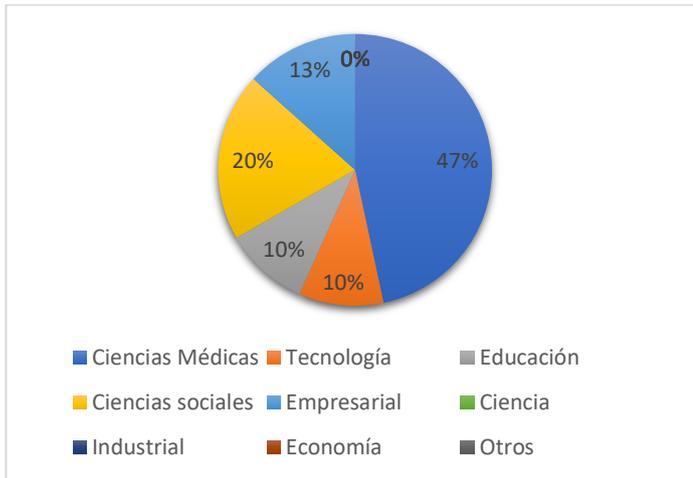


Figura 25: Pregunta 2: ¿En qué campo usted se desarrolla?
Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 3

Todos los encuestados estuvieron de acuerdo con la importancia de la actualización en el campo que se desarrollan, son conscientes que lo único constante es el cambio y para mantenerse vigente necesitan actualizarse.



Figura 26: Pregunta 3: ¿Considera usted que la actualización académica es fundamental en el campo que usted se desarrolla?
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 4

El 70% de los encuestados ha tenido la oportunidad de participar en algún evento o congreso internacional, lo que indica que no están ajenos de viajar para poder actualizarse.

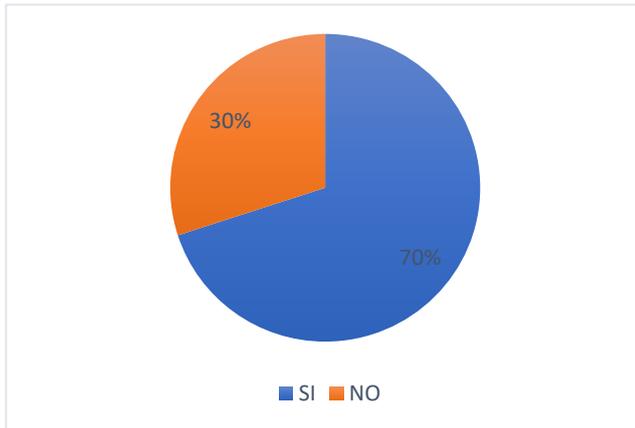


Figura 27: Pregunta 4: ¿Alguna vez ha tenido la oportunidad de participar en algún evento o congreso internacional fuera del país?
Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 5

Los encuestados que han participado en algún evento internacional, mencionan que el 86% necesitaron los servicios de una agencia de viajes, siendo este un intermediario para la compra de boletos y alojamiento.

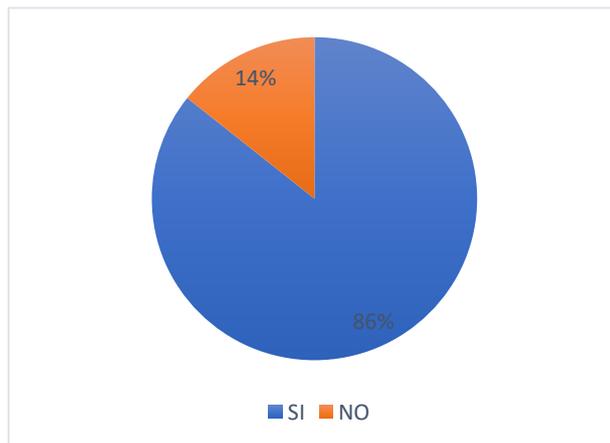


Figura 28: Pregunta 5: Si su respuesta a la pregunta 4 fue si, ¿usted necesita los servicios de una agencia de viajes?
Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 6

Los encuestados que no participaron en algún evento, mencionan que la razón principal de un 71% fue por la falta de tiempo, el 19% económico y el 10% por desconocimiento. Se deduce que el factor tiempo es importante para este segmento.



Figura 29: Pregunta 6: Si su respuesta a la pregunta 4 fue no ¿Cuál es el motivo por el cual aún no ha tenido la oportunidad de asistir a algún evento o congreso internacional?
Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 7

El 87% de los encuestados afirmaron que estarían dispuestos a tomar los servicios de una agencia de viajes que le ofrezca el paquete completo para asistir a algún evento internacional. Se deriva que su elección sea por la característica de facilitación y ahorro de tiempo que el servicio ofrece.

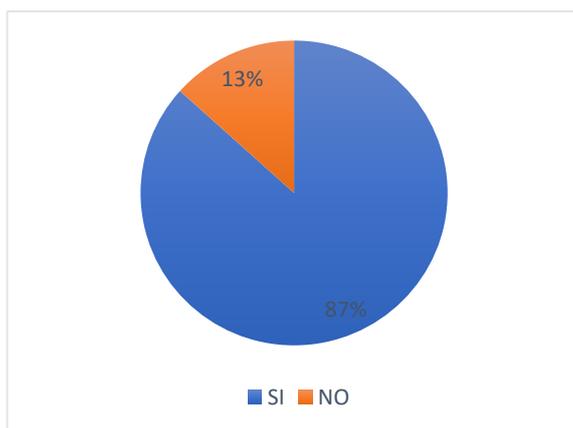


Figura 30: Pregunta 7: ¿Estaría dispuesto a usar los servicios de una agencia de viajes que le facilite la participación de eventos o congresos internacional ofreciéndole un paquete completo que incluya los boletos de avión, alojamiento, traslados, circuitos turísticos, tarjeta de asistencia y el ingreso al evento?
Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 8

Del grupo dispuesto a tomar el servicio ofrecido, manifestaron que el 96% le gustaría que la experiencia sea de manera grupal. La gran mayoría estaría de acuerdo con las características que el servicio brinda.



Figura 31: Pregunta 8: Si su respuesta a la pregunta 8 fue SI ¿Le gustaría que esta experiencia sea de manera grupal o preferiría viajar solo?
Fuente: Elaboración propia.

De esta última pregunta, se realizó la tabulación de personas que estaban dispuestos a usar los servicios de una agencia de viajes que le facilite la participación de eventos o congresos internacional ofreciéndole un paquete completo que incluya los boletos de avión, alojamiento, traslados, circuitos turísticos, tarjeta de asistencia y el ingreso al evento, aceptando que la experiencia fuera de forma grupal divididas según el campo que laboran.

Dando como resultado que ciencias médicas un 56%, ciencias sociales 16%, tecnología 12%, educación 8% y empresarial 8%. Esta información sirvió para la determinación de eventos que se plasma en nuestro calendario de viajes 2021, los cuales están confirmados de su realización.

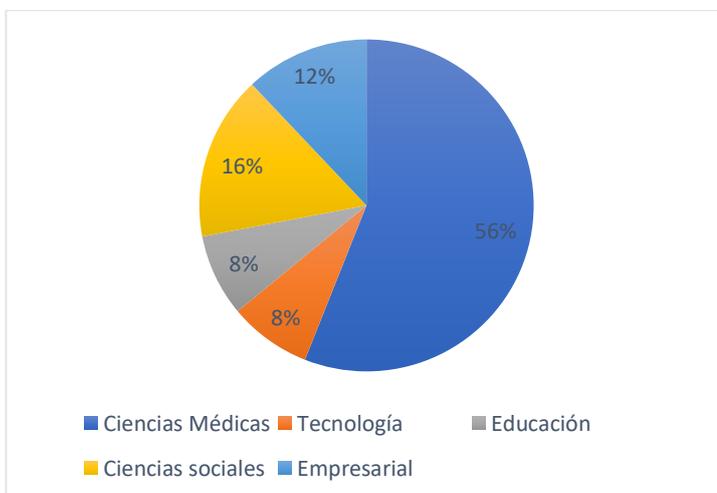


Figura 32: Porcentaje de profesionales dispuestos a tomar el servicio, de manera grupal según el campo que labora.
Fuente: Elaboración propia.

Para acercarnos más a nuestro mercado meta, se calcula el tamaño de profesionales que estarían dispuestos a tomar los servicios de una agencia de viajes que le ofrezca el paquete completo para asistir a algún evento internacional, utilizando el porcentaje que dio como resultado de la pregunta 7 de la encuesta realizada, donde el 87% de encuestados estarían dispuestos a tomar el servicio. Entonces dicha estimación es 38,768.

La pregunta 8 nos da un porcentaje importante sobre los profesionales dispuestos a tomar el servicio ofrecido de manera grupal siendo el 96%, esta información nos da como resultado la estimación de la demanda insatisfecha de 37,217.

Tabla 9: Estimación de la demanda insatisfecha

Estimación de limeños que asistieron a una convención	44,561
% de profesionales que estarían dispuestos a tomar los servicios de una agencia de viajes que le ofrezca el paquete completo para asistir a algún evento internacional	87%
Estimación de profesionales que asistieron a un evento internacional y que usaron los servicios de una agencia de viajes	38,768
% de profesionales que estarían dispuestos a tomar el servicio ofrecido de manera grupal.	96%
Estimación de profesionales que estarían dispuestos a tomar el servicio ofrecido de manera grupal	37,217

Nota: Fuente: Elaboración propia

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Ruta Plus SAC hace una proyección sobre la cantidad de la demanda que se va a atender de acuerdo con sus características, capacidades y limitaciones.

Infraestructura

La empresa contará con una oficina física, ubicado en Lince y contará con un área de 27m², este local pertenece a un edificio que cuenta con recepcionista y

ascensor. Su ubicación se encuentra en una zona céntrica y altamente comercial por su cercanía al Centro Comercial Risso, ideal para reuniones con clientes por su aproximación con otros distritos.

Insumos

Para poder cumplir con el desarrollo de las actividades, se usarán materiales de escritorio como cuadernos, lapiceros, lápices, marcadores de colores, engrapadores, más. También hacer uso de aplicaciones para gestionar mejor el tiempo y un mejor control de tareas.

Mobiliario y equipos

La oficina se amoblará con escritorios para cada trabajador, estantes de melamina para archivadores y muebles con cajones para guardar objetos. Los equipos para iniciar la actividad son: computadoras para cada trabajador y una impresora.

Recursos Humanos

El equipo de trabajo inicial estará conformado por 3 profesionales, un administrador, un responsable de operaciones y un responsable comercial. También se va a tercerizar los servicios del tour líder, la asesoría contable, un encargado sobre la administración de la página web y redes sociales y un encargado de la limpieza.

De acuerdo con sus características, se estima que la empresa cubra el 0.34% de la demanda en el primer año, para el segundo y tercer año tendrá un crecimiento de 0.35% y para el cuarto y quinto año crecerá a 0.36%. Entonces para el primer año la cantidad de clientes será de 135.

Tabla 10: Proyección de demanda por congreso 2021

Nro	Nombres	Mes	Cantidad de participantes
Congreso 1	XXVIII Congreso Interamericano de Cardiología. Paraguay. Del 9 al 12 de junio 2021	Junio	15

Congreso 2	XXVIII Congreso Interamericano Psicología Asunción Paraguay – 12 al 16 de julio, 2021	Julio	15
Congreso 3	18° Congreso Internacional de Medicina Interna - Buenos Aires, Argentina - 03 al 06 de agosto, 2021	Agosto	15
Congreso 4	Congreso Ibero Latinoamericano De Dermatología Madrid España - 15 al 18 de septiembre de 2021.	Setiembre	15
Congreso 5	Feria de Cantón. Del 31 de octubre al 04 de noviembre del 2021	Octubre	15
Congreso 6	Congreso Latinoamericano De Nutrición Asunción – Paraguay 31 de octubre al 04 de noviembre, 2021	Octubre	15
Congreso 7	XXXIX Congreso Latinoamericano de Neurocirugía CLAN. Ecuador - Guayaquil. Del 15 al 19 de noviembre del 2021	Noviembre	15
Congreso 8	XXII Congreso Internacional de la Asociación Latinoamericana de Cirugía y Traumatología - Cartagena de Indias, Colombia - Del 28 de noviembre al 01 de diciembre 2021	Noviembre	15
Congreso 9	Congreso Mundial De Gastroenterología. Dubái EAU - Del 12 al 15 de diciembre, 2021	Diciembre	15
TOTAL ANUAL			135

Nota: Fuente: Elaboración propia.

2.8. Descripción de la política comercial

En este punto, se desarrolla el análisis de precio, plaza y promoción y de esta manera establecer las estrategias necesarias para el desarrollo del negocio.

2.8.1. Precio

La estrategia de precio que se aplicará será bajo el concepto de “Premiun”, por ser un servicio especializado y de calidad, retribuyendo estatus a las personas que adquieren nuestros servicios.

La fijación del precio va a depender de los costes de los servicios de los proveedores y agregando un margen de ganancia alrededor del 20%. El tipo de moneda será en dólares.

A continuación, se realiza una estimación de los ingresos con los respectivos precios de los paquetes turísticos de cada congreso:

Tabla 11: Proyección de demanda por congreso

Resumen precios por paquete				
	Cantidad		Precios	Ingresos
Paquetes - Médico				
Congreso 1	15	\$	1,950.00	\$ 29,250.00
Congreso 3	15	\$	1,950.00	\$ 29,250.00
Congreso 4	15	\$	3,760.00	\$ 56,400.00
Congreso 6	15	\$	1,950.00	\$ 29,250.00
Congreso 7	15	\$	2,000.00	\$ 30,000.00
Congreso 8	15	\$	4,300.00	\$ 64,500.00
Congreso 9	15	\$	1,930.00	\$ 28,950.00
Ingreso anual	105	\$	2,548.57	\$ 267,600.00
Paquetes - Ciencias sociales				
Congreso 2	15	\$	1,950.00	\$ 29,250.00
Ingreso anual	15	\$	1,950.00	\$ 29,250.00
Paquetes - Empresarial				
Congreso 5	15	\$	3,800.00	\$ 57,000.00
Ingreso anual	15	\$	3,800.00	\$ 57,000.00
Precio promedio		\$	2,621.11	\$ 353,850.00

Nota: Fuente: Elaboración propia.

El precio promedio de los congresos médicos es \$2,548.57, mientras que para ciencias sociales es \$1,950 y empresarial \$3,800. El promedio de precio de todos congresos es \$2,621.11.

2.8.2. Plaza o canal de distribución

Ruta Plus SAC es un ente intermediario entre el pasajero y las empresas prestadoras de los servicios turísticos ofrecido a nuestros clientes, tales como líneas aéreas, ferrocarriles, líneas marítimas, hoteles, empresas de transporte, otras agencias de viaje, tours operadores, etc. Responsabilizándose por el cumplimiento de los servicios mencionados.

