



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS / GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**Plan de Negocio para un Modelo de Ecoturismo Sostenible en la Región de
Pucallpa: Hotel CinNa**

NAYELI LLAMOCA CCOYLLO

(ORCID: 0009-0005-0252-4566)

CINTHIA CABRERA TAMINCHI

(ORCID: 0009-0002-2838-6278)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

A Dios y a todos quienes creen en este proyecto.

Índice General

Dedicatoria	2
Índice General	3
Índice de Tablas	8
Índice de Figuras	12
Resumen Ejecutivo	16
Introducción	17
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio	18
1.1. Objetivo.....	18
1.2. Objetivo Específico	18
1.3. Descripción de la Idea de Negocio.....	19
1.3.1. <i>Originalidad</i>	19
1.3.2. <i>Ventaja competitiva</i>	20
1.3.3. <i>Innovación</i>	20
1.4. Propuesta de Valor	21
1.4.1. <i>Matriz Bussines Model Canvas</i>	22
1.4.2. <i>Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas</i>	24
Capítulo II: Análisis Interno y Externo	29
2.1. Factores que Determinan el Éxito	29
2.1.1. <i>Factores internos</i>	29
2.1.2. <i>Factores externos</i>	31
2.2. Organización	32
2.3. Matriz de los Factores Internos MEFI.....	33
2.3.1. <i>Fortalezas</i>	33
2.3.2. <i>Debilidades</i>	34
2.4. Análisis PESTEL	37
2.4.1. <i>Factores Legales y Políticos</i>	37
2.4.2. <i>Factores Financieros y Económicos</i>	39
2.4.3. <i>Factores Sociales, Culturales y Demográficos</i>	40
2.4.4. <i>Factores Tecnológicos y Científicos</i>	42
2.4.5. <i>Factores Ambientales y Ecológicos</i>	44

2.5.	Análisis de las 5 Fuerzas de Poder	46
2.5.1.	<i>Poder de Negociación con los Clientes</i>	48
2.5.2.	<i>Poder de Negociación con los Proveedores</i>	49
2.5.3.	<i>Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos</i>	49
2.5.4.	<i>Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores</i>	49
2.5.5.	<i>Rivalidad de los Competidores Actuales</i>	50
2.5.6.	<i>Grado de Atracción de la Industrial o Sector</i>	51
2.5.7.	<i>Barreras de entrada para nuevos competidores</i>	51
2.5.8.	<i>Barreras de salida para la competencia</i>	52
2.6.	Matriz de los Factores Externos MEFE	52
2.6.1.	<i>Oportunidades</i>	52
2.6.2.	<i>Amenazas</i>	53
Capítulo III:	Planteamiento Estratégico	56
3.1.	Misión	56
3.2.	Visión	57
3.3.	Valores	57
3.4.	Objetivo Estratégico	59
3.4.1.	<i>Objetivo general</i>	59
3.4.2.	<i>Objetivos específicos</i>	59
3.5.	FODA.....	60
3.5.1.	<i>Fortalezas</i>	60
3.5.2.	<i>Debilidades</i>	60
3.5.3.	<i>Amenazas</i>	61
3.5.4.	<i>Oportunidades</i>	61
3.5.5.	<i>Estrategia FO</i>	61
3.5.6.	<i>Estrategia DO</i>	62
3.5.7.	<i>Estrategia FA</i>	63
3.5.8.	<i>Estrategia DA</i>	63
3.6.	Matriz FODA	63
3.7.	Ventaja Competitiva: Diferenciación	65
3.8.	El Mapa Estratégico	65
3.9.	Indicadores para Medir las Estrategias.....	67

