**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO CIBERTEC**

Icono

Descripción generada automáticamente con confianza media

**TURISMO EN EL CALLAO**

**Desarrollo de Servicios Web II**

**JUAN OSWALDO SANTIBAÑEZ HERNÁNDEZ**

**CESAR ENRIQUE PAZ FALCON**

**LUIS FERNANDO NOVOA VELASQUEZ**

**EDUARDO MOLINA CARRIÓN**

**Lima – Perú**

**2023**

# **TABLA DE CONTENIDO**

[**TABLA DE CONTENIDO** 2](#_heading=h.1fob9te)

[**LISTA DE FIGURAS** 4](#_heading=h.3znysh7)

[**LISTA DE TABLAS** 5](#_heading=h.2et92p0)

[**RESUMEN** 6](#_heading=h.tyjcwt)

[**CAPÍTULO I RESUMEN EJECUTIVO** 7](#_heading=h.1t3h5sf)

[**1.1**](#_heading=h.4d34og8) **PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER** 7

[**1.2**](#_heading=h.2s8eyo1) **SOLUCIÓN RECOMENDADA** 7

[**1.3**](#_heading=h.17dp8vu) **VALOR DE SOLUCIÓN** 8

[**1.4**](#_heading=h.3rdcrjn) **IMPORTANCIA DEL TRABAJO** 8

[**CAPÍTULO II IDENTIFICACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO** 9](#_heading=h.26in1rg)

[**2.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO Y ALCANCES** 9](#_heading=h.lnxbz9)

[***2.1.1. Objetivo General*** 9](#_heading=h.35nkun2)

[***2.1.2. Objetivo Específico*** 9](#_heading=h.44sinio)

[***2.1.3. Alcances del Proyecto*** 9](#_heading=h.2jxsxqh)

[**2.2 PRODUCTOS Y ENTREGABLES** 11](#_heading=h.1ci93xb)

[**CAPÍTULO III VIABILIDAD DEL PROYECTO** 16](#_heading=h.3as4poj)

[**3.1 FACTIBILIDAD DEL PROYECTO A DESARROLLAR** 16](#_heading=h.1pxezwc)

[***3.1.1 Factibilidad Técnica*** 16](#_heading=h.49x2ik5)

[***3.1.2 Factibilidad Operativa*** 17](#_heading=h.147n2zr)

[***3.1.3 Factibilidad Económica (Costo del proyecto)*** 17](#_heading=h.3o7alnk)

[**CAPÍTULO IV RECURSOS HUMANOS** 19](#_heading=h.ihv636)

[**4.1 ORGANIGRAMA DEL PROYECTO** 19](#_heading=h.32hioqz)

[**4.2 DESCRIPCIÓN DE ROLES** 19](#_heading=h.41mghml)

[**4.3 PRESUPUESTO** 20](#_heading=h.vx1227)

[**CAPÍTULO V RECURSOS INTELECTUALES** 21](#_heading=h.1v1yuxt)

[**5.1 DESCRIPCIÓN DE RECURSOS INTELECTUALES** 21](#_heading=h.4f1mdlm)

[**5.2 PRESUPUESTO** 21](#_heading=h.2u6wntf)

[**CAPÍTULO VI RECURSOS FINANCIEROS** 22](#_heading=h.3tbugp1)

[**CAPÍTULO VII ADQUISICIÓN DE CAPITAL FINANCIERO** 23](#_heading=h.37m2jsg)

[**CAPÍTULO VIII ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS** 24](#_heading=h.1mrcu09)

[**CONCLUSIONES** 25](#_heading=h.2lwamvv)

# **RESUMEN**

El presente proyecto está enfocado al desarrollo informativo de los principales atractivos turísticos de la provincia constitucional del Callao. Con el objetivo de mejora empresarial para una agencia de viajes que tiene más de 8 años de servicio. También, nos da la oportunidad de entender la interacción ciudadana con nuevas tecnologías y facilidades en comparación a un medio impreso y fomentar por medio del sitio web la visualización de eventos y actividades en la ciudad.

En el capítulo I se detalla el problema o la necesidad a resolver. Además, analizaremos la solución recomendada y como llegar a esta solución. Por último, revisaremos el valor de la solución y la importancia del trabajo a realizar.