La empresa está categorizada como una agencia de viajes minorista, debido a que comercializa los servicios de los proveedores turísticos al consumidor final, teniendo contacto directo y escuchando sus necesidades y preferencias.

La estrategia como intermediario es el manejo de las relaciones con nuestro público objetivo, teniendo una mayor amplitud del conocimiento específico y experiencia en este nicho de mercado.

2.8.3. Promoción

a) Plan creativo

Objetivo general

Captar la atención de clientes potenciales y tener una imagen sólida.

Objetivos específicos

- Realizar un calendario de publicaciones en las redes sociales
- Pagar por publicidad en Adwords.
- Pagar por anuncios de publicidad en las redes sociales
- Firmar un convenio con las principales instituciones de especialidad que conglomeran a nuestro público objetivo.

Concepto atractivo:

¡Viaja, conoce y actualízate!

Te presentamos nuestro calendario de viajes 2021, donde reúne importantes congresos de tu especialidad. Usted elige a cuál ir y nosotros nos encargamos de organizarlo.

No se pierda la grandiosa oportunidad de participar en un evento internacional que reúne a expertos mundiales y conocer los principales atractivos del interesante destino, esta experiencia es única e irrepetible que le traerá múltiples beneficios como la actualización en su rama, el intercambio de ideas y cultural, el aumento de su red de contactos y espacios de recreación y esparcimiento.

¡Viaja con la garantía y seguridad de Ruta Plus

b) Plan de medios

Los canales que se usarán para la comunicación de nuestros servicios serán los siguientes:

Oficina física

La empresa tiene como ubicación la Av. Arequipa 1851, Lince, Lima, la oficina pertenece al Edificio Stephanie, el cual cuenta con ascensor, recepcionista, intercomunicador y seguridad. La agencia cuenta con un área de 27m² en total, con baño independiente, el piso tapizado, cielo raso, persianas, parlantes integrados, cero ruidos, iluminación LED y está ubicado en el séptimo piso.

El establecimiento es comercial, se encuentra a una cuadra del Centro Comercial Riso, a media cuadra de la Av. Juan Pardo de Zela y a 10 minutos del Hospital Rebagliati.

Página web y redes sociales: Se contará con una página web actualizada e interactiva ya que resolverá preguntas frecuentes inmediatamente con el uso de chatbots. Continuamente se revisará la interacción de las personas

que aterrizan en la página web a través de Google Analytic con el fin de realizar cambios de mejora y conocer cuáles son nuestros congresos con mayor interés. También tendremos cuenta en Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube, WhatsApp Business, siendo estos medios lo más usadora de nuestro público objetivo, lo mantendremos actualizado y de esta forma crear una presencial digital sólida para generar una buena primera impresión a través de los canales digitales.

E-mailing: Este canal va de la mano con nuestra base de datos, el cual se irá alimentando con el transcurrir del tiempo, permitiendo llegar a los clientes con novedades y mantener nuestra presencia. El uso de este canal será moderado y puntual para no abrumar al cliente con tantos correos.

Instituciones de especialidad: Se recurrirá a instituciones importantes como el Colegio Médico del Perú, institutos de especialidad y más lugares que conglomeran a estos profesionales interesados en participar en este tipo de eventos.

2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Para proyectar la demanda insatisfecha de los próximos 5 años se utilizó el método de tasa media, el cual se calculó con los datos de los últimos 6 años de la demanda, siendo el promedio de las variaciones de la demanda año tras año 7.81%.

La fórmula de la tasa media es la siguiente:

$$\% \text{Variación} = (Y_2/Y_1) - 1$$

$$\text{Tasa media} = \frac{\sum_{n=1} \text{variaciones}}{n}$$

Figura 33: Fórmula de la tasa media
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12: Promedio de las variaciones de la demanda

Año	Demanda	Variación
2014	1900025	
2015	2190876	15.00%
2016	2320589	6.00%

2017	2458341	6.00%
2018	2604570	6.00%
2019	2759179	6.00%
Tasa media		7.80%

Nota: Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presenta la proyección de la demanda, se trabajará para aumentar el porcentaje de participación. Se tendrá un 0.34% del mercado el primer año, el segundo y tercer año un 0.35% y para el cuarto y quinto año un crecimiento hacia 0.36%. Asimismo, se tiene como objetivo captar a 135 clientes como mínimo para su funcionamiento.

Tabla 13: cuadro de la demanda proyectada para el negocio.

Años	1	2	3	4	5
Demanda insatisfecha	40,124	43,257	46,636	50,278	54,204
Participación del Mercado	0.34%	0.35%	0.35%	0.36%	0.36%
Cantidad de clientes total	135	150	163	181	195
Precio promedio en dólares	2621.11	2621.11	2621.11	2621.11	2621.11
Total ingresos dólares	353850.00	393166.67	427833.48	474423.21	511468.94
Total ingresos soles	1203090.00	1336766.67	1454633.84	1613038.91	1738994.41

Nota: Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes.

Por la naturaleza del negocio, durante el año se prepara un calendario anual de viajes con los principales congresos, ferias o eventos internacionales ofreciendo el paquete completo, es decir se incluye los boletos aéreos, el alojamiento, la entrada al evento, traslados y los circuitos turísticos ante y post congreso. Este paquete es único e irreplicable, debido a que los congresos anualmente cambian la sede del evento. Entonces el calendario de viajes 2021 va a incluir diferentes paquetes, los cuales tienen diferentes precios dependiendo de la lejanía de la sede con el Perú.

Cabe recalcar que estos paquetes de viajes tienen salidas grupales y para mayor garantía del cumplimiento de los servicios todos los grupos de mínimo de 15 personas va a cargo un acompañante durante todo el viaje representando a la empresa. Los servicios que se brindan son solo para el grupo, es decir que los traslados y los circuitos turísticos son privados.

Para determinar el punto de equilibrio, se tomará el paquete con menor precio, el cual se trata del Congreso Latinoamericano de nutrición Asunción – Paraguay 31 de octubre al 04 de noviembre, 2021 que tiene como fecha de salida el 30 de octubre y regreso el 05 de noviembre, teniendo como duración 7 días. Se está considerando solo una salida grupal al mes para poder determinar con cuantas personas como mínimo no se obtiene ganancias ni pérdidas.

Tabla 14: Punto de equilibrio mensual

Paquete de viaje	DÓLARES	SOLES T.C. 3.4
Precio por persona - PV	\$ 1,950.00	S/ 6,630.00
COSTO VARIABLE - CV		
Boletos aéreos	\$ 300.00	S/ 1,020.00
Tarjeta de asistencia médica	\$ 11.00	S/ 37.40
Alojamiento	\$ 600.00	S/ 2,040.00
Traslados	\$ 70.00	S/ 238.00
Circuitos turísticos	\$ 150.00	S/ 510.00
Tour líder	\$ 60.00	S/ 204.00
Entrada al evento	\$ 450.00	S/ 1,530.00
Reunión lonche		S/ 18.00
Total Costo Variable		S/ 5,597.40
Margen de Contribución PV - CV		S/ 1,032.60

COSTO FIJO - CF		
PERSONAL		
Administrador	S/	3,141.67
Responsable de operaciones	S/	2,513.33
Responsable comercial	S/	2,513.33
TERCERIZACION		
Asesoría contable	S/	300.00
Encargado de limpieza	S/	35.00
SERVICIOS		
Agua	S/	20.00
Luz	S/	40.00
Dúo teléfono fijo + internet	S/	90.00
Plan postpago celular	S/	30.00
OFICINA		
Alquiler	S/	1,500.00
Mantenimiento	S/	150.00
OTROS		
Depreciación y amortización	S/	428.00
Licencias	S/	52.50
Papelería y útiles de oficina	S/	17.67
Otros	S/	26.50
Caja chica	S/	200.00
Gastos en ventas y publicidad	S/	800.00
Costo fijo mensual	S/	11,858.00
Costo fijo en 2 meses	S/	23,716.01

Punto de equilibrio en un mes	11 personas
Punto de equilibrio en dos meses	22 personas

Nota: Fuente: Elaboración propia.

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos
P Precio unitario
CV Costos variables unitarios

Figura 34: Formula para hallar el punto de equilibrio
 Fuente: Elaboración propia.

Aplicando la fórmula para el punto de equilibrio, se obtiene que en el caso que al mes solo salga un grupo de viajeros, este grupo debe estar conformado como

mínimo por 11 personas. Por otro lado, en el caso que cada 2 meses se tenga un grupo de viajeros este debe estar conformado mínimo por 23 personas.

Entonces se llega a la conclusión que durante el año como mínimo se debe tener 6 grupos de viajeros conformados cada uno con un mínimo de 23 personas, siendo el precio de venta no menor a \$1,950 dólares.

También es necesario evaluar los factores que influyen y son los siguientes:

3.1.1. Con relación al mercado

Al presente, se vive un escenario con cambios constantes y la alta competitividad entre profesionales, siendo la actualización el medio para mantenerse vigente. Los eventos, congresos, ferias internacionales es un canal para que miles de profesionales de diferentes países y especialidades se reúnan y sea un espacio de actualización en su rama y crezcan su red de contactos. En el capítulo anterior se estimó la demanda insatisfecha, dando como resultado 37,217 de limeños que viajan hacia este tipo de eventos.

3.1.2. Con relación a la mano de obra

Uno de los factores importantes para el éxito es el personal de la empresa. Para la apertura de la actividad se requiere formar un equipo de trabajo de tres profesionales: 01 administrador, 01 responsable comercial y 01 responsable de operaciones, cada uno con diferentes funciones, pero conectadas entre sí. Cabe precisar que la jornada máxima son 8 horas diarias o 48 horas semanas. Realizando el cálculo mensual y teniendo en cuenta que el horario de atención será de lunes a sábado se obtiene lo siguiente:

$$\begin{aligned}\text{Total de horas por trabajador} &= \text{días laborables} \times \text{horas diarias} \\ &= 26 \text{ días} \times 8 \text{ horas} \\ &= 208 \text{ horas}\end{aligned}$$

Entonces, al mes cada trabajador cumplirá 208 horas.

3.1.2. Con relación a la tecnología

Considerando que se trata de una empresa de servicios, no será necesario el uso de maquinarias, pero sí de recursos tecnológicos como 03 computadoras, 01 impresora, 01 televisor, 01 celular, 01 teléfono fijo. También se solicitará el servicio de internet, de línea telefónica fija y móvil. No habría mayor problema con la adquisición de estos recursos ya que están disponibles y hay variedad de oferta.

3.1.2. Con relación al recurso económico

La inversión para este proyecto se estima un capital mínimo de S/.69,470.41 para cubrir los gastos pre operativo, activos fijos, activos intangibles, el inventario inicial y el capital de trabajo.

La empresa tiene como objetivo para el primer año obtener 135 pasajeros, estos clientes provienen de 9 grupos de viaje durante el año. Según el régimen tributario, estos son los montos máximos de ventas anuales por tamaño de empresa:

Tabla 15: Tamaño de empresa según sus ventas anuales en soles

Tamaño de empresa	Ventas Anuales	Valor UIT 2020	Ventas anuales en soles
Microempresa	Monto máximo de 150 UIT's	S/4,300.00	S/645,000.00
Pequeña Empresa	Monto máximo de 1,700 UIT's	S/4,300.00	S/7,310,000.00
Mediana Empresa	Monto máximo de 2,300 UIT's	S/4,300.00	S/9,890,000.00

Nota: Fuente: Elaboración propia.

En el capítulo anterior se proyectó el ingreso por dicha cantidad de clientes siendo para el primero año \$402,750.15 dólares al tipo de cambio referencial de 3.40 es igual a S/.1,203,090 soles. Entonces Ruta Plus es una pequeña empresa que para el primer año tendrá 9 paquetes turísticos grupales, con el objetivo de captar a 135 clientes.

3.2. Proceso y Tecnología

3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

Diseño del paquete turístico

Para diseñar un paquete turístico, previamente los integrantes de la empresa tienen una reunión para realizar una lluvia de idea e investigaciones preliminares respecto a cada una y seleccionar los eventos o congresos internacionales que se promocionarán. Una vez seleccionado los eventos, se realiza el diseño del paquete turístico de cada evento, a continuación, se muestra:

1. El responsable de operaciones realiza una investigación con mayor profundidad del evento seleccionado, planifica el recorrido turístico y la duración de días de pre y post congreso, como también buscar alternativas de proveedores.
2. El responsable de operaciones realiza un primer contacto con los encargados del evento sobre la inscripción y las facilidades. También solicita cotizaciones a los proveedores y filtra las mejores alternativas de proveedores turísticos.
3. El responsable de operaciones reúne información sobre las cotizaciones de las mejores alternativas de proveedores turísticos y las facilidades de la inscripción del evento.
4. El administrador recibe y evalúa esta información. Selecciona los proveedores y realiza el cálculo del presupuesto del viaje, obteniendo el precio del paquete turístico.
5. El responsable de operaciones recibe la información final para la elaboración del folleto informativo que se va a presentar al cliente. Incluyendo los aspectos y condiciones del viaje.
6. Posteriormente el responsable comercial establecerá las acciones para la promoción del evento en específico. Luego programará las publicaciones del Facebook y las actualizaciones para la página web.