3.10.	Diagrama de Gantt.....	68
Capítulo IV:	Análisis de Mercado.....	72
4.1.	Análisis de Mercado.....	72
4.1.1.	<i>Mercado Meta</i>	72
4.1.2.	<i>Prototipo para la Encuesta</i>	73
4.1.3.	<i>Método de Investigación</i>	74
4.1.4.	<i>Muestra</i>	75
4.1.5.	<i>Conformación y Tamaño de Muestra</i>	75
4.1.6.	<i>Resultados de la Encuesta</i>	76
4.2.	Estimación de la Demanda.....	86
4.2.1.	<i>Demanda en Unidades</i>	86
4.2.2.	<i>Proyección de Ventas</i>	88
4.3.	Otras herramientas de investigación de mercado.....	89
4.3.1.	<i>Focus Group</i>	89
4.3.2.	<i>Entrevista al especialista</i>	91
Capítulo V:	El Plan de Marketing.....	94
5.1.	Variables de Segmentación del Consumidor.....	94
5.2.	Mapa de Experiencia del Cliente.....	95
5.3.	Marketing Mix.....	99
5.3.1.	<i>Estrategia del Producto o Servicio</i>	99
5.3.2.	<i>Estrategia de Precio</i>	105
5.3.3.	<i>Estrategia de Distribución y Canales de Venta</i>	107
5.3.4.	<i>Estrategia de Comunicación Integral</i>	114
5.4.	Costos del Marketing.....	116
Capítulo VI:	Gestión de las Operaciones Productivas.....	120
6.1.	Selección de la Ubicación del Negocio.....	120
6.2.	Proceso de Producción del Producto o Servicio.....	128
6.3.	Plan de Producción.....	133
6.3.1.	<i>Equipos y cotizaciones</i>	134
6.3.2.	<i>Tiempo de Producción</i>	140
6.3.3.	<i>Capacidad de Producción</i>	140
6.3.4.	<i>Nro. de Personas Necesarias para la Producción</i>	144

6.3.5.	<i>Diagrama de Procesos</i>	145
6.4.	Gestión de Calidad	146
6.5.	Costo de las Operaciones Productivas.....	147
Capítulo VII:	La Gestión Logística	152
7.1.	Gestión de las Compras.....	152
7.1.1.	<i>Identificación de los Proveedores</i>	152
7.1.2.	<i>Método de Control de Inventarios</i>	154
7.2.	Gestión del Almacenamiento	156
7.2.1.	<i>Diseño de Almacén</i>	160
7.2.2.	<i>Método de Almacenamiento</i>	162
7.3.	Gestión de la Distribución.....	163
7.3.1.	<i>Determinación de las Unidades de Transporte</i>	164
7.3.2.	<i>Plan de Rutas</i>	165
7.4.	Costo de la Gestión Logística.....	166
Capítulo VIII:	La Gestión de Personas y Legales	168
8.1.	Organigrama.....	168
8.2.	Requerimiento de los Cargos	169
8.3.	Funciones y Responsabilidades	170
8.4.	Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal	172
8.5.	Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal	173
8.6.	Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal	175
8.7.	Costo del Personal.....	176
8.8.	Requisitos para Constitución del Negocio	177
Capítulo IX:	Plan Financiero	183
9.1.	Consideraciones Iniciales.....	183
9.2.	Financiamiento de la Inversión	184
9.3.	Estructura de Costos.....	189
9.3.1.	<i>Costos Variables</i>	189
9.3.2.	<i>Costos Fijos</i>	191
9.4.	Proyección de Ventas.....	191
9.5.	Análisis del Punto de Equilibrio.....	193
9.6.	Inversión y el Capital de Trabajo	195

9.7.	Balance.....	196
9.8.	Estado de ganancia y perdidas	197
9.9.	Evaluación Financiera	200
Conclusiones y Recomendaciones		202
Referencias Bibliográficas		208
Anexos		214

