

“AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNÍN Y AYACUCHO”

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA KHIPU



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

“AGENCIA RUTEA KHIPU-CIRCUITO SUR (URUBAMBA, ACOMAYO, CANAS, ESPINAR, CHUMBIVILCAS) APURIMAC (HAQUIRA, CHALLHUAHUACHO)”

Autores:

- Oscar Katsuiko Deza Motohasi.

Código ORCID: 0000-0003-1311-5256

- María Faustina Anguiosa Ccoscco

Código ORCID: 0009-0003-3478-216X

CUSCO – PERÚ

2024

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO	4
CAPITULO I	6
DESCRIPCION DEL NEGOCIO	6
1.1 Idea y Concepto del Negocio.....	6
1.2 Propuesta de Valor.....	8
1.3 Objetivos SMART	12
1.4 Fortalezas y Debilidades	13
1.5 Estructura Legal y Ubicación.....	16
CAPITULO II	17
ANALISIS DEL MERCADO	17
2.1 Descripción del Mercado Objetivo.....	17
2.2 Tendencias del Sector	22
2.3 Análisis de la Competencia	26
2.4 Oportunidades y Amenazas	30
CAPITULO III	31
ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS	31
3.1 Estrategias de Promoción	31
3.2 Canales de Distribución y Ventas	32
3.3 Políticas de Precio	33
3.4 Medios de Publicidad	34
CAPITULO IV	37
PLAN OPERATIVO	37
4.1 Procesos Claves de Operaciones.....	37
4.2 Infraestructura y Tecnología Requerida	38
4.3 Relación con Proveedores.	39
4.4 Gestión Logística.	39
CAPITULO V	41
PLAN ORGANIZACIONAL	41
5.1 Filosofía Organizacional	41
5.1.1 Misión	41
5.1.2 Visión	41
5.1.3 Valores.	41
5.2 Organigrama Proyectoado.....	42
5.3 Roles y Responsabilidades.	43

5.4	Requisitos de Personal y Contratación.....	47
	CAPITULO VI.....	48
	PLAN FINANCIERO	48
6.1	Inversión Inicial.....	48
6.2	Estimación de Ingresos.....	48
6.3	Costos Fijos y Variables	49
6.4	Fuentes de Financiamiento	49
6.5	Punto de Equilibrio	50
6.6	Flujo de Caja.....	51
	CAPITULO VII	52
	PLAN DE IMPLEMENTACION.....	52
7.1	Cronograma de Actividades	52
7.2	Plan de Contingencias.	53
	CONCLUSION	55
	Bibliografía.....	57

RESUMEN EJECUTIVO

Rutea Khipu, nuestra agencia de viajes se dedica a brindar vivencias singulares y genuinas en el sur del Perú, explorando las intrigantes tierras de Cusco y Apurímac. Nuestro recorrido, que abarca desde Urubamba hasta Acomayo, Canas, Espinar, Chumbivilcas y las joyas de Apurímac, Haquira y Challhuahuacho, está concebido para capturar la esencia cultural y natural de una de las regiones más enriquecidas en tradición y biodiversidad del territorio nacional.

"Rutea Khipu" brilla por su compromiso con el turismo ecológico y consciente, brindando a los visitantes una introspección profunda en la esencia local mediante rutas meticulosamente trazadas. Cada camino ha sido escogido con el fin de destacar lo más destacado de cada rincón, desde las majestuosas formaciones naturales y vestigios arqueológicos, hasta las vibrantes costumbres y tradiciones de las comunidades autóctonas.

Nos dedicamos a ofrecer a los visitantes un viaje genuino que fusiona la aventura con la cultura, al tiempo que impulsamos el crecimiento económico de la región y la conservación del tesoro cultural y natural. Asimismo, nos dedicamos a ofrecer alternativas a medida que se ajusten a los gustos y requerimientos particulares de nuestros clientes, garantizando que cada travesía sea singular y memorable. Con guías autóctonos expertos y dedicados, y una sinfonía de servicios turísticos de excelencia, "Rutea Khipu" promete un viaje memorable en el alma de los Andes peruanos.

Desde travesías históricas y culturales hasta caminatas al aire libre y aventuras ecológicas, estamos listos para convertir sus anhelos en realidad en el sur del Perú.

Nuestra misión principal consta en brindar vivencias memorables a través de circuitos innovadores que integren la diversidad cultural, histórica y natural de Cusco y Apurímac, promoviendo el turismo sostenible y el desarrollo local.