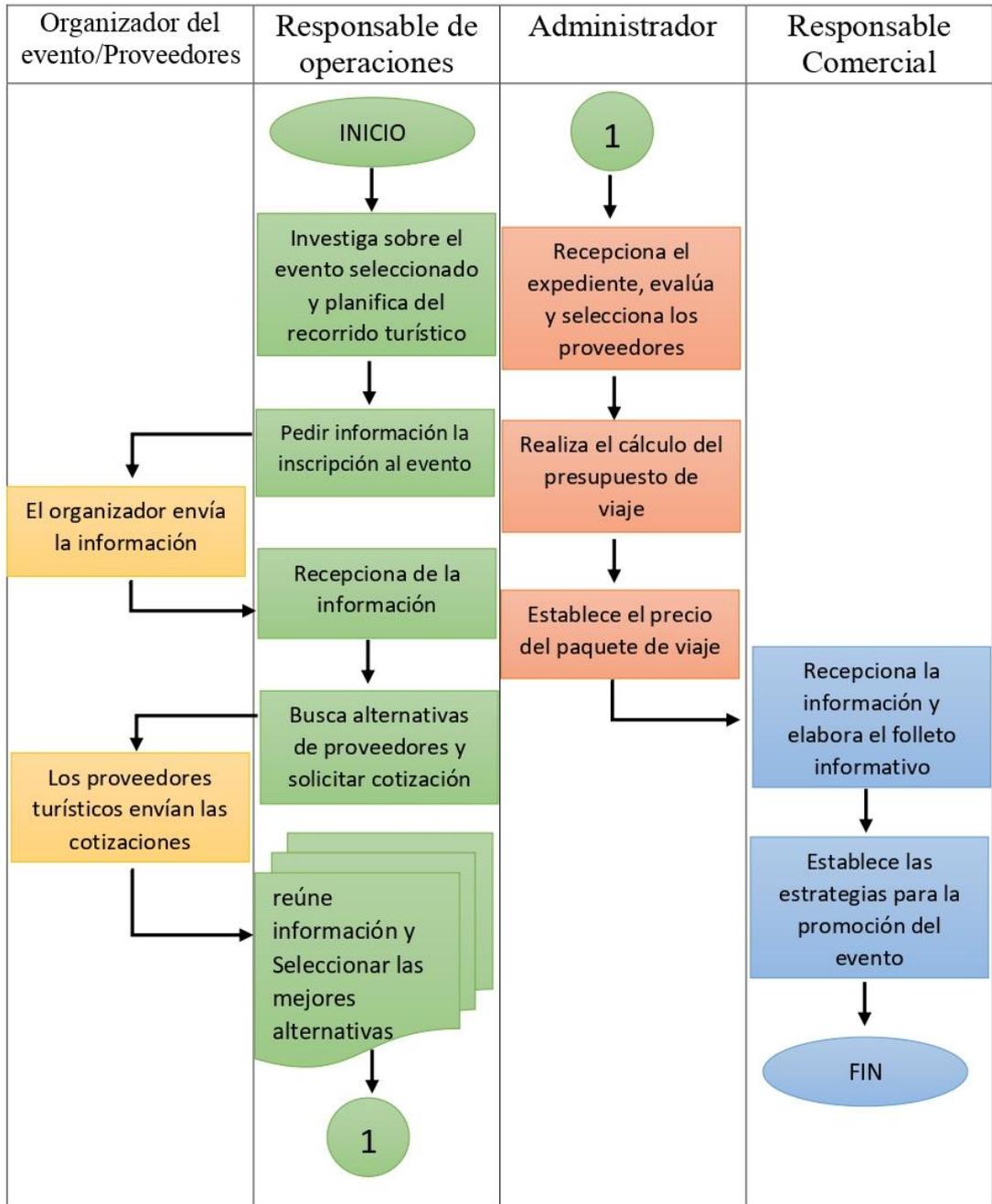


Figura 35: Flujograma del proceso de diseño del paquete turístico
Fuente: Elaboración Propia

Proceso de atención de clientes

1. El cliente se contacta con la empresa, para obtener más información del evento de interés que puede ser por teléfono, escribiendo al WhatsApp o visitando la oficina. Este cliente pudo haberse informado por la página Web, por alguna feria o workshop a la que asistió, publicidad en redes sociales u otro medio de captación que se haya utilizado.
2. El responsable comercial le da la bienvenida y le brinda la información solicitada. Registra datos del cliente potencial.
3. Realiza el seguimiento correspondiente, respondiendo algunas dudas o brindando mayores especificaciones al cliente, quien tomará la decisión de participar del viaje o no.
4. El cliente dispuesto a participar del viaje realizará el pago del 50% del viaje como mínimo, entrega al responsable comercial el comprobante de pago, confirmando de esta manera su inscripción.
5. El administrador recepciona el comprobante de pago para su verificación.
6. El responsable comercial recopilará datos importantes para las reservas de los servicios como:
 - Nombres y Apellidos completos
 - Dirección de domicilio permanente
 - Número de DNI
 - Copia de los datos del Pasaporte
7. Después de la confirmación del depósito, el cliente firmará el contrato de responsabilidades de ambas partes.

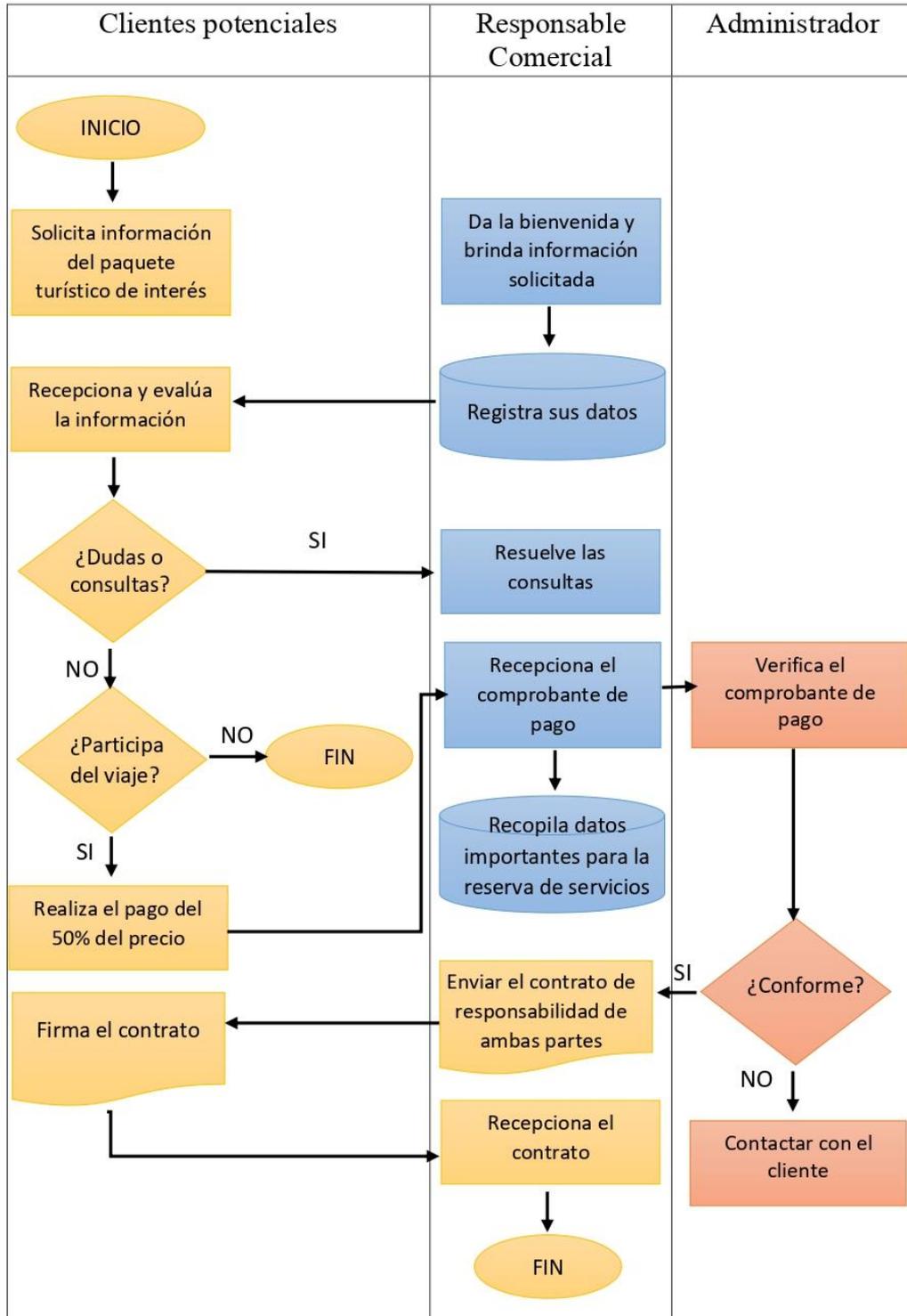


Figura 36: Flujograma del proceso de atención al cliente
Fuente: Elaboración Propia

Proceso de organización y reserva del viaje grupal

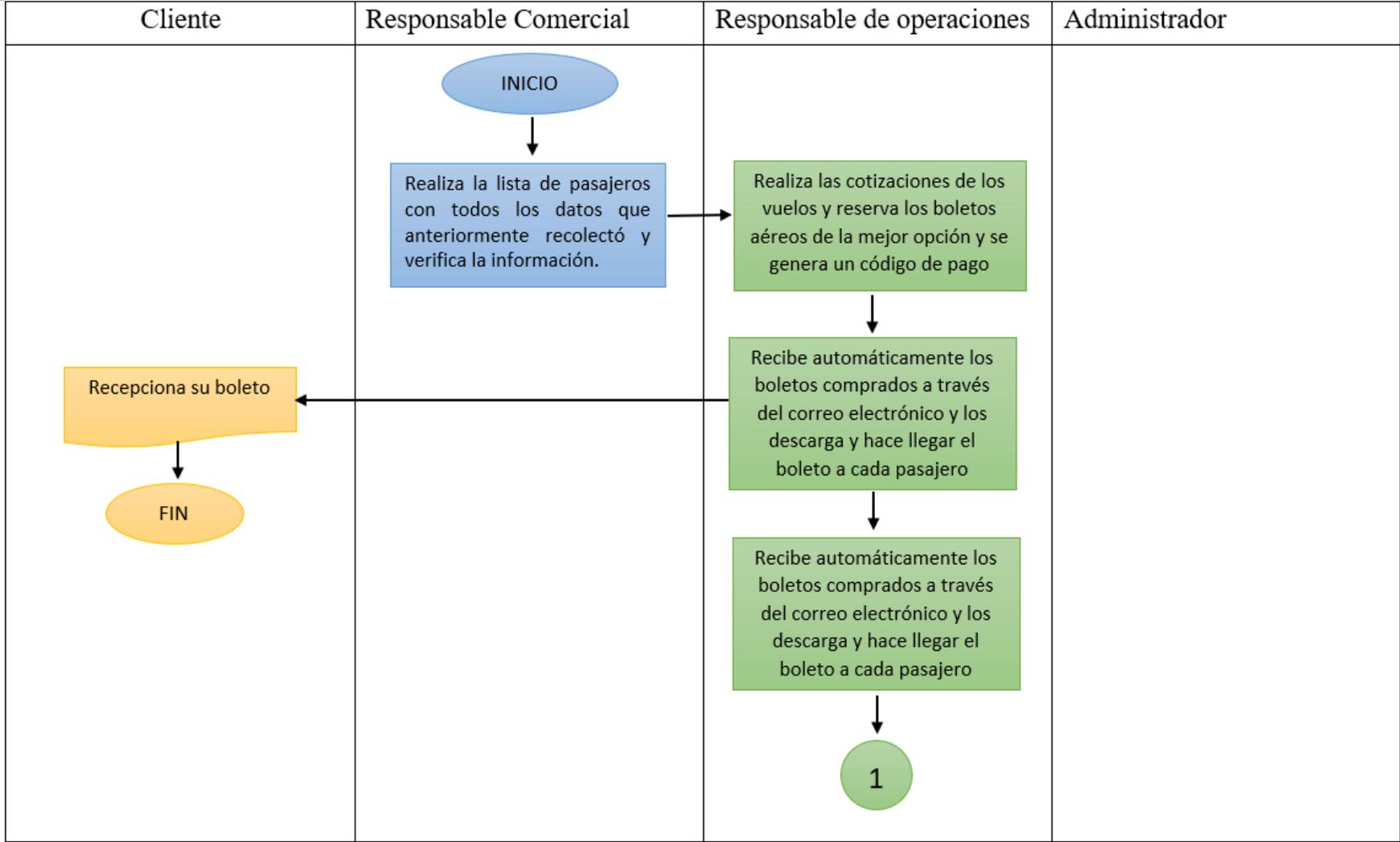
Tres meses antes de la fecha de salida grupal, se inicia el proceso de organización del viaje con el total de personas que se inscribieron hasta esa fecha. En el caso que no se reúna la cantidad mínima de participantes el viaje, previa comunicación con los clientes se cancela. Se consideran inscritos aquellas personas que pagaron el 50% del valor total.

1. El responsable comercial realiza la lista de pasajeros con todos los datos que anteriormente recolectó y verifica la información que los nombres y números sean los correctos.
2. El responsable operativo recibe la lista de pasajeros y realiza las cotizaciones de los vuelos, realiza la comparación de tarifas entre las plataformas de Click and Book e Interagencia y reserva los boletos aéreos de la mejor opción y se genera un código de pago.
3. El administrador recibe el código de pago y realiza la transferencia bancaria.
4. El responsable operativo automáticamente recibe los boletos comprados a través del correo electrónico y los descarga. Por política de transparencia de la empresa le hace llegar el boleto aéreo por correo electrónico a cada pasajero el cual es intransferible.
5. El responsable operativo realiza la reserva de hoteles y los circuitos turísticos previstos anteriormente. Estos servicios garantizados con un pago anticipado del 50%. También realiza la coordinación del pago del ingreso al evento o congreso internacional.
6. El administrador realiza los pagos gestionados por el responsable operativo.
7. Faltando como mínimo 3 semanas para el viaje, los pasajeros que faltan pagar completarán el pago del 100%, el responsable comercial actualiza la lista con los últimos comprobantes de pago y lo enviará al administrador. Este recibe y confirma los pagos.

8. Seguidamente, el administrador completa los pagos a los proveedores que se reservaron con un adelanto del 50%.
9. El responsable operativo programará la reunión grupal para las indicaciones finales, alista la documentación para la entrega de la reunión final y comunica a los pasajeros
10. Se lleva a cabo de la reunión donde podrán conocerse los participantes y compartir un lonche ofrecido por la empresa.

Nota:

En el caso de algún suceso de fuerza mayor que no permita que el pasajero pueda viajar, dependiendo del tiempo de aviso se evalúa el porcentaje de devolución.