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Modelo Canvas</i>	23
Tabla 2 <i>Factores internos para el éxito</i>	30
Tabla 3 <i>Factores externos para el éxito</i>	31
Tabla 4 <i>Organización de Hotel CinNa</i>	32
Tabla 5 <i>Matriz MEFI</i>	36
Tabla 6 <i>Análisis de la dimensión político legal</i>	38
Tabla 7 <i>Análisis de la dimensión Financiera y Económica</i>	40
Tabla 8 <i>Análisis de la dimensión Social y Cultural</i>	41
Tabla 9 <i>Análisis de la dimensión Tecnológica y Científica</i>	43
Tabla 10 <i>Análisis de la dimensión Ambiental y Ecológica</i>	45
Tabla 11 <i>Resumen de las 5 fuerzas de Porter</i>	47
Tabla 12 <i>Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)</i>	54
Tabla 13 <i>Matriz FODA</i>	64
Tabla 14 <i>Detalle de las actividades</i>	68
Tabla 15 <i>Diagrama de Gantt</i>	69
Tabla 16 <i>Cronograma de sub actividades</i>	70
Tabla 17 <i>Mercado meta</i>	73
Tabla 18 <i>Respuestas de la primera pregunta</i>	76
Tabla 19 <i>Respuestas de la segunda pregunta</i>	77
Tabla 20 <i>Respuestas de la tercera pregunta</i>	78
Tabla 21 <i>Respuestas de la cuarta pregunta</i>	79
Tabla 22 <i>Respuestas de la quinta pregunta</i>	80

Tabla 23	<i>Respuestas de la sexta pregunta</i>	81
Tabla 24	<i>Respuestas de la séptima pregunta</i>	82
Tabla 25	<i>Respuestas de la octava pregunta</i>	83
Tabla 26	<i>Respuestas de la novena pregunta</i>	84
Tabla 27	<i>Respuestas de la décima pregunta</i>	85
Tabla 28	<i>Demanda de usuarios por el servicio</i>	87
Tabla 29	<i>Demanda de usuarios por tipo de servicio</i>	87
Tabla 30	<i>Costo por paquete</i>	88
Tabla 31	<i>Proyección de Ventas</i>	89
Tabla 32	<i>Detalle de los paquetes turístico</i>	96
Tabla 33	<i>Mapa de experiencia</i>	97
Tabla 34	<i>Redes sociales de Hotel CinNa</i>	109
Tabla 35	<i>Inversión en publicidad para los dos primeros años</i>	116
Tabla 36	<i>Inversión en publicidad para el tercer, cuarto y quinto año</i>	118
Tabla 37	<i>presupuesto de marketing proyectado a 5 años</i>	119
Tabla 38	<i>Evaluación de la ubicación</i>	121
Tabla 39	<i>Procesos del Hotel CinNa</i>	128
Tabla 40	<i>Detalle de los equipos requeridos para la recepción</i>	134
Tabla 41	<i>Detalle de los equipos requeridos para la Habitación individual</i>	135
Tabla 42	<i>Detalle de los equipos requeridos para la Habitación Matrimonial</i>	136
Tabla 43	<i>Detalle de los equipos requeridos para la Habitación Familiar</i>	137
Tabla 44	<i>Detalle de los equipos requeridos para la Habitación Aventura</i>	138
Tabla 45	<i>Detalle de los equipos requeridos para la Habitación Grupal</i>	139

Tabla 46 <i>Demanda del servicio</i>	140
Tabla 47 <i>Cantidad de habitaciones</i>	141
Tabla 48 <i>Capacidad de atención</i>	144
Tabla 49 <i>Detalle del personal requerido</i>	144
Tabla 50 <i>Pilares de la Gestión de la calidad</i>	147
Tabla 51 <i>Costo del personal</i>	148
Tabla 52 <i>Costo de Insumos</i>	149
Tabla 53 <i>Costo de Servicios</i>	151
Tabla 54 <i>Detalle de los proveedores</i>	153
Tabla 55 <i>Ficha de control de almacenamiento</i>	155
Tabla 56 <i>Método de clasificación</i>	163
Tabla 57 <i>Detalle de las unidades de transporte</i>	164
Tabla 58 <i>Horario de rutas</i>	165
Tabla 59 <i>Costos logísticos</i>	167
Tabla 60 <i>Requerimiento de los cargos</i>	169
Tabla 61 <i>Manual de funciones</i>	171
Tabla 62 <i>Estrategias de motivación y remuneración del personal</i>	175
Tabla 63 <i>Costo de la planilla por 5 años</i>	176
Tabla 64 <i>Costos Estimados para la Constitución y Formalización de la Empresa</i>	178
Tabla 65 <i>Consideraciones iniciales</i>	184
Tabla 66 <i>Necesidad de dinero</i>	184
Tabla 67 <i>Detalle la inversión</i>	185
Tabla 68 <i>Análisis comparado de los préstamos</i>	189