En el capítulo II identificaremos la idea del negocio, detallando cada objetivo específico y el alcance del proyecto. Además, se listará los recursos tecnológicos y humanos.

En el capítulo III se analizará la viabilidad del proyecto, revisaremos la factibilidad técnica, operativa y económica.

En el capítulo IV se detalla los recursos humanos, como está organizado el organigrama, descripción de sus roles y el presupuesto asignado al proyecto.

En el capítulo V detallaremos recursos intelectuales, veremos a detalle la descripción de los recursos intelectuales y el presupuesto.

En el capítulo VI revisaremos los recursos financieros y un pequeño resumen del crecimiento de la empresa debido a su actividad económica.

En el capítulo VII se resume la adquisición de capital financiero.

En el capítulo VIII explicaremos la estrategia de marketing y ventas; además como el turista actual interactúa antes de realizar alguna operación.

# **CAPÍTULO I RESUMEN EJECUTIVO**

## **PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER**

El Callao es una ciudad portuaria ubicada en la provincia constitucional del Callao, en el centro-oeste del Perú y a su vez en la costa central del litoral peruano. En los últimos años se ha desarrollado teniendo en cuenta un enfoque territorial y participativo en lo que respecta al turismo.

La agencia de viajes y turismo “Tu Callao” al no contar con un sistema informático para la creación de reservas turísticas, presenta problemas en demora y organización al momento de generar una reserva, puesto que lo hace de manera manual y a veces por uso de otros sistemas externos, además corren el riesgo de olvidar algún dato importante o simplemente confundir la información al generar las reservas.

## **SOLUCIÓN RECOMENDADA**

Se desarrollará un sistema web para la reserva de servicios turísticos, que ayudará a optimizar y mejorar el tiempo en la creación de una reserva turística. También ayudará a mantener un control organizado de las reservas.

Para llegar a esta solución se realizará lo siguiente:

* Desarrollar un sitio web con toda la información de las ofertas turísticas
* Desarrollar un administrador de las reservas solicitadas
* Creación de una base de datos para almacenar las reservas

## **VALOR DE SOLUCIÓN**

Con el desarrollo de este sistema web se espera mejorar en creación de reservas turísticas, además se podrá competir y estar a la par con otras agencias del mismo sector.

La creación de este sistema mejorará en el índice de crecimiento de la empresa en un 6.3% con respecto a las ventas anuales promedio de los últimos 4 años; además, nos ayudará a alcanzar el objetivo del año fiscal 2023: ciento cuarenta y seis mil novecientos cuarenta y nueve soles en ganancia anual.

## **IMPORTANCIA DEL TRABAJO**

Trabajar con un sistema de reservas web nos permite competir a la par con otras agencias del sector turismo. Además, nos impulsa a adoptar nuevas tecnologías para un mejor desarrollo laboral y ayudarnos a llegar a nuestros objetivos.

# **CAPÍTULO II IDENTIFICACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO**

## **2.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO Y ALCANCES**

### ***2.1.1. Objetivo General***

Desarrollo de un Sistema web para la venta de servicios turísticos para la agencia de viajes “Tu Callao”.

### ***2.1.2. Objetivo Específico***

* Construir un sistema informático para la reserva de tours
* Realizar modelado de negocios para el proceso de reserva de tours
* Creación de la base de datos