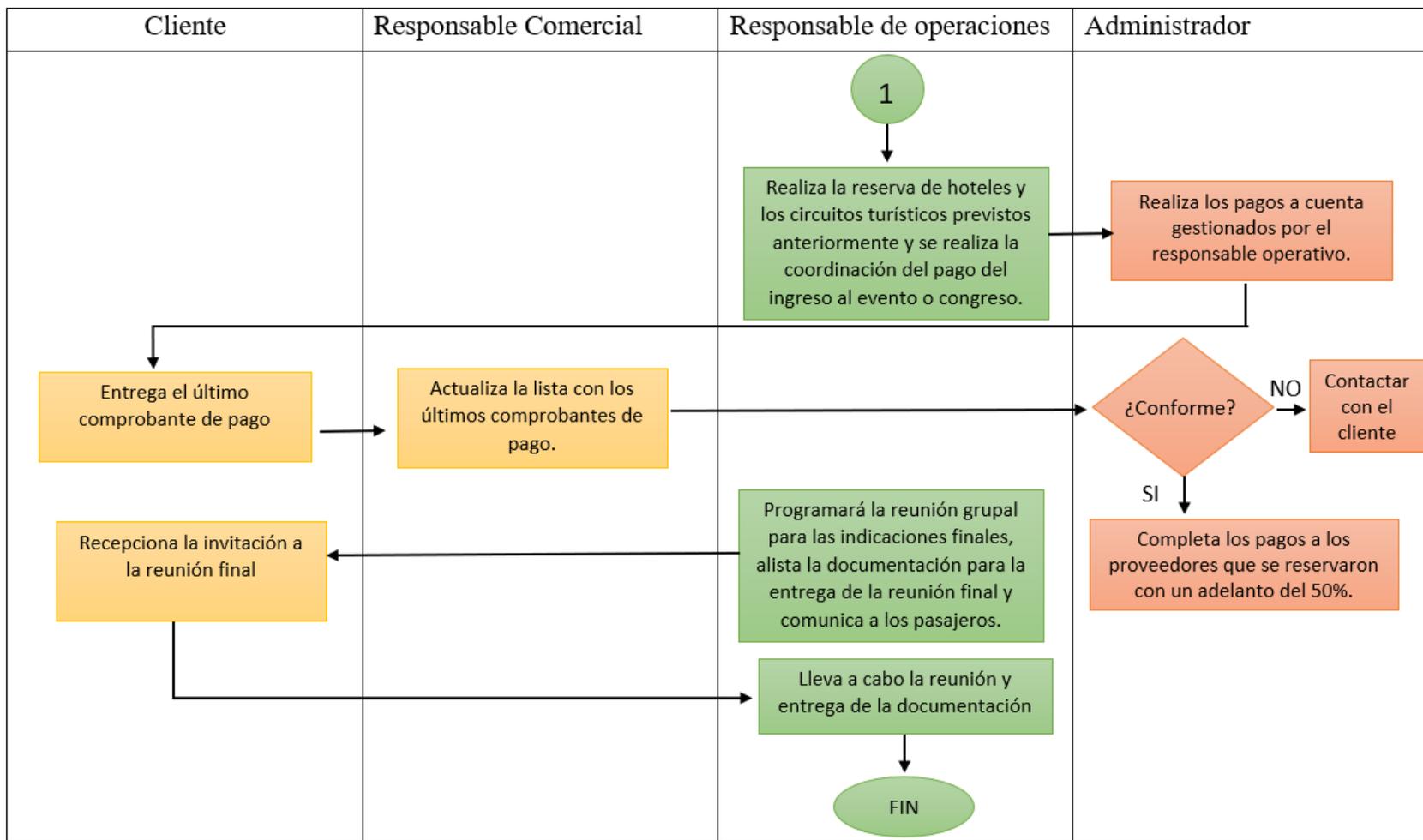


Figura 37: Flujograma del proceso de organización y reserva del viaje grupal
Fuente: Elaboración Propia

3.2.2. Capacidad instalada y operativa

Con el fin de obtener una referencia de cuantos congresos internacionales al mes se podría atender, se realizó la estimación de tiempo por cada proceso que se realiza para llevar a cabo este negocio. Esta información es importante para la proyección del crecimiento del negocio.

Tabla 16: Estimación de los tiempos de cada proceso de la empresa

Actividades	Responsable Comercial	Responsable de Operaciones	Administrador
Proceso diseño de 01 paquete turístico			
Investiga sobre el evento seleccionado y planifica del recorrido turístico		20:00:00	
Averigua la inscripción al evento		00:15:00	
Recepciona de la información		00:15:00	
Solicitar cotización a los proveedores turísticos		00:30:00	
Reúne información y filtra las mejores alternativas de proveedores		03:00:00	
Recepciona el expediente, evalúa y selecciona los proveedores.		02:30:00 (Espera)	02:30:00
Realiza el cálculo del presupuesto de viaje		01:00:00 (Espera)	01:00:00
Establece el precio del paquete de viaje		00:30:00 (Espera)	00:30:00
Recepciona la información y elabora el folleto informativo		02:00:00	
Establece las acciones para la promoción del evento en específico	02:00:00		
Programar las publicaciones del Facebook y coordinar las actualizaciones para la página web	05:00:00		
Estimación del tiempo de respuesta de proveedores en total		16:00:00	
Tiempo por paquete turístico	07:00:00	46:00:00	04:00:00
Proceso diseño de atención a 01 cliente			
Da la bienvenida y brinda información solicitada al cliente potencial	00:30:00		
Registra los datos del cliente potencial	00:10:00		
Resuelve las consultas	00:20:00		

Recepciona el comprobante de pago	00:10:00	
Verifica el comprobante de pago		00:10:00
Recopila datos importantes para la reserva de servicios	00:30:00	
Enviar el contrato de responsabilidad de ambas partes	00:10:00	
Recepciona el contrato firmado por el pasajero	00:10:00	
Tiempo de atención de 01 cliente	02:00:00	00:10:00
Proceso de organización y reserva del viaje grupal		
Realiza la lista de pasajeros con todos los datos que anteriormente recolectó y verifica la información que los nombres y números sean los correctos.	00:45:00	
Recepciona la lista de pasajeros y realiza las cotizaciones de los vuelos y reserva los boletos aéreos de la mejor opción y se genera un código de pago.		01:00:00
Recepciona el código de pago y realiza la transferencia bancaria.		00:15:00
Automáticamente recibe los boletos comprados a través del correo electrónico y los descarga.		00:30:00
Hace llegar el boleto aéreo por correo electrónico a cada pasajero el cual es intransferible		00:30:00
Realiza la reserva de hoteles y los circuitos turísticos previstos anteriormente. También realiza la coordinación del pago del ingreso al evento o congreso internacional.		02:00:00
Realiza los pagos gestionados por el responsable operativo		00:45:00
Actualiza la lista con los últimos comprobantes de pago y lo enviará al administrador. Este recepciona y confirma los pagos	00:45:00	
El administrador completa los pagos a los proveedores que se reservaron con un adelanto del 50%		00:30:00

El responsable operativo programará la reunión grupal virtual para las indicaciones finales y alista la documentación para la entrega de la reunión final.		02:30:00		
Comunica a los pasajeros.	00:30:00			
Lleva a cabo de la reunión		02:30:00		
Tiempo de organización y reserva del viaje grupal	02:00:00	09:00:00	01:30:00	

Nota: Por cada proceso se estimó los tiempos que cada trabajador emplea. Fuente: Elaboración Propia

Se sabe que al mes los trabajadores cumplen 208 horas y también que mensualmente hay una reunión del personal para establecer los objetivos sobre los eventos posteriores y coordinaciones, dicha reunión tiene una duración aproximada de 3 horas, entonces los trabajadores cuentan con 205 para realizar sus actividades.

Tabla 17: Estimación de los tiempos del proceso de paquete turístico por el responsable de operaciones

Actividades	Responsable de Operaciones
Tiempo de diseño por paquete turístico	46
Tiempo de organización y reserva del viaje grupal	9
Total de horas	55

Nota: Se estima que el responsable de operaciones emplea 55 horas para el diseño de un paquete turístico y la organización y reserva del viaje grupal. Fuente: Elaboración Propia.

La suma de las horas por actividad del responsable de operaciones son 55 horas por paquete turístico. Entonces su capacidad máxima serán 3 eventos por mes, ya que la multiplicación de 55 horas por 3 eventos da el resultado de 165 horas, la diferencia de 40 horas lo completa con otras actividades secundarias.

Teniendo el dato que son 3 eventos como máximo, el responsable comercial realiza algunas actividades por paquete turístico, entonces para saber cuánto tiempo ocupa en 3 eventos se realiza la siguiente operación:

Tabla 18: Estimación de los tiempos del proceso de paquete turístico por el responsable comercial al mes

Actividades	Horas	# Eventos	Total de horas
Tiempo de diseño por paquete turístico	7	3	21
Tiempo de organización y reserva del viaje grupal	2	3	6
Total de horas			27

Nota: Se estima que el responsable comercial emplea 27 horas al mes en relación con los procesos de diseño del paquete turístico y la organización y reservar del viaje grupal. Fuente: Elaboración Propia

Entonces el responsable comercial emplea 27 horas al mes con respecto a la cantidad de eventos que se realiza. Entonces la diferencia de 205 horas menos estas 27 horas da el resultado de 178 horas disponibles para la atención al cliente, dicha atención ocupara aproximadamente 2 horas por cliente. Entonces podrá atender 89 clientes al mes.

Tabla 19: Capacidad máxima de la empresa

Resumen capacidad máxima	Cantidad al mes
Paquetes de eventos o congresos internacionales	3
Atención al cliente	89

Nota: Fuente: Elaboración Propia

3.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

Requerimiento de personal

Tabla 20: Requerimiento de personal

PERSONAL	Cantidad
Administrador	1
Responsable Comercial	1
Responsable de Operaciones	1
Total	3

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21: Requerimiento de servicios tercerizados

Tercerización	Cantidad
Gestión	
Empresa de asesoría contable	1
Encargado de limpieza	1
Ventas	
Administrador de la página web y redes sociales	1
Operaciones	
Tour líder	1
Total	4

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de equipos

Tabla 22: Requerimiento de equipos y tecnología

Equipos y tecnología	Descripción	Tienda	Cant.	Precio unit	Precio total con IGV
Computadoras	PC Computadora core i3 Vip Dragon Setup Ferro 001001 - combo completo	Vipasa	3	S/ 2,170.00	S/ 6,510.00
Impresora	Multifuncional Epson EcoTank L3150	Vipasa	1	S/ 749.00	S/ 749.00
Teléfono fijo	Telefono Inalámbrico Panasonic KX-TG3452	Hiraoka	1	S/ 269.00	S/ 269.00
Celular	Celular Libre Nokia 4.2 5.71" HD 32GB Negro	Hiraoka	1	S/ 499.00	S/ 499.00
Notebook	Notebook 2-IN-1 Lenovo Mix320 Atom X5 Z8350 1.44GHZ, 2GB DDR3, 32GB,W10, 10.1" TOUCH	Vipasa	1	S/ 838.00	S/ 838.00
Total					S/ 8,865.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento mobiliario

Tabla 23: Requerimiento mobiliario

Mobiliario	Descripción	Tienda	Cant.	Precio unit		Precio total con IGV	
Escritorios	Escritorio Málaga Ejecutivo	Promat	3	S/	199.00	S/	597.00
Sillas de escritorios	HC Office Silla de escritorio Avignon con brazos	Sodimac	3	S/	99.00	S/	297.00
Sillas de visita	HC Office Sillón fijo Iso negro	Sodimac	6	S/	60.00	S/	360.00
Estantes	MICA Estante Shelf 5 Niveles	Falabella	2	S/	150.00	S/	300.00
Cómoda con 5 cajones	Cómoda Nature 5 cajones	Promat	1	S/	199.00	S/	199.00
Alacena para microondas	Mueble Organizador para microondas	Sodimac	1	S/	136.00	S/	136.00
Maceteros	Maceta premium 10 gris pardo 30 cm	Promat	2	S/	26.00	S/	52.00
Papelera	Reyplast Papelera Calada Decor 12 L	Sodimac	3	S/	9.90	S/	29.70
Total							S/ 1,970.70

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de artículos de seguridad

Tabla 24: Requerimiento de artículos de seguridad

Artículos de seguridad	Descripción	Tienda	Cant.	Precio unit		Precio total con IGV	
Extintor y Botiquín	Pack de extintor 2 kg	Sodimac	1	S/	80.00	S/	80.00
Señalización	Pack señal seguridad, libro de reclamaciones y salida	Sodimac	1	S/	17.00	S/	17.00
Total							S/ 97.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de artículos de oficina

Tabla 25: Requerimiento de artículos de oficina

Artículos de oficina	Descripción	Cant. Anual	Precio unit	Precio total con IGV
Perforador	Perforador (25H) M73 Azul Artesco	3	S/ 9.80	S/ 29.40
Engrapador	Engrapador Mini Alicata De Metal Ove	3	S/ 7.90	S/ 23.70
Porta lapiceros	Porta Lápiz Negro Acrimet	3	S/ 3.80	S/ 11.40
Porta Clips	Porta Clips Con Imán Blanco Acrimet	3	S/ 4.20	S/ 12.60
Tijeras	Tijera Oficina 6.7 Pulgadas Simétrica Negro	3	S/ 2.70	S/ 8.10
Sellos personalizados	Sello logo, nombre gerente general, caja	3	S/ 8.00	S/ 24.00
Tablero de hojas	Tablero Acrílico Oficio Azul Ove	2	S/ 8.00	S/ 16.00
Regla	Regla 30 cm Transp Ove	3	S/ 0.60	S/ 1.80
Calculadora	Casio Calculadora 8 dígitos MW-5V	3	S/ 17.60	S/ 52.80
Total				S/ 179.80

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de insumos de oficina

Tabla 26: Requerimiento de insumo de oficina

Insumos útiles	Descripción	Cant. Anual	Precio unit	Precio total con IGV
Archivadores	Artesco Archivador Cartón Oficio. AZ-75 con caja negro Artesco	8	S/ 4.70	S/ 37.60
Paquetes de hojas blancas A4	Papel Fotocopia Ultracopy 80GR A-4 PQT500	2	S/ 11.10	S/ 22.20

Lapiceros	Bolígrafo 035 X 12 Faber Castell	2	S/ 8.20	S/	16.40
Corrector	9 ml Artesco	3	S/ 1.40	S/	4.20
Caja de Grapas	Grapas 26/6 caja x 5000 Rapid	2	S/ 2.70	S/	5.40
Paquete de sobres A4	Gallo Sobre Manila A4 PQX50	2	S/ 10.80	S/	21.60
Cinta adhesiva	Pegafan cinta de embalaje 2"X110 YD (ECON)transp	2	S/ 3.50	S/	7.00
Agendas	Deluxe Guinda Artesco	3	S/ 12.50	S/	37.50
Notas adhesivas	3X3 X5 Neón 500H Artesco	2	S/ 9.90	S/	19.80
Resaltadores	Resaltador Grip X 2 Ove	3	S/ 6.10	S/	18.30
Tampones	Tampón 2K Color Azul - Rojo Artesco	2	S/ 3.60	S/	7.20
Cajas de clips	Clips #1 en caja x 100 Ove	6	S/ 0.80	S/	4.80
Copias	Copias en general	200	S/ 0.05	S/	10.00
Total				S/	212.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de licencias y página web

Tabla 27: Requerimiento de licencias de computadora y página web

Licencias y pagina web	Descripción	Tienda	Cant	Anual
Antivirus 3pc	Antivirus Panda Dome Essential 3PC	Hiraoka	1	S/ 90.00
Licencia Office	MICROSOFT Programa Microsoft 365 P6GQ-00088	Hiraoka	1	S/ 250.00

Licencia de dominio de página web y hosting anual	Dominio y hosting de página web	Punto.pe	1	S/	290.00
Total				S/	630.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28: Requerimiento de página web

Página web	Precio
Creación de la página web	S/ 2,000.00
Total	S/ 2,000.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de equipos electrodomésticos y menaje de mesa