Tabla 69 <i>Costos variables</i>	190
Tabla 70 <i>Detalle de los costos fijos</i>	191
Tabla 71 <i>Proyección de demanda</i>	192
Tabla 72 <i>Proyección de demanda por tipo de hitación</i>	192
Tabla 73 <i>Costo de los paquetes turísticos</i>	193
Tabla 74 <i>Proyección de ventas</i>	193
Tabla 75 <i>Egresos proyectados</i>	194
Tabla 76 <i>Punto de equilibrio en unidades monetarias</i>	194
Tabla 77 <i>Capital de trabajo</i>	195
Tabla 78 <i>Balance de apertura</i>	196
Tabla 79 <i>Estado de ganancias y pérdidas</i>	198
Tabla 80 <i>Flujo de caja</i>	199
Tabla 81. <i>Resultados del VAN y TIR</i>	200

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Imagen de Perú como destino saludable</i>	38
Figura 2 <i>Proyección del crecimiento del turismo en Perú</i>	39
Figura 3 <i>Contacto con comunidades amazónicas</i>	41
Figura 4 <i>Digitalización de servicios turísticos</i>	43
Figura 5 <i>Uso de energías renovables</i>	45
Figura 6 <i>Negociación de los clientes</i>	48
Figura 7 <i>Ingreso de nuevos competidores</i>	50
Figura 8 <i>Valores de Hotel CinNa</i>	57
Figura 9. <i>Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)</i>	66
Figura 10. <i>Indicadores</i>	67
Figura 11 <i>Desarrollo del prototipo de encuesta</i>	74
Figura 12 <i>Fórmula de muestra para poblaciones infinitas</i>	75
Figura 13 <i>Respuestas de la primera pregunta</i>	76
Figura 14 <i>Respuestas de la segunda pregunta</i>	77
Figura 15 <i>Respuestas de la tercera pregunta</i>	78
Figura 16 <i>Respuestas de la cuarta pregunta</i>	79
Figura 17 <i>Respuestas de la quinta pregunta</i>	80
Figura 18 <i>Respuestas de la sexta pregunta</i>	81
Figura 19 <i>Respuestas de la séptima pregunta</i>	82
Figura 20 <i>Respuestas de la octava pregunta</i>	83
Figura 21 <i>Respuestas de la novena pregunta</i>	84
Figura 22 <i>Respuestas de la décima pregunta</i>	85

Figura 23 <i>Evidencia del desarrollo del Focus Group</i>	90
Figura 24 <i>Desarrollo de la entrevista</i>	92
Figura 25 <i>Segmentación del Consumidor</i>	94
Figura 26 <i>Estrategia de servicio</i>	100
Figura 27 <i>Desayuno amazónico</i>	101
Figura 28 <i>Comunidad Shipiba</i>	102
Figura 29 <i>Experiencia en la laguna Yarinacocha</i>	103
Figura 30 <i>Taller vivencial de artesanía Shipibo</i>	104
Figura 31 <i>Fogatas y miradores</i>	104
Figura 32 <i>Bungalós ecológicos</i>	105
Figura 33 <i>Imagen promocional</i>	106
Figura 34 <i>Logo de Hotel CinNa</i>	107
Figura 35 <i>Perfil de Instagram</i>	109
Figura 36 <i>Página de Facebook</i>	109
Figura 37 <i>Perfil de Tik Tok</i>	111
Figura 38 <i>Perfil de X</i>	111
Figura 39 <i>Imagen de distribución</i>	112
Figura 40 <i>Publicación del anuncio en Instagram</i>	113
Figura 41 <i>Publicación del anuncio en Facebook</i>	114
Figura 42 <i>Ejes de la estrategia de comunicación</i>	115
Figura 43 <i>Ubicación del terreno</i>	122
Figura 44 <i>Puntos de acceso</i>	123
Figura 45 <i>Imagen del fondo del terreno</i>	124