### ***2.1.3. Alcances del Proyecto***

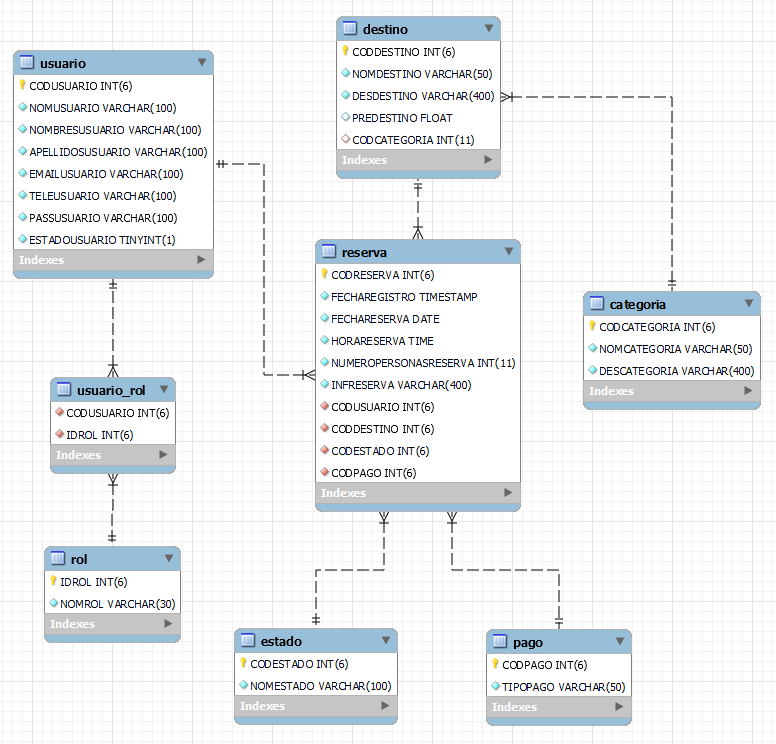
Debido a que el principal interés se centra en la información turística de la provincia constitucional del Callao. En la cual se debe tener en cuenta la demanda turística y de todos los actores que intervienen en el sector del turismo.

El proyecto evalúa la propuesta de un desarrollo de una página web que entregaría una amplia información del área turística de la provincia constitucional del Callao agrupada por sitios turísticos como: museos, restaurantes, iglesias y demás; brindando un servicio de calidad y un compromiso con los visitantes y residentes de manera eficaz y eficiente.

## **2.2 PRODUCTOS Y ENTREGABLES**

Página web con un listado de atractivos turísticos en el Callao con la opción de realizar reservas online. Estas son las características:

|  |  |
| --- | --- |
| **Página** | **Descripción** |
| Página portada | En la página principal, es la página inicio del proyecto. |
| Página de gastronomía | Página que muestra los platicos típicos del callao y la lista de restaurantes que los preparan. |
| Página de galería de fotos | Es una galería de fotos de los sitios más representativos del callao. |
| Páginas de quienes somos | Página que explica historia, misión y visión de la empresa. |
| Página de contáctenos | Página que muestra la dirección de la empresa, redes sociales y números de contacto. |
| Página destino turístico | Página que muestra información y fotos del destino. |
| Página de reserva destino | Página con un formulario de para hacer reserva de tours. |
| Página de mis reservas | Página que muestra la información de las reservas de un usuario. |
| Página detalle reserva | Página que detalla la reserva hecha por un usuario. |



|  |  |
| --- | --- |
| Interfaz de usuario gráfica, Sitio web  Descripción generada automáticamente | Interfaz de usuario gráfica, Sitio web  Descripción generada automáticamente |

|  |  |
| --- | --- |
| Interfaz de usuario gráfica, Texto  Descripción generada automáticamente | Una captura de pantalla de una red social  Descripción generada automáticamente |

|  |  |
| --- | --- |
| Interfaz de usuario gráfica, Aplicación  Descripción generada automáticamente | Interfaz de usuario gráfica, Aplicación  Descripción generada automáticamente |

# **CAPÍTULO III VIABILIDAD DEL PROYECTO**

## **3.1 FACTIBILIDAD DEL PROYECTO A DESARROLLAR**

### ***3.1.1 Factibilidad Técnica***

Se ha establecido un conjunto de herramientas para que el desarrollo del proyecto fuera óptimo, realizando un estudio se llegó a la conclusión de que el proyecto es viable técnicamente, porque al ser un servicio que estará en la nube, los gastos en el servicio de dominio, hosting y pasarela de pago no incluyen sumas muy elevadas, por lo tanto, tendremos los siguientes aspectos técnicos.