Tabla 29: Requerimiento de equipos electrodomésticos y menaje de mesa

Equipos electrodomésticos y menaje de mesa	Descripción	Tienda	Cant.	Precio unit	Precio total con IGV
Cafetera	RECCO Cafetera con Filtro RCF-CM4277 Negro	Falabella	1	S/ 40.00	S/ 40.00
Hervidor	RECCO Hervidora RHE-1.7P 2200W	Sodimac	1	S/ 29.00	S/ 29.00
Microondas	Mabe Microondas 20L HMM20PEE	Sodimac	1	S/ 199.00	S/ 199.00
Juego de tazas	Just Home Collection Set Tazas y Platos 160ml x 4 Unidades	Sodimac	1	S/ 30.00	S/ 30.00
Juego de vasos	LIBBEY Set de 6 vasos y jarra	Sodimac	1	S/ 45.00	S/ 45.00

Azucarera	ROBERTA ALLEN Azucarero Laura	Falabella	1	S/ 10.00	S/ 10.00
Juego de cucharitas	Casa Bonita Setx6 cucharita café	Sodimac	1	S/ 10.00	S/ 10.00
Total S/ 363.00					

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de insumos de cocina

Tabla 30: Requerimiento de insumos de cocina

Insumos de cocina	Descripción	Tienda	Cant. Anual	Precio unit	Precio total con IGV
Bolsa de Café	Café Molido SELLO ROJO Tradición Bolsa 425g	Plaza Vea	3	S/ 13.50	S/ 40.50
Paquete de azucar	Azúcar Blanca BELL'S Bolsa 2Kg	Plaza Vea	3	S/ 6.50	S/ 19.50
Caja de infusiones	Mc Colin's	Plaza Vea	6	S/ 2.00	S/ 12.00
Gomitas	Bolsa de gomitas Frugelle	Negocios M&S	5	S/ 6.00	S/ 30.00
Toffies	Bolsa de toffies 100 unid	Negocios M&S	8	S/ 8.00	S/ 64.00
Total S/ 166.00					

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de accesorios de limpieza

Tabla 31: Requerimiento de accesorios de limpieza

Artículos de limpieza	Descripción	Tienda	Cant	Precio unit	Precio total con IGV
Escoba	Virutex Escoba Poderosa Maravilla Clásica	Sodimac	1	S/ 9.90	S/ 9.90
Recogedor	Reyplast Recogedor con Sujetador	Sodimac	1	S/ 9.90	S/ 9.90

Guantes	Eterna Guantes de cocina antideslizante	Sodimac	1	S/ 9.90	S/ 9.90
Tacho de basura	BASA Papelera Redonda Vaiven 12 Lt	Falabella	1	S/ 9.90	S/ 9.90
Dispensador de jabón	Just Home Collection Dispensador de Jabón Turquesa	Sodimac	1	4.9	S/ 4.90
Total					S/ 44.50

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de insumos de limpieza

Tabla 32: *Requerimiento de insumos de limpieza*

Insumos de limpieza	Descripción	Tienda	Cant	Precio unit	Precio total con IGV
Paquetes de Papel Higiénico	Papel Higiénico NOBLE Doble Hoja Paquete 40 Rollos	Plaza vea	3	S/ 21.90	S/ 65.70
Lavavajilla	Lavavajilla líquido SAPOLIO Limón Botella 750MI	Plaza vea	2	S/ 5.40	S/ 10.80
Lejía	LIGURIA Lejía Tradicional Galonera 4Kg	Plaza vea	3	10.6	S/ 31.80
Jabón líquido de repuesto	Jabón Líquido Palmolive Granada Doypack 500 ml	Metro	3	8.1	S/ 24.30
Paquet. Bolsa de basura	Virutex Bolsas para Basura TACHITOS	Tottus	4	1.7	S/ 6.80
Detergente	Detergente en polvo SAPOLIO Limón Bolsa 800Gr	Plaza vea	2	6.9	S/ 13.80
Total					S/ 153.20

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de servicios públicos y telefonía

Tabla 33: Requerimiento de servicios públicos y telefonía

Servicios públicos y telefonía	Mensual		Anual	
Agua	S/	20.00	S/	240.00
Luz	S/	40.00	S/	480.00
Dúo teléfono Fijo + Internet	S/	90.00	S/	1,080.00
Plan Postpago Celular	S/	30.00	S/	360.00
Total	S/	180.00	S/	2,160.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

3.2.4. Infraestructura y características físicas

La agencia de viajes tendrá una oficina física disponible para las visitas de los clientes. Por la naturaleza del negocio, no habrá mayor necesidad de contar con más espacios físicos. Se alquilará una oficina en el distrito de Lince, en el Edificio Sthephanie, con dirección en Av. Arequipa 1851, se encuentra a una cuadra del Centro Comercial Risso, a media cuadra de la Av. Juan Pardo de Zela y a 10 minutos del Hospital Rebagliati. Cuenta con las siguientes características:

- 27m² Área total
- 27m² Área techada
- Piso: sétimo
- 1 ascensor
- 1 baño independiente
- Tapizado
- Cielo raso
- Persianas
- Parlantes integrados
- Cero ruidos
- Iluminacion LED

- El edificio cuenta con seguridad
- Intercomunicador
- Recepcionista

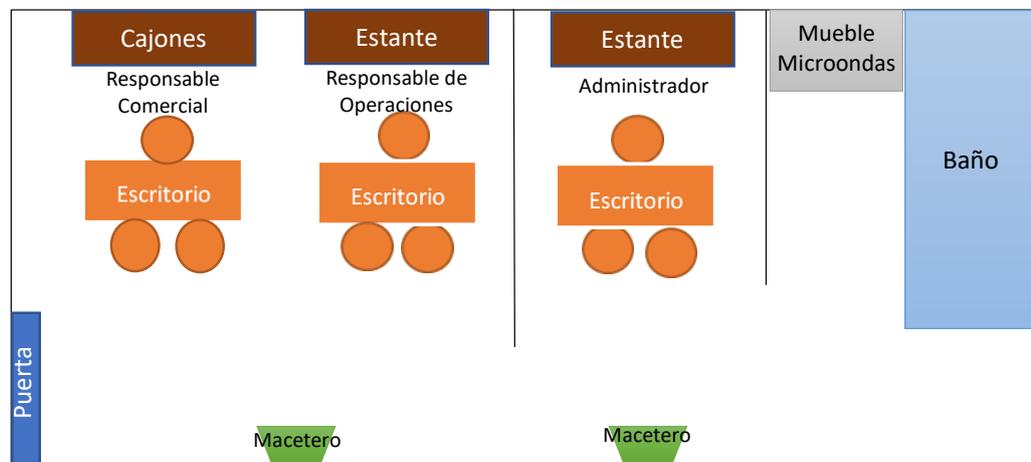


Figura 38: Infraestructura de la oficina física.
Fuente: Elaboración Propia

3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

3.3.1. Macro localización

La empresa Ruta Plus SAC se enfocará dentro de la Provincia de Lima, por acoger a la mayoría de los clientes potenciales. Según PromPerú en un estudio de las principales ciudades emisoras donde se consideró Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Piura dio como resultado: “En el 2016, el 85% de traslados generados desde las seis principales ciudades emisoras de vacacionistas nacionales, tuvo a la ciudad de Lima como punto de partida”. (p.28).

3.3.2. Micro localización

Para la micro localización se hizo uso del método cualitativo por puntos, es por ello que se tomó como referencia tres alternativas de distritos. Se tomó la elección en base a diversos factores.

Los factores más relevantes de acuerdo con el tipo y concepto de esta empresa son las siguientes:

- **Ubicación céntrica:** Característica que hace referencia a los distritos que se ubican en el centro de la Provincia de Lima, el cual facilita el desplazamiento hacia otros distritos.
- **Zona comercial:** Ubicación que reúne diversos comercios y establecimientos.
- **Cercanía a agencias de viajes:** Espacio que reúne agencias de viajes.
- **Facilidades de acceso:** Accesibilidad a las vías de transporte público y aparcamiento para los clientes.
- **Costo de alquiler:** Monto promedio referencial de alquileres dentro de un distrito.
- **Infraestructura de la oficina:** Característica y condiciones generales de las oficinas disponibles dentro de un distrito.

Tabla 34: Micro localización por el método cualitativo por puntos

Calificación por rango: 1(No Favorable) - 5 (Favorable)							
ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN							
Factores relevantes	Peso Asignado	Jesús María		Lince		Miraflores	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Ubicación céntrica	2.00	4	8	4	8	3	6
Zona comercial	1.50	3	4.5	4	6	4	6
Cercanía a agencias de viajes	1.00	2	2	3	3	5	5
Facilidades de acceso	1.50	3	4.5	4	6	3.5	5.25
Costo de alquiler	2.50	3	7.5	5	12.5	3	7.5
Infraestructura de la oficina	1.50	4	6	4	6	4	6
TOTAL	10.00		32.5		41.5		35.8

Nota: Fuente: Elaboración Propia

En conclusión, el distrito de Lince sería el lugar más conveniente para ubicar la oficina física, dentro de este distrito se encontró una oficina de 27 m² área total en el Edificio Stephanie, con dirección en Av. Arequipa 1851, siendo un lugar céntrico y comercial.

CAPITULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.1. Inversión Fija

Hace referencia a los activos cuya vida útil es mayor a un año y tiene como finalidad proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades. A continuación, se detalla todos los recursos que necesita la organización determinando la inversión tangible, inversión intangible y capital de trabajo.

4.1.1. Inversión Tangible

Se considera todos los bienes físicos y cuantificables.

Tabla 35: Inversión tangible

RUBRO	UNIDADES	PRECIO UNIT	MONTO
I. ACTIVO FIJO			
A. TANGIBLES			
Maquinaria y/o Equipos			S/ 8,865.00
Computadoras	3	S/ 2,170.00	S/ 6,510.00
Impresora	1	S/ 749.00	S/ 749.00
Teléfono fijo	1	S/ 269.00	S/ 269.00
Celular	1	S/ 499.00	S/ 499.00
Notebook	1	S/ 838.00	S/ 838.00
Muebles y enseres			S/ 2,333.70
a) Mobiliario			S/ 1,970.70
Escritorios	3	S/ 199.00	S/ 597.00
Sillas de escritorios	3	S/ 99.00	S/ 297.00
Sillas de visita	6	S/ 60.00	S/ 360.00
Estantes	2	S/ 150.00	S/ 300.00
Cómoda con 5 cajones	1	S/ 199.00	S/ 199.00
Alacena para microondas	1	S/ 136.00	S/ 136.00
Maceteros	2	S/ 26.00	S/ 52.00
Papelera	3	S/ 9.90	S/ 29.70
b) Equipos de cocina			S/ 363.00

Cafetera	1	S/	40.00	S/	40.00
Hervidor	1	S/	29.00	S/	29.00
Microondas	1	S/	199.00	S/	199.00
Juego de tazas	1	S/	30.00	S/	30.00
Juego de vasos	1	S/	45.00	S/	45.00
Azucarera	1	S/	10.00	S/	10.00
Juego de cucharitas	1	S/	10.00	S/	10.00
Otros				S/	7,521.30
Kit Viajero - Merchandising	1000	S/	7.20	S/	7,200.00
Artículos de limpieza	1	S/	44.50	S/	44.50
Artículos de seguridad	1	S/	97.00	S/	97.00
Artículos de oficina	1	S/	179.80	S/	179.80
TOTAL TANGIBLES				S/	18,720.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

La suma total de la inversión tangible es S/.18,720.

4.1.2. Inversión Intangible

Es aquella inversión en bienes inmateriales que junto con la inversión tangible son fundamentales para la operación de la empresa.

Tabla 36: Inversión intangible

RUBRO	UNIDADES	PRECIO UNIT	MONTO
I. ACTIVO FIJO			
B. INTANGIBLES			
Aspectos legales			S/ 1,330.00
Búsqueda y reserva de nombre - SUNARP	1	S/	25.00 S/ 25.00
Elaboración de la minuta de constitución de la empresa y escritura pública ante el notario e inscripción a SUNARP	1	S/	400.00 S/ 400.00
Inscripción del RUC - SUNAT	1	S/	- S/ -
Búsqueda Fonética - Indecopi	1	S/	40.00 S/ 40.00
Búsqueda Figurativa - Indecopi	1	S/	38.50 S/ 38.50

Registro de marca - Indecopi	1	S/	535.00	S/	535.00
Licencia de funcionamiento Municipalidad e inspección de defensa civil	1	S/	91.50	S/	91.50
Inscripcion de agencia en MINCETUR	1	S/	-	S/	-
Otros	1	S/	200.00	S/	200.00
Garantía alquiler oficina				S/	1,500.00
1 mes de garantía	1	S/	1,500.00	S/	1,500.00
Página web				S/	1,800.00
Creación de la página web	1	S/	1,800.00	S/	1,800.00
TOTAL INTANGIBLES				S/	4,630.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

La suma total de la inversión intangible es S/4,630.00.

4.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo comprende los recursos necesarios para mantener un negocio en marcha. A continuación, se detalla los recursos esenciales y necesarios para que Ruta Plus SAC pueda iniciar actividades:

Tabla 37: Capital de trabajo

RUBRO	MONTO MENSUAL	MONTO EN 4 MESES	MONTO ANUAL
II. CAPITAL DE TRABAJO			
Planilla personal	S/ 8,168.33	S/ 32,673.33	S/ 98,020.00
Administrador	S/ 3,141.67	S/ 12,566.67	S/ 37,700.00
Responsable de Operaciones	S/ 2,513.33	S/ 10,053.33	S/ 30,160.00
Responsable Comercial	S/ 2,513.33	S/ 10,053.33	S/ 30,160.00
Tercerización	S/ 335.00	S/ 1,340.00	S/ 4,020.00
Asesoría Contable	S/ 300.00	S/ 1,200.00	S/ 3,600.00
Encargado de Limpieza	S/ 35.00	S/ 140.00	S/ 420.00

Gastos de alquiler de Oficina	S/ 1,650.00	S/ 6,600.00	S/ 19,800.00
Alquiler de oficina	S/ 1,500.00	S/ 6,000.00	S/ 18,000.00
Mantenimiento oficina	S/ 150.00	S/ 600.00	S/ 1,800.00
Servicios	S/ 180.00	S/ 720.00	S/ 2,160.00
Agua	S/ 20.00	S/ 80.00	S/ 240.00
Luz	S/ 40.00	S/ 160.00	S/ 480.00
Duo teléfono + internet	S/ 90.00	S/ 360.00	S/ 1,080.00
Plan postpago celular	S/ 30.00	S/ 120.00	S/ 360.00
Licencias anuales	S/ 52.50	S/ 210.00	S/ 630.00
Licencia de Antivirus	S/ 7.50	S/ 30.00	S/ 90.00
Licencia Office	S/ 24.17	S/ 96.67	S/ 290.00
Licencia página web y hosting	S/ 20.83	S/ 83.33	S/ 250.00
Gastos en publicidad	S/ 900.00	S/ 3,600.00	S/ 10,800.00
Otros	S/ 244.27	S/ 977.08	S/ 2,931.24
Útiles de Oficina	S/ 17.67	S/ 70.68	S/ 212.04
Caja chica	S/ 200.00	S/ 800.00	S/ 2,400.00
Otros gastos	S/ 26.60	S/ 106.40	S/ 319.20
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	S/ 11,530.10	S/ 46,120.41	S/ 138,361.24

Nota: Fuente: Elaboración Propia

El total de capital de trabajo mensual suma S/.11,530.10, en cuatro meses es S/.46,120.41 y anual suma S/.138,361.24. Se proyecta que la empresa tendrá ingresos al quinto mes de iniciar las actividades, es por ello que para la inversión total se va considerar el capital de trabajo requerido para cuatro meses.