Nuestro principal objetivo es ser líderes en turismo innovador y sostenible el sur del Perú, destacándonos por tener circuitos diferenciados que contribuyan a la preservación del patrimonio y el bienestar de las comunidades locales.

Nuestro objetivo principal se basará en diseñar y ofrecer experiencias turísticas únicas y sostenibles en el sur del Perú, que integren la riqueza cultural, natural e histórica de cusco y Apurímac, fomentando la preservación del patrimonio, el desarrollo económico local y la satisfacción de los visitantes mediante itinerarios personalizados y de alta calidad.

Nuestro producto se caracterizará por ofrecer vivencias integrales que combinen la aventura, cultura y sostenibilidad. Con un equipo de guías locales expertos, cada itinerario incluirá visitas a paisajes imponentes, sitios arqueológicos y tradiciones autóctonas. Además, promoverá la economía local al incluir productos y servicios de las comunidades visitadas.

CAPITULO I

DESCRIPCION DEL NEGOCIO

1.1 Idea y Concepto del Negocio.

Rutea Khipu brinda una travesía turística singular, enfocada en descubrir y saborear las maravillas culturales y naturales del sur del Perú, con un énfasis en la sostenibilidad y la auténtica autenticidad. Nuestra joya principal es un conjunto de rutas meticulosamente orquestadas que abarcan los rincones más célebres y menos explorados de Cusco y Apurímac.

Propuesta de Valor.

Itinerarios Personalizados y Temáticos:

Rutea Khipu se dedica a tejer rutas a la medida de cada aventurero, adaptándolas a sus pasiones y exigencias particulares. Nuestra variedad de paquetes abarca desde la inmersión en sitios arqueológicos y la conexión con comunidades autóctonas hasta travesías en la naturaleza y vivencias culinarias genuinas. Los trayectos están concebidos para fusionar visitas a joyas como Urubamba, Acomayo, Canas, Espinar, Chumbivilcas, Haqira y Challhuahuacho, ofreciendo además la posibilidad de explorar rincones menos conocidos, pero igualmente cautivadores.

Experiencias Culturales Inmersivas:

Nuestros recorridos están concebidos para brindar una introspección profunda en las tradiciones autóctonas. Entrada: La luna brillaba intensamente sobre el lago. Paráfrasis: La luna resplandecía intensamente sobre el lago. Los aventureros serán testigos privilegiados de las costumbres, tradiciones y modos de vida de los habitantes locales.

Actividades de Ecoturismo y Aventura:

Rutea Khipu despliega un abanico de aventuras y ecoturismo diseñados para cada nivel de destreza y gusto. Estas abarcan travesías guiadas por parajes naturales asombrosos, indagaciones en áreas de diversidad biológica, y entretenimientos al aire libre como el senderismo, la observación de aves y la

captura de imágenes en la naturaleza. Nos enfocamos en reducir el impacto ecológico y fomentar la preservación de los tesoros naturales.

Alojamiento y Transporte de Alta Calidad:

Garantizamos que nuestros huéspedes se sientan como en casa en alojamientos cálidos y auténticos que capturan la esencia singular de las áreas visitadas. Nos dedicamos a elegir alojamientos y refugios en Airbnb que se alineen con nuestros estándares de sostenibilidad y excelencia. Además, brindamos un transporte seguro y acogedor, con automóviles que se ajustan al entorno y las necesidades logísticas de cada travesía.

1.1.1 Guías Locales Especializados:

Nuestra orquesta de guías locales es un ballet de expertos especializados y una pasión insaciable por su cultura y entorno. Estas guías no solo ofrecen un conocimiento profundo de los entornos, sino que también promueven el turismo consciente y la educación ecológica. Tu trayectoria y habilidades enriquecen la travesía del visitante, brindando información detallada y perspectivas únicas sobre la región.

1.1.2 Atención al Cliente Personalizada y Soporte Durante el Viaje:

Rutea Khipu se siente honrada de ofrecer un servicio al cliente de primera, personalizado desde la reserva hasta el último aliento del periplo. En su periplo, nuestros clientes reciben respaldo constante, asegurando que cada rincón de su experiencia sea orquestado con maestría y atención al detalle. Nos encontramos a tu disposición para aclarar cualquier pregunta y modificar los itinerarios conforme a las exigencias del viaje, garantizando así la totalidad del recorrido.

1.1.3 Compromiso con la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social:

Todas nuestras creaciones y servicios están concebidos para fomentar el turismo verde. Nos aliamos con las comunidades locales para garantizar que el turismo impacte positivamente a los habitantes y fomente la conservación

del entorno natural. Esto abarca la administración consciente de los desechos, el fomento de costumbres verdes y la inversión en iniciativas locales de preservación y desarrollo.