*Tabla 4: Factibilidad Técnica*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Equipo o producto** | **Cantidad** | **Especificación** |
| Dominio | 1 | Periodo anual y Extesión.pe |
| Hosting | 1 | Tipo Linux Ancho de banda de 500GB Almacenamiento 50GB Base de datos 1  Periodo Anual |
| Pasarela de pago | 1 | Nombre: Culci  Periodo: Variable (por comisión) |
| Project Manager | 1 | Monitorear, supervisar y planificar las actividades con el equipo. |
| UI Designer | 1 | Diseñar la interfaz gráfica del sitio web. |
| Front-End Developer | 2 | Maquetar  la estructura del sitio web y programar los módulos del lado del cliente. |
| Back-End Developer | 1 | Programar los componentes del sitio web. |
| QA | 1 | Testear y asegurar la calidad del sitio web concuerde con los requerimientos. |
| DataBase Administrator | 1 | Administrar la estructura de base de datos. |
| Analista de Sistemas | 1 | Levantar la información y requerimientos del usuario, diseñará las historias de usuario, preparar el diccionario de datos. |

### 

### ***3.1.2 Factibilidad Operativa***

La empresa cuenta con varios años en el mercado trabajando con sistemas locales para la administración de sus servicios. Además, hace uso de otros servicios web para el contacto con sus clientes.

El estudio analiza la situación actual de la empresa, así como las ventajas que traería la implementación sistema de reservas.

Al ser un servicio que se ejecutará desde la web y para cumplir satisfactoriamente los procesos de reservas; los empleados, que tienen experiencia al usar servicios de terceros similares al del proyecto, contarán con la capacidad de un correcto y buen de manejo del sistema que les permitirá aprovechar los beneficios que ofrece.

### ***3.1.3 Factibilidad Económica (Costo del proyecto)***

Costo total del proyecto S/55,000 en honorarios para las personas encargadas.

Se realiza el cálculo del VAN desde que la empresa inició sus operaciones y desde ese periodo ha tenido resultado positivo en indica que la empresa ha generado rentabilidad con un resultado final con valor de S/.260,600.20

Igualmente, se hace la operación con TIR y se obtiene 1.82 que está por encima de la mínima exigible que es 10%.

Tabla

Descripción generada automáticamente

# **CAPÍTULO IV RECURSOS HUMANOS**

## **4.1 ORGANIGRAMA DEL PROYECTO**

*Figura 4: Organigrama del Proyecto*

Project Manager

UI Designer

Front-End Developer

Back-End Developer

QA

DataBase Administrator

Analista de Sistemas

## **4.2 DESCRIPCIÓN DE ROLES**

*Tabla 5: Descripción de Roles*

|  |  |
| --- | --- |
| **Equipo** | **Función** |
| Project Manager | Monitorear, supervisar y planificar las actividades con el equipo. |
|
| UI Designer | Diseñar la interfaz gráfica del sitio web. |
| Front-End Developer | Maquetar la estructura del sitio web y programar los módulos del lado del cliente. |
| Back-End Developer | Programar los componentes del sitio web. |
| QA | Testear y asegurar la calidad del sitio web concuerde con los requerimientos. |
|
| DataBase Administrator | Administrar la estructura de base de datos. |
| Analista de Sistemas | Levantar la información y requerimientos del usuario, diseñará las historias de usuario, preparar el diccionario de datos. |

## **4.3 PRESUPUESTO**

*Tabla 6: Recursos Humanos - Presupuesto*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Concepto** | **Monto** | **Cantidad** |
| Project Manager | S/.8000 | 1 |
| UI Designer | S/.3000 | 1 |
| Front-End Developer | S/.7000 | 2 |
| Back-End Developer | S/.5000 | 1 |
| QA | S/.3000 | 1 |
| DataBase Administrator | S/.4000 | 1 |
| Analista de Sistemas | S/.5000 | 1 |

# **CAPÍTULO V RECURSOS INTELECTUALES**

## **5.1 DESCRIPCIÓN DE RECURSOS INTELECTUALES**

Lista de empleados: Empleados con títulos en:

* Turismo y Hotelería
* Administración
* Marketing Digital

Bases de datos: Se tiene el histórico de reservas efectuadas y almacenadas en una base de datos en Excel.

Logos y diseños: Lista de imágenes y archivos multimedia para la realización de las campañas y los diseños de sus *brochure*.

Clientes: Lista con todos los clientes que toman de manera regular los tours.