4.3. Inversión Total

La sumatoria de la inversión tangible, intangible y el capital de trabajo por cuatro meses resulta S/. 69,604.11. Dicha inversión será dividida en porcentajes de capital propio y financiamiento (préstamo), las cuales se explicarán más adelante.

Tabla 38: Inversión total

Inversiones	Rubro de inversiones	Inversión desagregada	Inversiones parciales	Total inversiones	%
-------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	-------------------	---

Inversión fija	Inversión Tangible	Maquinaria y/o Equipos	S/	8,865.00	S/18,720.00	26.95%
		Muebles y enseres	S/	2,333.70		
		Otros	S/	7,521.30		
Capital de Trabajo	Inversión Intangible	Aspectos legales	S/	1,330.00	S/ 4,630.00	6.66%
		Garantía alquiler	S/	1,500.00		
		Página web	S/	1,800.00		
Capital de Trabajo	Capital de Trabajo	Planilla personal	S/	32,673.33	S/46,120.41	66.39%
		Tercerización	S/	1,340.00		
		Gastos Oficina	S/	6,600.00		
		Servicios	S/	720.00		
		Licencias anuales	S/	210.00		
		Gastos en publicidad	S/	3,600.00		
		Otros	S/	977.08		
TOTAL INVERSION INICIAL					S/69,470.41	100.00%

Nota: Fuente: Elaboración Propia

La inversión total para iniciar el proyecto es de S/.69,470.41.

4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La inversión estará compuesta por parte de capital propio, el cual cubre el 40% y la otra parte del 60% será cubierto a través de un préstamo por parte de una entidad financiera.

Tabla 39: Estructura de financiamiento

Fuentes de financiamiento	Aporte propio		Préstamo		Total	
Inversión Tangible	S/.	18,720	S/.	-	S/.	18,720.00
Inversión Intangible	S/.	4,630		-	S/.	4,630.00
Capital de Trabajo	S/.	4,120	S/.	42,000	S/.	46,120.41
Total	S/.	27,470	S/.	42,000	S/.	69,470.41
Composición		40%		60%		100%

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40: Detalle de la estructura de financiamiento

Rubro de inversión	Aporte propio		Préstamo		Total	
	S/.	%	S/.	%	S/.	%
Inversión Fija Tangible	S/ 18,720.00	100%				100%
Maquinaria y/o Equipos	S/ 8,865.00	100%				100%
Muebles y enseres	S/ 2,333.70	100%				100%

Otros	S/ 7,521.30	100%				100%
Inversión Fija Intangible	S/ 4,630.00	100%				100%
Aspectos legales	S/ 1,330.00	100%				100%
Garantía alquiler	S/ 1,500.00	100%				100%
Página web	S/ 1,800.00	100%				
Capital de trabajo	S/ 4,120.41	9%	S/ 42,000.00	91%	S/ 46,120.41	100%
Planilla personal	S/ -	0%	S/ 32,673.33	100%	S/ 32,673.33	100%
Tercerización	S/ -	0%	S/ 1,340.00	100%	S/ 1,340.00	100%
Gastos Oficina	S/ -	0%	S/ 6,600.00	100%	S/ 6,600.00	100%
Servicios	S/ -	0%	S/ 720.00	100%	S/ 720.00	100%
Licencias anuales		0%	S/ 210.00	100%	S/ 210.00	100%
Gastos en publicidad	S/ 3,143.33	87%	S/ 456.67	13%	S/ 3,600.00	100%
Otros	S/ 977.08	100%				100%
Total	S/ 27,470.41	40%	S/ 42,000.00	60%	S/ 69,470.41	100%

Nota: Fuente: Elaboración Propia

El financiamiento a través del préstamo se concentrará en el capital de trabajo, específicamente en planilla personal, tercerización, gastos de oficina, servicios, licencias anuales y parte de gastos en publicidad.

4.5. Fuentes Financieras

Se realizó la búsqueda en las entidades financieras, obteniendo información sobre la tasa de costo efectivo anual, el cual se podrá saber el costo total que se pagará y poder tomar una decisión.

Tabla 41: Comparación entre bancos

Banco	TCEA
Scotiabank	22.30%
Banbif	35.35%
Interbank	38.80%
BBVA	42.15%

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Se llega a la conclusión que se va a optar por el banco Scotiabank quien ofrece una tasa menor, a comparación de otros bancos. El tipo de préstamo es de libre disponibilidad. Estas son sus ventajas:



Figura 39: Ventajas del préstamo de libre disponibilidad

Fuente: Scotiabank

Por otro lado, estos son los requisitos que se requiere para acceder al préstamo:

- Contar con un ingreso mayor a S/ 1,200 individuales o conyugales.
- Documentación requerida según tu trabajo:

Documentación requerida	Trabajador con Cuenta Sueldo Scotiabank	Trabajador dependiente	Trabajador independiente	Trabajador independiente con negocio
DNI del solicitante y de su cónyuge	X	X	X	X
Recibo de luz, agua o teléfono fijo		X	X	
Fotocopia del Registro Único del Contribuyente (RUC)				X
Fotocopia de la Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta				X
Fotocopia de los 3 últimos PDT y/o últimos 3 recibos por honorarios profesionales			X	X
Fotocopia de las 2 últimas Declaraciones Juradas Anuales del Impuesto a la Renta				X
Última boleta de pago para ingresos fijos y dos últimas boletas pago para ingresos variables		X		
Contrato de locación vigente			X	

Figura 40: Requisitos para el préstamo

Fuente: Scotiabank

4.6. Condiciones de Crédito

Las condiciones de crédito se detallan en la siguiente tabla, asimismo, como se explicó en el punto anterior, el financiamiento se realizará en el banco Scotiabank el cual ofrece una TEA de 22.3%, con cuotas de S/ 1,167.65 por 60 meses.

Tabla 42: Condiciones de crédito

CONDICIONES DE CRÉDITO	
MONTO PRESTAMO	42,000
TCEA	22.30%
CUOTAS	60
PAGO TOTAL	70,059
CUOTA	1,167.65

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43: Cronograma de pagos

Periodo	amortización	interes	cuota	saldo
0				42,000.00
1	386.45	781.20	1,167.65	41,613.55
2	393.64	774.01	1,167.65	41,219.91
3	400.96	766.69	1,167.65	40,818.96
4	408.42	759.23	1,167.65	40,410.54
5	416.01	751.64	1,167.65	39,994.53
6	423.75	743.90	1,167.65	39,570.78
7	431.63	736.02	1,167.65	39,139.14
8	439.66	727.99	1,167.65	38,699.48
9	447.84	719.81	1,167.65	38,251.65
10	456.17	711.48	1,167.65	37,795.48
11	464.65	703.00	1,167.65	37,330.82
12	473.30	694.35	1,167.65	36,857.53
13	482.10	685.55	1,167.65	36,375.43
14	491.07	676.58	1,167.65	35,884.36
15	500.20	667.45	1,167.65	35,384.17
16	509.50	658.15	1,167.65	34,874.66
17	518.98	648.67	1,167.65	34,355.68
18	528.63	639.02	1,167.65	33,827.05
19	538.47	629.18	1,167.65	33,288.58
20	548.48	619.17	1,167.65	32,740.10
21	558.68	608.97	1,167.65	32,181.42
22	569.07	598.57	1,167.65	31,612.34
23	579.66	587.99	1,167.65	31,032.69
24	590.44	577.21	1,167.65	30,442.24

25	601.42	566.23	1,167.65	29,840.82
26	612.61	555.04	1,167.65	29,228.21
27	624.00	543.64	1,167.65	28,604.21
28	635.61	532.04	1,167.65	27,968.60
29	647.43	520.22	1,167.65	27,321.16
30	659.48	508.17	1,167.65	26,661.69
31	671.74	495.91	1,167.65	25,989.95
32	684.24	483.41	1,167.65	25,305.71
33	696.96	470.69	1,167.65	24,608.75
34	709.93	457.72	1,167.65	23,898.82
35	723.13	444.52	1,167.65	23,175.69
36	736.58	431.07	1,167.65	22,439.11
37	750.28	417.37	1,167.65	21,688.83
38	764.24	403.41	1,167.65	20,924.60
39	778.45	389.20	1,167.65	20,146.14
40	792.93	374.72	1,167.65	19,353.21
41	807.68	359.97	1,167.65	18,545.53
42	822.70	344.95	1,167.65	17,722.83
43	838.00	329.64	1,167.65	16,884.83
44	853.59	314.06	1,167.65	16,031.24
45	869.47	298.18	1,167.65	15,161.77
46	885.64	282.01	1,167.65	14,276.13
47	902.11	265.54	1,167.65	13,374.02
48	918.89	248.76	1,167.65	12,455.13
49	935.98	231.67	1,167.65	11,519.14
50	953.39	214.26	1,167.65	10,565.75
51	971.13	196.52	1,167.65	9,594.62
52	989.19	178.46	1,167.65	8,605.43
53	1,007.59	160.06	1,167.65	7,597.85
54	1,026.33	141.32	1,167.65	6,571.52
55	1,045.42	122.23	1,167.65	5,526.10
56	1,064.86	102.79	1,167.65	4,461.24
57	1,084.67	82.98	1,167.65	3,376.57
58	1,104.84	62.80	1,167.65	2,271.72
59	1,125.39	42.25	1,167.65	1,146.33
60	1,146.33	21.32	1,167.65	0.00
	42,000	28,059	70,059	

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 44: Resumen por año del cronograma de pagos

RESUMEN			
	amortización	interes	cuota
AÑO 1	5,142.47	8,869.31	14,011.79
AÑO 2	6,415.28	7,596.50	14,011.79
AÑO 3	8,003.13	6,008.65	14,011.79
AÑO 4	9,983.99	4,027.80	14,011.79
AÑO 5	12,455.13	1,556.66	14,011.79
Total	42,000.00	28,058.93	70,058.93

Nota: Fuente: Elaboración Propia

La empresa por el préstamo de S/.42,000 al finalizar los 5 años la suma total que pagará será de S/.70,058.93, debido a los intereses que suman S/.28,058.93. Se pagará en cuota de S/. 1,167.65 mensual.

CAPITULO V. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

5.1. Presupuesto de los costos

Se determina los siguientes costos fijos, los cuales estarán presentes todos los meses:

Tabla 45: Descripción de costos fijos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal	98020	98020	98020	98020	98020
Tercerización	4020	4020	4020	4020	4020
Gastos Oficina	19800	19800	19800	19800	19800
Servicios	2160	2160	2160	2160	2160
Licencias anuales	630	630	630	630	630
Gastos en ventas	10800	10800	10800	10800	10800
Otros	2931.24	2931.24	2931.24	2931.24	2931.24
Depreciación	3744	3744	3744	3744	3744
Amortización	926	926	926	926	926
Total	143,031	143,031	143,031	143,031	143,031

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Los costos variables se determinan según la cantidad de clientes que se tiene proyectado:

Tabla 46: Descripción de los costos variables

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Boletos aéreos	313,650	348,500	348,500	429,817	429,817
Tarjeta de asistencia médica	7,956	8,840	8,840	10,903	10,903
Alojamiento	323,340	359,267	359,267	443,096	443,096
Traslados	59,670	66,300	66,300	81,770	81,770
Circuitos turísticos	98,940	109,933	109,933	135,584	135,584
Tour líder	41,055	45,617	45,617	56,261	56,261
Entrada al evento	193,800	215,333	215,333	265,578	265,578
Reunión lonche	2,430	2,700	2,700	3,330	3,330
Total	1,040,841	1,156,490	1,156,490	1,426,338	1,426,338

Nota: Fuente: Elaboración Propia

5.2. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es cuando el beneficio es igual a 0, es decir que nos indica la cantidad mínima de unidades que la empresa debe vender para no generar pérdidas.

Para hallar el punto de equilibrio, primero se estableció un cronograma de las últimas fechas de inscripción de cada paquete de viaje grupal, con el fin de tener conocimiento sobre el precio promedio y los ingresos mensuales, considerando que se reunirá a 15 pasajeros por cada congreso, sumando en total para el primer año a 135 clientes.

Tabla 47: Cronograma de viajes durante el primer año

Congresos	Salida de viaje	Último fecha de inscripción	Cant	Precio Vent Unit	Total
Congreso 1	Junio	9-Mar	15	1950	29250
Congreso 2	Julio	10-Abr	15	1950	29250
Congreso 3	Agosto	2-May	15	1950	29250
Congreso 4	Setiembre	14-Jun	15	3760	56400
Congreso 5	Octubre	25-Jul	15	3800	57000
Congreso 6	Octubre	30-Jul	15	1950	29250
Congreso 7	Noviembre	15-Ago	15	2000	30000
Congreso 8	Noviembre	28-Ago	15	1930	28950
Congreso 9	Diciembre	10-Set	15	4300	64500
Total dólares			135	\$ 2,621.11	\$ 353,850.00
Total soles				S/ 8,911.78	S/ 1,203,090.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Se estimaron los ingresos mensuales para el primer año, tanto en dólares como en soles, usando el tipo de cambio referencial de 3.40. Como se puede apreciar los primeros cuatro meses se estima que no habrá ingresos, a partir del quinto mes la empresa empezará a tener ingresos debido a la primera salida grupal el cual es en junio, pero se requiere como mínimo alrededor de tres meses para reservar con tiempo los servicios a contratar en el extranjero.