1.2 Propuesta de Valor

Enfoque en Turismo Ecológico y Responsable

Rutea Khipu integra prácticas de turismo sostenible y responsable en todas sus operaciones. Utilizando rutas seleccionadas estratégicamente, la agencia asegura que las experiencias turísticas no solo sean enriquecedoras para los visitantes, sino también respetuosas con el medio ambiente. Esto se traduce en la preservación de ecosistemas, la promoción de la biodiversidad local y el uso de infraestructuras de bajo impacto ambiental.

Itinerarios Personalizados y Adaptados

La agencia ofrece itinerarios a medida, diseñados según las preferencias y necesidades individuales de los turistas. Este enfoque personalizado abarca tanto el diseño de rutas como las actividades, desde exploraciones culturales y arqueológicas hasta experiencias de aventura, permitiendo que cada visitante experimente el sur del Perú de manera exclusiva.

Desarrollo de Turismo Comunitario

Rutea Khipu promueve el crecimiento económico local mediante la incorporación de comunidades autóctonas como actores clave en la cadena de valor turística. La agencia trabaja con guías locales capacitados, artesanos, cocineros y otros proveedores de servicios, generando empleo directo y mejorando las oportunidades económicas para las poblaciones locales.

Calidad en el Servicio y Seguridad del Viajero

La calidad del servicio es un pilar fundamental de la propuesta de valor. Desde la planificación del viaje hasta la ejecución de las rutas, cada detalle está diseñado para garantizar la satisfacción del cliente. Además, la agencia prioriza la seguridad de los viajeros, implementando medidas de seguridad

en cada actividad y garantizando que todas las rutas sean accesibles y seguras.

Acceso a Patrimonios Culturales y Naturales Exclusivos

Rutea Khipu se especializa en ofrecer acceso a destinos y recursos poco explorados por el turismo masivo. Esto incluye sitios arqueológicos, paisajes naturales, y tradiciones culturales que no solo son desconocidos para la mayoría, sino que también poseen un gran valor histórico, cultural y ecológico.

Generación de Valor a Largo Plazo

Rutea Khipu se compromete a generar un impacto duradero tanto en los turistas como en las comunidades locales. A través de su enfoque de turismo responsable, la agencia contribuye al desarrollo sostenible de la región, asegurando que los recursos culturales y naturales estén disponibles para futuras generaciones y que el turismo continúe siendo un motor de crecimiento económico para la región.

Innovación en la Oferta Turística

Incorporando elementos innovadores como la integración de tecnología para la planificación y el seguimiento de rutas, así como la creación de experiencias inmersivas a través de plataformas digitales, Rutea Khipu ofrece una experiencia de viaje moderna y accesible, alineada con las tendencias globales del sector turístico.



Lugares de Interés

Cusco

Descripción: Es el ombligo del mundo incaico y la puerta de entrada a muchos destinos turísticos importantes en el Perú. Su arquitectura es una mezcla de la herencia inca y la influencia colonial española.

Plaza de Armas: Es el corazón histórico y social de la ciudad, rodeada por iglesias coloniales y restaurantes.

Qorikancha: El Templo del Sol, un antiguo recinto inca dedicado al dios Inti, sobre el cual se construyó el Convento de Santo Domingo.

Acomayo

Descripción: Una provincia rodeada de paisajes naturales y rica en cultura viva.

Lagunas de Pomacanchi, Acopia, Asnacochoa y Pampamarca: Este circuito de lagunas está rodeado por montañas y ofrece actividades como pesca, paseos en bote, y observación de aves.

Cascadas de Tucuy: Un destino menos conocido pero encantador, donde puedes disfrutar de caminatas en contacto con la naturaleza.

Canas

Descripción: Conocida por su conexión con tradiciones ancestrales y paisajes únicos.

Puente Q'eswachaka: Una maravilla arquitectónica inca que se encuentra en esta provincia, parte del camino inca o Qhapaq Ñan. Su reconstrucción anual es un evento comunitario y turístico.

Paisajes Altoandinos: Las vistas abiertas y el aire puro hacen de este lugar un paraíso para quienes buscan conectarse con la naturaleza.

Espinar

Descripción: Esta provincia destaca por sus cañones y sitios arqueológicos.

Cañón del Apurímac: Es uno de los cañones más profundos del mundo, con paisajes imponentes y posibilidades de avistamiento de cóndores.

Tres Cañones de Suykutambo: Impresionantes formaciones rocosas rodeadas por los ríos Apurímac, Salado y Velille, ideales para deportes como kayak y escalada.