## **5.2 PRESUPUESTO**

*Tabla 7: Recursos Intelectuales - Presupuesto*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Concepto** | **Monto** | **Cantidad** |
| Dinero | S/.2000 | 1 |
| Logos y diseños | S/.3000 | 1 |
| Clientes | S/.10,000 | 1 |

# **CAPÍTULO VI RECURSOS FINANCIEROS**

**6.1 DESCRIPCIÓN**

La empresa inició sus operaciones el año 2015 y desde esa fecha hasta la actualidad ha tenido un crecimiento en diferentes etapas y servicios; desde informativa, orientativa, guía, hasta la reserva de servicios turísticos.

Debido a esto ha adquirido activos que tienen un nivel de liquidez que, principalmente provienen de la venta de servicios, ha podido costear actividades para cumplir los objetivos la empresa tiene como actividad económica.

**6.2 PRESUPUESTO**

Presupuesto del año 2023.

*Tabla 8: Recursos Financieros - Presupuesto*

Tabla

Descripción generada automáticamente

# **CAPÍTULO VII ADQUISICIÓN DE CAPITAL FINANCIERO**

**7.1 DESCRIPCIÓN**

La empresa desde su creación creció de forma moderada y la afluencia de turistas dependía de las ofertas que posea el puerto chalaco. Hasta el tiempo que llegó la pandemia COVID-19 la cantidad de turistas se redujo en un 73% y fue el más alto de la región.

Como se pudo ver el grafico de VAN y TIR los años 2020, 2021 y 2022 los ingresos se redujeron por falta de demanda de turistas, la empresa se benefició de la ayuda que ofrecía el gobierno a las Mypes en primer trimestre del 2022 con el programa ProInnóvate.

Por ser una empresa que brinda servicios y no venta de productos, a la fecha solo se ha realizado préstamos bancarios de manera ocasional.

# **CAPÍTULO VIII ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS**

El turista del año 2023 no tiene nada que ver con el de años atrás. El nuevo consumidor le gusta la información personalizada y que le aporte valor. Ahora no solo investiga en Google o Bing, sino apuesta también por el uso de las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y ahora con mucha más participación en el mercado la red social china Tiktok.

El turista ahora es omnicanal y antes de reservar algún tour va a ver varias opciones y a conocer las opiniones de los consumidores.

Por esta razón para poder generar más reservas se propone realizar este plan de marketing turístico:

*Tabla 9: Estrategias de Marketing*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TIPO** | **Descripción** | **Cantidad** |
| Video Marketing | Permite mostrar destinos turísticos de una manera más atractiva y las sensaciones que transmiten a los consumidores son más apetecibles. | 2 |
| Transmisión de Streaming | Creación de un canal social y realizar los anuncios audiovisuales que aparecen antes o durante la retransmisión del contenido que estamos interesados en mostrar. | 1 |
| Mobile Marketing | Marketing realizado a través de dispositivos móviles, como los teléfonos móviles. | 1 |
| Redes Sociales | Mediante sus mensajes, los turistas pueden resolver dudas, realizar trámites, acceder a descuentos o promociones, buscar información o incluso procesos de venta en redes sociales. | 1 |
| Campañas de Publicidad | Estrategia de comunicación que llevan a cabo las empresas para difundir un producto, servicio o material de la marca a su mercado meta, | 1 |
| Reseñas y opiniones | Foros de opinión, redes sociales y blogs. | 1 |

# **CONCLUSIONES**

Como se comentó al inicio, el objetivo de este proyecto era el desarrollo de un sistema web para reservas turísticas y de esa manera poder mejorar el tiempo de en la realización de reservas, que hasta ese momento se contaba con un sistema básico para dicha gestión. Ese objetivo se considera alcanzado debido a que el sistema desarrollado supone una mejora con respecto a lo que se contaba inicialmente.

Esto último, nos lleva a la conclusión de que un buen sistema de reservas no solo beneficia a usuarios directos e indirectos, sino que sostiene a una empresa en actividad principal; es por ello por lo que, al desarrollar este proyecto, buscamos un proceso eficaz para el desarrollo de servicios y reservas turísticas.