Tabla 48: Ingresos en dólares durante desde el mes 1 al mes 6

INGRESOS EN DÓLARES						
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Concepto	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Ingresos						
Ventas	0	0	0	0	29,250	29,250
Total ingresos	0	0	0	0	29,250	29,250

Nota: Se proyecta que para el quinto mes la empresa tendrá ingresos. Fuente: Elaboración Propia

Tabla 49: Ingresos en dólares durante desde el mes 7 al mes 12

INGRESOS EN DÓLARES						
	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Concepto	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre
Ingresos						
Ventas	29,250	56,400	86,250	58,950	64,500	0
Total ingresos	29,250	56,400	86,250	58,950	64,500	

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 50: Ingresos en soles desde el mes 1 al mes 6

INGRESOS EN SOLES T.C. 3.4						
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Concepto	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Ingresos						
Ventas					99,450	99,450
Total ingresos	0	0	0	0	99,450	99,450

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 51: Ingresos en soles desde el mes 7 al mes 12

INGRESOS EN SOLES T.C. 3.4						
	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Concepto	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre
Ingresos						
Ventas	99,450	191,760	293,250	200,430	219,300	0
Total ingresos	99,450	191,760	293,250	200,430	219,300	

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Posteriormente, se estimó los ingresos proyectados para cinco años utilizando la demanda proyectada y el porcentaje de participación de mercado determinado en el capítulo de estudio de mercado.

Tabla 52: Ingresos en soles proyectado a 5 años

Ingresos					
Precio promedio soles	S/ 8,911.78				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Congresos/ Eventos	9	10	10	11	11
Clientes	135	150	163	181	195
Total	135	150	163	181	195
A. Ingresos (S/)					
Congresos	S/.1,203,090	S/.1,336,767	S/.1,452,620	S/.1,613,032	S/.1,737,797
Total	S/.1,203,090	S/.1,336,767	S/.1,452,620	S/.1,613,032	S/.1,737,797
B. Precio ponderado					
Ingresos (S/)	S/.1,203,090	S/.1,336,767	S/.1,452,620	S/.1,613,032	S/.1,737,797
Clientes	135	150	163	181	195
Precio ponderado	S/.8,911.78	S/.8,911.78	S/.8,911.78	S/.8,911.78	S/.8,911.78

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, se registró los costos fijos y costos variables proyectados a cinco años, obteniendo los costos variables unitarios para así hallar el punto de equilibrio año tras año.

Tabla 53: Egresos en soles proyectados a 5 años

Egresos						
Costos	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Personal	98,020	98,020	98,020	98,020	98,020
	Tercerización	4,020	4,020	4,020	4,020	4,020
Costos Fijos	Gastos Oficina	19,800	19,800	19,800	19,800	19,800
	Servicios	2,160	2,160	2,160	2,160	2,160
	Licencias anuales	630	630	630	630	630
	Gastos en publicidad	10,800	10,800	10,800	10,800	10,800
	Otros	2,931	2,931	2,931	2,931	2,931

	Depreciación	3,744	3,744	3,744	3,744	3,744
	Amortización	926	926	926	926	926
	Total	143,031	143,031	143,031	143,031	143,031
Costos variables	Boletos aéreos	313,650	348,500	378,703	420,523	453,050
	Tarjeta de asistencia médica	7,956	8,840	9,606	10,667	11,492
	Alojamiento	323,340	359,267	390,403	433,515	467,047
	Traslados	59,670	66,300	72,046	80,002	86,190
	Circuitos turísticos	98,940	109,933	119,461	132,653	142,913
	Tour lider - Acompañante	41,055	45,617	45,617	50,178	50,178
	Entrada al evento	193,800	215,333	233,996	259,836	279,933
	Reunión lonce	2,430	2,700	2,934	3,258	3,510
	Total	1,040,841	1,156,490	1,252,766	1,390,632	1,494,314
	Total egresos	1,183,872	1,299,521	1,395,797	1,533,663	1,637,345
	Costo Variable Unitario	7709.933	7709.933	7685.679	7683.051	7663.147

Nota: Fuente: Elaboración Propia

El punto de equilibrio de obtiene a través de la división del total de los costos fijos entre la diferencia del precio promedio unitario y el costo variable unitario, dando como resultado que para el primer y segundo año el punto de equilibrio será de 119 clientes, para el tercer año de 117, para el cuarto año 116 y para el quinto 115.

Tabla 54: Punto de equilibrio proyectada a 5 años

Punto de equilibrio		1	2	3	4	5
Punto de equilibrio	Ventas (S/)	1,060,589	1,060,589	1,039,608	1,037,385	1,020,848
	Clientes	119	119	117	116	115

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Como se puede apreciar el punto de equilibrio de la empresa varia a partir del tercer año, esto se debe a que el costo variable del tour líder es por congreso y empieza a variar desde el año en mención ya que cada congreso cuenta con más de 15 clientes.

5.3. Estado de ganancias y pérdidas

El estado de ganancias y pérdidas muestra el nivel de eficiencia de la empresa, debido a que permite analizar la estructura de ingresos y costos en un determinado periodo, dando como resultado la utilidad neta o la pérdida.

Tabla 55: Estado de ganancias y pérdidas proyectado a 5 años

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1,203,090	1,336,767	1,452,620	1,613,032	1,737,797
Costo de producción	1,040,841	1,156,490	1,252,766	1,390,632	1,494,314
UTILIDAD BRUTA	162,249	180,277	199,854	222,400	243,483
Planilla personal	98,020	98,020	98,020	98,020	98,020
Gastos de Administración	29,541	29,541	29,541	29,541	29,541
Gastos de Ventas	10,800	10,800	10,800	10,800	10,800
Depreciación y amortización	4,670	4,670	4,670	4,670	4,670
UTILIDAD OPERATIVA	19,218	37,245	56,823	79,368	100,452
Gastos Financieros	8,869	7,597	6,009	4,028	1,557
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10,348	29,649	50,814	75,341	98,895
Impuesto a la Renta	3,105	8,895	15,244	22,602	29,669
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	7,244	20,754	35,570	52,738	69,227
Dividendos	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	7,244	20,754	35,570	52,738	69,227

Nota: Fuente: Elaboración Propia

5.4. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos es un instrumento para planificar a futuro en base a estimaciones de ventas de la empresa, es decir todo el ingreso de efectivo de dinero que se puede obtener.

Tabla 56: Presupuesto de ingresos proyectado a 5 años

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas/Cobranzas	1,203,090	1,336,767	1,452,620	1,613,032	1,737,797
Total Ingresos	1,203,090	1,336,767	1,452,620	1,613,032	1,737,797

Nota: Fuente: Elaboración Propia

5.5. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos es un instrumento que agrupa la estimación de todas las salidas monetarias para un determinado periodo, de esta forma se puede registrar la cantidad de dinero que se necesita para el desarrollo y producción de una empresa.

Tabla 57: Presupuesto de egresos proyectado a 5 años

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Egresos					
Gastos de Operación					
Costo de producción	1,040,841	1,156,490	1,252,766	1,390,632	1,494,314
Planilla personal	98,020	98,020	98,020	98,020	98,020
Gastos Administrativos					
Gastos de Ventas	10,800	10,800	10,800	10,800	10,800
Gastos Administrativos	29,541	29,541	29,541	29,541	29,541
Impuestos					
Impuesto a la renta	3,105	8,895	15,244	22,602	29,669
Total Egresos	1,182,307	1,303,746	1,406,371	1,551,596	1,662,343

Nota: Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se describe la planilla del personal:

Tabla 58: Planilla de trabajadores anual

Gastos de personal anual									
Cargo	Remuneración mensual por persona	Cantidad de personal	Remuneración mensual	Remuneración anual	ESSALUD	Vacaciones	Gratificaciones	CTS	Total Anual
					9%	15 días	1/2 remuneración	15 días	
Administrador	S/.2,500.00	1	S/.2,500.00	S/.30,000.00	S/.2,700.00	S/.1,250.00	S/.2,500.00	S/.1,250.00	S/.37,700.00
Responsable de Operaciones	S/.2,000.00	1	S/.2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/.1,000.00	S/.2,000.00	S/.1,000.00	S/.30,160.00
Responsable Comercial	S/.2,000.00	1	S/.2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/.1,000.00	S/.2,000.00	S/.1,000.00	S/.30,160.00
Total									S/.98,020.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59: Resumen de planilla a 5 años

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	S/.37,700.00	S/.37,700.00	S/.37,700.00	S/.37,700.00	S/.37,700.00
Responsable de Operaciones	S/.30,160.00	S/.30,160.00	S/.30,160.00	S/.30,160.00	S/.30,160.00
Responsable Comercial	S/.30,160.00	S/.30,160.00	S/.30,160.00	S/.30,160.00	S/.30,160.00
Total	S/.98,020.00	S/.98,020.00	S/.98,020.00	S/.98,020.00	S/.98,020.00

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 60: Descripción de los gastos de ventas

Gastos de ventas					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos en publicidad	3600	3600	3600	3600	3600
Administrador de página web y redes sociales	7200	7200	7200	7200	7200
Total gastos de ventas	10800	10800	10800	10800	10800

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 61: Descripción de los gastos administrativos

Gastos administrativos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Oficina	19800	19800	19800	19800	19800
Personal tercerizado	4020	4020	4020	4020	4020
Servicios	2160	2160	2160	2160	2160
Licencias anuales	630	630	630	630	630
Otros	2931	2931	2931	2931	2931
Total gastos administrativos	29541	29541	29541	29541	29541

Nota: Fuente: Elaboración Propia

5.6. Flujo de Caja proyectado

El flujo de caja proyectado es una estimación de los ingresos que se espera obtener y de los egresos que se tiene pensado gastar durante un determinado tiempo.

Tabla 62: Flujo de caja proyectado a 5 años

Descripción	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas/Cobranzas		1,203,090	1,336,767	1,452,620	1,613,032	1,737,797
Total Ingresos		1,203,090	1,336,767	1,452,620	1,613,032	1,737,797
Egresos						
Gastos de Operación						
Costo de producción		1,040,841	1,156,490	1,252,766	1,390,632	1,494,314
Planilla personal		98,020	98,020	98,020	98,020	98,020
Gastos Administrativos						
Gastos de Ventas		10,800	10,800	10,800	10,800	10,800
Gastos Administrativos		29,541	29,541	29,541	29,541	29,541
Impuestos						
Impuesto a la renta		3,105	8,895	15,244	22,602	29,669
Total Egresos		1,182,307	1,303,746	1,406,371	1,551,596	1,662,343
Inversiones						
Inversión Fijo						
Tangible	-18,720	0	0	0	0	0
Inversión Fijo						
Intangible	-4,630	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	-46,120	0	0	0	0	0
Flujo de caja económico	-69,470	20,783	33,021	46,249	61,436	75,453
Flujo de Financiamiento Neto						
Préstamo	42,000					
Amortización		-5,142	-6,415	-8,003	-9,984	-12,455
Interes		-8,869	-7,597	-6,009	-4,028	-1,557
Escudo Tributario		2,661	2,279	1,803	1,208	467
Financiamiento Neto	42,000	-11,351	-11,733	-12,209	-12,803	-13,545
Flujo de Caja Financiero	-27,470	9,432	21,288	34,039	48,633	61,908

Nota: Fuente: Elaboración Propia

5.7. Balance general

El balance general es informe financiero que muestra la situación financiera general de una empresa en un periodo determinado. Está conformado por el activo, pasivo y patrimonio.

Tabla 63: Balance general

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	46,120	Préstamo bancario	42,000
Total Activo Corriente	46,120	Total pasivo	42,000
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO	
Maquinaria y equipo	8,865	Capital Social	27,470
Muebles y enseres	2,334	Total patrimonio	27,470
Otros	7,521		
Activos Intangibles	4,630		
Total Activo No Corriente	23,350		
TOTAL ACTIVO	69,470	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	69,470

Nota: Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO VI: EVALUACIÓN

6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

El Coste promedio ponderado del capital (CPPC) o en ingles Weighted Average Cost of Capital (WACC) es una tasa de descuento aplicado a los flujos de caja futuros para valorar una inversión de un proyecto. El cálculo reúne el nivel de fondos propios y su deuda financiera, así como la tasa impositiva, es decir que se considera las fuentes propias o ajenas. Para ello, se aplicó la siguiente formula y se obtuvo 15.47% de WACC.

Tabla 64: Criterios para el cálculo de la WACC

Fórmula de WACC=Ke E/(E+D) + Kd (1-T) D/(E+D)		
Donde:		
Ke	Coste de los Fondos Propios	15.25%
Kd	Coste de la Deuda Financiera	22.30%
E	Fondos Propios	27,470.41
D	Deuda Financiera	42,000.00
T	Tasa impositiva	30.00%
WACC	Costo medio ponderado de capital	15.47%

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 65: Cálculo de la WACC

WACC	=	ke	*	$\frac{\mathbf{E}}{\mathbf{E+D}}$	+	kd	*	(1 - T)	*	$\frac{\mathbf{D}}{\mathbf{E+D}}$
WACC	=	15.25%	*	$\frac{27,470.41}{69,470.41}$	+	22.30%	*	70.00%	*	$\frac{42,000.00}{69,470.41}$
WACC	=	15.47%								

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, el valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que se utiliza para determinar la viabilidad de un proyecto. Consiste que al actualizar los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial puede quedar

alguna ganancia, el cual significaría que el proyecto es viable o por el contrario si es menor a cero el proyecto no sería viable.

Por otro lado, la tasa interna de retorno (TIR) es la máxima tasa de rentabilidad de un proyecto haciendo que el VAN sea igual a 0, dando como resultado una medida de rentabilidad expresada en tanto por ciento.

Tabla 66: Cálculo del VANE y TIRE

INVERSION	69,470.41		
WACC	15.47%		
AÑOS	Flujo de caja económico	FSA	VAN
0	-69,470.41		
1	20,783.23	0.8661	17,999.49
2	33,020.75	0.7501	24,767.44
3	46,248.59	0.6496	30,042.76
4	61,436.21	0.5626	34,563.12
5	75,453.23	0.4872	36,763.21
			144,136.02
VANE	74,665.60		
TIRE	46.01%		

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Como resultado del cálculo la VANE, se obtiene un monto de S/ 74,665.60 lo cual significa que los flujos de efectivo cubrirán los costos totales de inversión. Cabe resaltar que el monto total de inversión es de S/ 69,470.41.

Del mismo modo, se procedió con el cálculo de la TIRE (Tasa interna de retorno económico), teniendo como resultado 46.01% lo cual indica que el proyecto presenta una rentabilidad mayor a la tasa de descuento.

Por otro lado, se evaluó el beneficio/costo (B/C), el cual es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad. Para ello, se tomó en cuenta los flujos actualizados del flujo económico, es decir los montos actualizados de ingresos y egresos y el WACC.