Kanamarka: Un sitio arqueológico preincaico con construcciones en piedra, utilizado como un centro administrativo y de vivienda.

Chumbivilcas

Descripción: Una tierra de tradiciones únicas y celebraciones culturales.

Cultura Qhapaq Ñan: Parte de la red de caminos incas, reconocidos como Patrimonio de la Humanidad.

Yawar Fiesta: Una festividad tradicional que mezcla la lucha de toros con simbolismos andinos, reflejando la resistencia y fusión cultural.

Paisajes: Altos valles y montañas ideales para caminatas y actividades de aventura.

Haqira

Descripción: Esta localidad tiene un enfoque más rural, ofreciendo un panorama de tradiciones quechuas.

Paisajes Andinos: Ríos, montañas y zonas agrícolas que brindan vistas espectaculares y tranquilidad.

Cultura viva: Poblaciones quechuas que mantienen vivas sus tradiciones en la música, los textiles y la cerámica.

Challhuahuacho

Descripción: Aunque es conocido principalmente por su actividad minera, también ofrece paisajes naturales interesantes.

Minas de Las Bambas: Una de las minas de cobre más grandes del mundo. Si bien es un área industrial, la minería responsable atrae a estudiosos y curiosos.

Paisajes naturales: La cercanía de montañas, ríos y valles ofrece opciones para los amantes del ecoturismo.

1.3 Objetivos SMART

Ofrecer Experiencias Turísticas Únicas y Auténticas: Diseñar 10 nuevos itinerarios auténticos para el primer trimestre de 2025, con un 90% de satisfacción del cliente.

Promover el Turismo Sostenible y Responsable: Reducir el impacto ambiental de los tours en un 20% y adoptar tres nuevas prácticas sostenibles para finales de 2025.

Desarrollar Relaciones Sólidas con Comunidades Locales: Establecer 15 nuevas asociaciones con guías y proveedores locales para mediados de 2025, asegurando que el 75% de los ingresos beneficien a las comunidades.

Personalizar y Adaptar los Servicios a las Necesidades de los Clientes: Lograr una satisfacción del 95% en la personalización de itinerarios y lanzar un sistema de retroalimentación para el primer semestre de 2025.

Promover la Cultura y el Patrimonio del Sur del Perú: Asegurar que el 80% de los clientes aprenden sobre el patrimonio cultural en sus tours y lanzar nuevas experiencias culturales para el tercer trimestre de 2025.

1.4 Fortalezas y Debilidades

Fortalezas

Enfoque en Turismo Sostenible

La agencia se distingue por su fuerte compromiso con el turismo ecológico y responsable. Al priorizar la sostenibilidad, no solo atrae a turistas conscientes de su impacto ambiental, sino que también contribuye activamente a la conservación de los ecosistemas locales y a la preservación del patrimonio cultural. Esto genera una ventaja competitiva al alinearse con las tendencias globales del sector turístico que demandan prácticas responsables.

Itinerarios Personalizados y Flexibles

Rutea Khipu ofrece experiencias personalizadas, adaptando los itinerarios a las necesidades específicas de cada cliente. Este enfoque a medida permite la creación de rutas únicas y ajustadas a los intereses de los turistas, lo que genera una experiencia más exclusiva y satisfactoria. Esto resulta atractivo para turistas que buscan algo más allá de los paquetes turísticos masificados.

Conexión Directa con Comunidades Locales

La colaboración con guías autóctonos y proveedores locales permite a la agencia ofrecer experiencias auténticas que son difíciles de encontrar en otros destinos turísticos. Esto no solo enriquece la experiencia del viajero, sino que también promueve el desarrollo económico local, lo que fortalece el modelo de negocio y crea un impacto social positivo.

Especialización en un Mercado Niche

Al centrarse en los destinos menos conocidos de Cusco y Apurímac, la agencia se especializa en un nicho de mercado de turistas que buscan autenticidad, exclusividad y la oportunidad de explorar lugares fuera de los circuitos turísticos tradicionales. Esto le permite posicionarse como una opción única en el mercado.

Calidad de los Servicios y Seguridad del Viajero

La atención al detalle en todos los aspectos del servicio, desde el transporte hasta la guía y las actividades, asegura una experiencia de alta calidad. Además, la implementación de medidas de seguridad rigurosas en todas las rutas y actividades garantiza la protección de los turistas y crea confianza en la agencia.

Promoción de la Cultura Local

Rutea Khipu se enfoca en resaltar la rica cultura de las comunidades de Apurímac y Cusco, brindando a los turistas una conexión profunda con las tradiciones locales. Esto genera una diferenciación frente a otros competidores que podrían ofrecer productos turísticos menos auténticos.