Figura 46 <i>Vista del terreno a la avenida principal</i>	125
Figura 47 <i>Imagen del plano del Hotel</i>	126
Figura 48 <i>Imagen de la vista horizontal</i>	127
Figura 49 <i>Imagen del plano desde una vista aérea</i>	127
Figura 50 <i>Recojo del aeropuerto</i>	129
Figura 51 <i>Entrega un kit de bienvenida con artículos promocionales del hotel</i>	130
Figura 52 <i>Recepción de los turistas en el Hotel</i>	131
Figura 53 <i>Traslado del hotel al aeropuerto</i>	132
Figura 54 <i>Orden secuencial de los procesos</i>	133
Figura 55 <i>Imagen de la habitación individual</i>	141
Figura 56 <i>Imagen de la habitación matrimonial</i>	142
Figura 57 <i>Habitación familiar</i>	142
Figura 58 <i>Habitación Aventura</i>	143
Figura 59 <i>Habitación Grupal</i>	143
Figura 60 <i>Bizagi Modeler</i>	145
Figura 61 <i>Sistema de inventarios en Excel</i>	155
Figura 62 <i>Solicitud de almacén</i>	156
Figura 63 <i>Proceso de gestión de compras</i>	157
Figura 64 <i>Proceso de inventario de existencias</i>	159
Figura 65 <i>Plano del almacén 1</i>	160
Figura 66 <i>Vista 3d del almacén 1</i>	161
Figura 67 <i>Plano del almacén 2</i>	162
Figura 68 <i>Ruta de acceso al mercado local para los proveedores locales</i>	166

Figura 69 <i>Organigrama de la empresa</i>	168
Figura 70 <i>Proceso de selección del personal</i>	173
Figura 71 <i>Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal</i>	174
Figura 72 <i>Requisitos para sacar licencia</i>	179
Figura 73 <i>Pasos para inspección técnica de seguridad</i>	179
Figura 74 <i>Constitución de sociedad por pasos</i>	180
Figura 75 <i>Autorización sanitaria (DIGESA)</i>	180
Figura 76 <i>Solicitar certificado de vigencia de poder otorgado por persona jurídica</i>	181
Figura 77 <i>Procedimientos para la Notificación Sanitaria Obligatoria</i>	181
Figura 78 <i>Notaria Escritura Pública</i>	182
Figura 79 <i>Portal de la municipalidad de Yarinacocha</i>	182
Figura 80 <i>Estructura de la inversión inicial</i>	185
Figura 81 <i>Simulación del crédito en BBVA</i>	186
Figura 82 <i>Simulación del crédito en GNB</i>	187
Figura 83 <i>Simulación del crédito en Banbif</i>	188

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios propone la creación de *Hotel CinNa*, un eco-hotel ubicado en Pucallpa, cerca de la laguna Yarinacocha. Este proyecto tiene como propósito ofrecer una experiencia de ecoturismo que combine confort, sostenibilidad e integración cultural con la comunidad Shipiba. El hotel brindará alojamiento en bungalows ecológicos, gastronomía regional y actividades como safaris fotográficos, ceremonias tradicionales y tours guiados. Hotel CinNa se diferencia por su infraestructura construida con materiales sostenibles, su uso de tecnologías como Opera PMS y CRM para la gestión operativa, y por su compromiso con el desarrollo local mediante alianzas con comunidades nativas. El objetivo principal es alcanzar una ocupación del 60% en el primer año, establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos, e implementar prácticas sostenibles con participación comunitaria. Las estrategias de marketing estarán centradas en el entorno digital y en colaboraciones con influencers y plataformas turísticas. Hotel CinNa responde a la creciente demanda de experiencias sostenibles en la Amazonía peruana y aspira a consolidarse como referente regional en ecoturismo, promoviendo la conservación ambiental y el bienestar comunitario. La inversión total requerida asciende a S/410,207.76, financiada en un 75% por los socios y un 25% por el banco Banbif. El análisis económico financiero reveló un VAN de S/ 181,800.22 y una TIR de 28%, estimando un periodo de recuperación de 2.76 años.

Palabras clave: Ecoturismo, Sostenibilidad, Turismo cultural y Hotel CinNa.