Tabla 67: Actualización de los ingresos, costos y beneficios

INVERSION	69,470.41
WACC	15.47%

Ingresos actualizados

AÑOS	INGRESOS	FSA	Ingresos netos actualizados
0			
1	1,203,090.00	0.866058	1,041,946.07
2	1,336,766.67	0.750057	1,002,651.14
3	1,452,619.78	0.649593	943,611.70
4	1,613,031.78	0.562585	907,468.19
5	1,737,796.67	0.487232	846,709.77
			4,742,386.87

Costos actualizados

AÑOS	COSTOS	FSA	Costos netos actualizados
0			
1	1,182,306.77	0.87	1,023,946.58
2	1,303,745.92	0.75	977,883.70
3	1,406,371.19	0.65	913,568.94
4	1,551,595.57	0.56	872,905.08
5	1,662,343.44	0.49	809,946.56
			4,598,250.85

INVERSION	69,470.41
WACC	15.47%

AÑOS	Beneficios netos (Ingresos - Costos)	FSA	Beneficios netos actualizados
0	-69,470.41		
1	20,783.23	0.87	17,999.49
2	33,020.75	0.75	24,767.44
3	46,248.59	0.65	30,042.76
4	61,436.21	0.56	34,563.12
5	75,453.23	0.49	36,763.21
			144,136.02

VANE 74,665.60

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 68: Cálculo del beneficio/costo

B/C	=	$\frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$	+	$\frac{\text{V. recuperación actualizado}}{\text{Inversión inicial}}$
B/C	=	$\frac{4,742,386.87}{4,598,250.85}$	+	$\frac{0}{69,470.41}$
B/C	=	1.16		

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Este indicador da como resultado que por cada sol invertido se obtiene S/.1.16. Al ser mayor que uno se considera favorable llevar a cabo el proyecto.

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide el periodo de tiempo que transcurrirá para recuperar el total de la inversión a valor presente. El resultado nos indica con precisión cuantos años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. Para el cálculo del PRI económico, se usó la actualización de los flujos:

Tabla 69: Periodo de recuperación económico

Periodo de recuperación Económico						
Año	0	1	2	3	4	5
FCE	69,470.41	20,783.23	33,020.75	46,248.59	61,436.21	75,453.23
WACC	15.47%					
Actualizar						
FSA		0.8661	0.7501	0.6496	0.5626	0.4872
Año	0	1	2	3	4	5
FCE Actualizado	69,470	17,999	24,767	30,043	34,563	36,763
Flujo acumulado	69,470.41	51,470.93	26,703.49	-3,339.28	-	37,902.39
PR= 2 años, 10 meses y 20 días						

Nota: Fuente: Elaboración Propia

El periodo de recuperación económica será en 2 años, 10 meses y 20 días.

6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

El costo de oportunidad del capital (COK) también conocido como la tasa mínima de retorno de la inversión, hace referencia a la medición del rendimiento mínimo esperado a largo plazo realizando una proyección. La determinación de dicho valor depende del grado de riesgo, del número de oportunidades que se tiene para invertir el capital y de otras consideraciones. A continuación, se hace el cálculo de la COK:

Tabla 70: Criterios para el cálculo de la COK

Formula de COK = $R_f + \beta \cdot (R_m - R_f) + \text{Riesgo País}$		
Donde:		
COK	Costo de Oportunidad del Capital	15.25%
Rf	Tasa libre de riesgo	2.17%
β	Beta del Sector (Recreación)	0.90
Rm	Prima por riesgo de mercado	14.02%
RP	Prima por riesgo país	2.41%

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Tabla 71: Cálculo de la COK

COK	=	Rf	+	β	*	(Rm	-	Rf)	+	Riesgo País
COK	=	2.17%	+	0.9	*	14.02%	-	2.17%	+	2.41%
COK	=	15.25%								

Nota: Fuente: Elaboración Propia

La COK para este proyecto es de 15.25% considerando los riesgos existentes actualmente. Por otro parte, se calculó el VAN financiero:

Tabla 72: Cálculo del VANE y TIRF

INVERSION	69,470.41		
COK	15.25%		
AÑOS	Flujo de caja financiero	FSA	VAN
0	-27,470.41		

1	9,432.24	0.8677	8,184.51
2	21,287.91	0.7529	16,028.35
3	34,039.40	0.6533	22,239.02
4	48,632.76	0.5669	27,570.24
5	61,908.44	0.4919	30,453.65
			104,475.78
VANF	35,005.36		
TIRF	75.40%		

Nota: Fuente: Elaboración Propia

Se obtuvo como VANF el monto s/ 35,005.36 y una TIR de 75.40%, los cuales son superiores a los resultados de la VANE Y TIRE, siendo un indicador positivo para la rentabilidad del negocio.

Por otro lado, se realizó el cálculo del periodo de recuperación financiero:

Tabla 73: Periodo de recuperación financiero

Periodo de recuperación Financiero						
Año	0	1	2	3	4	5
	-					
FCF	27,470.41	9,432.24	21,287.91	34,039.40	48,632.76	61,908.44
COK	15.25%					
Actualizar						
FSA		0.8661	0.7501	0.6496	0.5626	0.4872
Año	0	1	2	3	4	5
FCF Actualizado	27,470	8,169	15,967	22,112	27,360	30,164
Flujo acumulado	27,470.41	19,301.54	3,334.40	-18,777.36	-46,137.45	-76,301.21
	PR= 2 años , 1 mes y 25 días					

Nota: Fuente: Elaboración Propia

El periodo de recuperación financiero será en 2 años, 1 mes y 25 días.

6.3. Evaluación Social

La evaluación social busca medir el impacto del proyecto hacia la sociedad y la economía. Se busca que el impacto sea positivo para que se pueda desarrollar el proyecto sin problemas.

Generación de Empleo: El proyecto genera tres puestos de trabajo en planilla. Además, cuenta con el servicio tercerizado de un asesor contable, un tour conductor, un administrador página web y redes sociales y un encargado de limpieza.

Pago de impuestos: La empresa cumplirá con su obligación tributaria, aportando a la recaudación de fondos para la inversión pública.

Beneficio del servicio ofrecido: La empresa como ente facilitador de la participación de eventos y congresos internacionales, permite que más profesiones tengan la oportunidad de actualizarse en su rama y estar presentes ante los avances internacionales.

Dinamismo económico: El rubro del turismo de reuniones involucra diferentes áreas impactando de manera positiva a la economía, trayendo movimiento comercial entre proveedores.

6.4. Impacto Ambiental

Al ser una empresa de servicios, no hay un riesgo alto en el impacto del medio ambiente. Sin embargo, nuestra responsabilidad ambiental inicia en pequeñas acciones que repercute de manera positiva en el ambiente.

- Uso consciente de hojas de papel
- Reutilizar hojas como borrador
- Ahorro de energía con luz Led
- Uso consciente del servicio de agua

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Se concluye que el proyecto es viable en los siguientes puntos:

- En el aspecto legal, hay leyes que permite a la empresa Ruta Plus SAC acogerse al régimen MYPE tributario como una pequeña empresa siendo sus obligaciones acordes al tamaño e ingreso de esta.
- En el estudio de mercado, se determinó que hay demanda insatisfecha, siendo 37,217 clientes potenciales dispuestos a tomar el servicio ofrecido, tomando como un porcentaje de participación de mercado de 0.34% (135), 0.35% (150), 0.35% (163), 0.36% (181) y 0.36% (195) respectivamente durante los 5 años proyectados.
- En el estudio técnico, la capacidad instalada cubre el porcentaje de participación mercado proyectado haciendo uso de los recursos requeridos. Siendo su capacidad máxima la organización de tres eventos al mes y la atención de 89 clientes al mes.
- En el estudio de la inversión y financiamiento, se va a contar con capital propio y ajeno, siendo el 40% propio y el 60% a través de un préstamo, obteniendo el monto total de la inversión, el cual suma S/. 69,470.41. El préstamo de S/.42,000 va a poder cubrir gran parte del capital de trabajo.
- En la evaluación económico-financiero, el proyecto tiene indicadores positivos que permite su realización. Cuenta con un B/C de 1.16 y un periodo de recuperación económica de 2 años, 10 meses y 20 días mientras una recuperación financiera de 2 años, 1 mes y 25 días. La VANE de S/.74,665.60 y la VANF de S/.35,005.36. La TIRE es 46.01% y TIRF de 75.4%, estos dos indicadores son mayor que la WACC 15.47% y la COK 15.25% respectivamente. Entonces el proyecto se considera rentable.

7.2. Recomendaciones

- Se recomienda poner en ejecución el proyecto por los indicadores que han dado positivo.
- Se recomienda que se cuente con personal preparado y con experiencia en el rubro del turismo.
- Se recomienda la búsqueda de opciones de los servicios tercerizados para realizar la mejor elección de acuerdo con el presupuesto asignado.
- Se recomienda la constante actualización de los eventos y congresos internacionales.
- Se recomienda estar actualizados de nuevas herramientas o aplicaciones para la gestión de tareas y tiempo, como también en los avances en las redes sociales.

REFERENCIAS

- Adondevivir.com (s.f.). *Alquiler oficina comercial*. Recuperado de <https://www.adondevivir.com/propiedades/alquilo-oficina-comercial-av-arequipa-cdra-18-54899558.html>
- Banco Continental – BBVA_(s.f.). *Préstamo libre disponibilidad*. Recuperado de <https://www.bbva.pe/personas/productos/prestamos/personales/libre-disponibilidad.html>
- Cortez, Pedro (junio, 2020). *Diario gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/coronavirus-peru-cade-digital-2020-la-pandemia-ha-adelantado-la-transformacion-digital-cinco-anos-nndc-noticia/>
- Banbif. (s.f.) *Prestamos en efectivo*. Recuperado de <https://www.banbif.com.pe/Personas/Prestamos-Personales/Prestamo-Efectivo>
- Entrelíneas S.R.L. (s.f.). El Régimen Laboral de las Micro y Pequeñas Empresas. *Asesoría Empresarial: Revista de asesoría especializada*. Recuperado de <https://docplayer.es/51949630-Manual-mypes-tributario-y-laboral-revista-de-asesoria-especializada.html>

- Fátima Mikkelsen (26 junio, 2018). Las tendencias del nuevo consumidor peruano. Video publicado en la web. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=19&v=huY0exE03S4&feature=emb_title
- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones - ICCA (2020). *Anuncia un número récord de reuniones de asociación en 2019.* Recuperado de <https://www.iccaworld.org/npps/story.cfm?nppage=2894936>
- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones – ICCA (2019). *Clasificaciones de ciudades y países de 2018 por el número total estimado de participantes.* Recuperado de <https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=1100291>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (s.f.). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme.* Recuperado de <https://proyectos.inei.gob.pe/ciiu/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Informe técnico: Estadística de las Tecnologías de informática y Comunicación en los hogares.* Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_tecnologias-de-informacion-abr-may-jun019.pdf

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Informe técnico: Producto Bruto Interno Trimestral*. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe tecnico_pbi_i_trim2020.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe_tecnico_pbi_i_trim2020.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2017*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI. *Registro de Marca*. Recuperado de https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA_REGISTRA_MARCA
- Interbank. *Préstamo Express*. Recuperado de <https://interbank.pe/prestamos-creditos/prestamos-personales/prestamo-express>
- Ipsos (2018). *Millenials: Mitos y realidades*. Recuperado de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-06/ipsos_peru_-_millennials_0.pdf
- Mincetur: existen 17,200 prestadores de servicios turísticos formales en Perú. (enero, 2020). *Andina*. Recuperado de

<https://andina.pe/agencia/noticia-minctur-existen-17200-prestadores-servicios-turisticos-formales-peru-740646.aspx>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). *Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos*. Recuperado de [http://consultasenlinea.minctur.gob.pe/set-regiones/\(S\(fv1v2mee2b1nfzm1vf2oxqxh\)\)/Reportes/WebReportes/RptFiltro.aspx?StrCodGrupo=02&NomGrupo=Agencias+de+Viajes+y+Turismo](http://consultasenlinea.minctur.gob.pe/set-regiones/(S(fv1v2mee2b1nfzm1vf2oxqxh))/Reportes/WebReportes/RptFiltro.aspx?StrCodGrupo=02&NomGrupo=Agencias+de+Viajes+y+Turismo)
- Municipalidad de Lince (s.f.). *Plano de zonificación del distrito*. Recuperado de <http://www.munilince.gob.pe/sites/default/files/documents/licencia-de-funcionamiento/03-07-plano-de-zonificacion.pdf>
- Municipalidad de Lince (s.f.). *Requisitos de Licencia de Funcionamiento*. Recuperado de <http://www.munilince.gob.pe/atencion-al-ciudadano/licencias-de-funcionamiento>
- Pacheco, Diana (febrero, 2020). *Pasión por el Derecho*. Recuperado de <https://lpderecho.pe/descargue-compendio-normas-laborales-regimen-privado/>
- Peiro, Alfonso (s.f.). *Estrategias genéricas de Porter*. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-genericas-porter.html>

- Perú: Gasto per cápita del turismo emisor en dólares corrientes. *Observatorio Turístico del Perú*. Recuperado de <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/perturem.pdf>
- Plataforma Digital Única del Estado Peruano. (2019). *Tipos de Empresa*. Recuperado de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
- Plataforma Digital Única del Estado Peruano. (2019). *Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/mtpe/informes-publicaciones/259272-regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa>
- Prialé, Javier. (abril, 2020). *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/fmi-estima-que-economia-peruana-caeria-45-en-2020-pero-rebotaria-a-crecer-52-en-2021-noticia/?ref=gesr>
- PromPerú.(2016). *Perfil Vacacionista Peruano*. Recuperado de [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//Uploads/temp/loads_publicaciones_2025_PVN%2016%20\(SPREAD\).pdf](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//Uploads/temp/loads_publicaciones_2025_PVN%2016%20(SPREAD).pdf)
- Scotiabank. (s.f.). *Préstamo de libre disponibilidad*. Recuperado de <https://www.scotiabank.com.pe/Personas/Prestamos/Prestamos/prestamo-de-libre-disponibilidad>.

- Superintendencia Nacional de los Registro Públicos - SUNAT. (2018). *Constituye tu empresa en seis pasos*. Recuperado de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>
- Superintendencia Nacional de los Registro Públicos - SUNAT.(2019). *¿Cómo me inscribo en el RUC?*. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>
- Superintendencia Nacional de los Registro Públicos - SUNAT. (s.f.) *Concepto - Planilla Electrónica*. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica/3196-01-concepto-planilla-electronica>.
- Observatorio Turístico del Perú (s.f.). *Gasto Per cápita Turista Emisor*. Recuperado de <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/perturem.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2014). *Informe global sobre la industria de reuniones*. Recuperado de <http://leidacb.turismedelleida.com/lcb/InformeGlobalsobreTurismo deReuniones.pdf>
- Texto Unico Ordenado del D. Leg. N° 728, Ley de Productividad y Competitividad Laboral. *Sistema Peruano de Información Jurídica*.

Recuperado

de

<http://files.servir.gob.pe/WWW/files/normas%20legales/DS%20003-97-TR.pdf>