Debilidades

Dependencia de la Estacionalidad

El turismo en Perú, especialmente en destinos como Cusco y Apurímac, está influenciado por la estacionalidad. Durante la temporada baja, puede haber una disminución en la demanda de servicios turísticos, lo que podría afectar los ingresos de la agencia. Esto requiere de estrategias para mitigar los efectos de la estacionalidad, como la diversificación de productos o la promoción durante todo el año.

Limitación de Infraestructura Turística en Zonas Rurales

A pesar de las rutas seleccionadas con cuidado, algunas de las zonas más remotas de Apurímac pueden carecer de la infraestructura necesaria para ofrecer una experiencia cómoda y segura a los turistas.

Esto podría representar un desafío para garantizar una experiencia turística de alta calidad en todas las rutas y en algunas actividades.

Necesidad de Mayor Visibilidad y Reconocimiento de Marca

Al ser una agencia relativamente nueva en un mercado competitivo, Rutea Khipu puede enfrentar dificultades para lograr un reconocimiento inmediato de marca, especialmente en un sector saturado de agencias de viajes. La construcción de una reputación sólida y la inversión en marketing pueden ser desafiantes al principio.

Limitada Capacidad de Escalabilidad Inicial

Dado que los itinerarios de la agencia son altamente personalizados y dependen de la experiencia directa con comunidades locales, la capacidad de escalar de manera rápida podría estar limitada. Ampliar la oferta sin perder la calidad y la autenticidad requerirá un enfoque cuidadosamente planificado, lo que puede implicar costos adicionales y desafíos operativos.

Competencia con Agencias Más Grandes y Establecidas

Existen competidores más grandes y establecidos en el mercado turístico que podrían tener una mayor capacidad de inversión en publicidad, infraestructura y recursos. Esto podría dificultar la capacidad de Rutea Khipu para captar clientes rápidamente, especialmente si no se diferencian lo suficiente en su propuesta de valor.

Dependencia de la Capacitación de Guías Locales

Si bien la conexión con guías locales es una de las fortalezas de la agencia, esta dependencia también puede ser una debilidad si no se lleva a cabo una

capacitación continua. La calidad de la experiencia depende directamente del conocimiento y la habilidad de los guías, por lo que el éxito de la agencia está estrechamente vinculado a la capacitación y la actualización constante de los mismos.

1.5 Estructura Legal y Ubicación.

RUTEA Khipu se convertirá en una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL). Se instalarán diversas oficinas para brindar atención a los clientes, centradas en una agencia de viajes ubicada en el corazón histórico de Cusco, asegurando una atención directa a visitantes nacionales e internacionales, aprovechando la gran cantidad de visitantes que visitan la ciudad. Además, se establecerán oficinas de representación en Abancay, situándose esta oficina en un punto clave con los rincones turísticos de la ciudad.

CAPITULO II

ANALISIS DEL MERCADO

2.1 Descripción del Mercado Objetivo

El público objetivo de la AGENCIA DE VIAJES RUTEA KHIPU - CIRCUITO SUR se caracteriza por sus características demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales. Este método facilitará descubrir y atender las particularidades de los futuros visitantes que desean explorar el turismo en el Circuito Sur de Cusco y Apurímac.

2.1.1 Segmentación del Mercado Objetivo.

2.1.1.1 Segmentación Geográfica

2.1.1.1.1 Ámbito Nacional

- **Lima:** epicentro de viajeros nacionales, con diversas expectativas para explorar el Perú.
- **La región de Cusco y Apurímac:** Se fomenta el turismo autóctono y la exploración de vivencias inéditas en sus tierras.

2.1.1.1.2 Ámbito Internacional

- **Estados Unidos:** la mayoría de los visitantes peruanos provienen de Estados Unidos. (alrededor del 23,9%).
- **Reino Unido:** Entre las naciones europeas, Perú y Cusco atraen a visitantes de diversas naciones, destacando España, Francia, Alemania, entre otras. 16,6%.
- **Estados Unidos de América:** Un mercado en expansión que se nutre de la proximidad y la conexión cultural. Entre las naciones que más frecuentan Perú se encuentran Chile, Brasil y Argentina. (unos 52% aproximadamente).

2.1.1.2 Segmentación Demográfica

2.1.1.2.1 Edad:

- Jóvenes adultos entre 25 y 35 años: Interesados en vivencias aventureras en el vasto océano.
- Personas de entre 35 y 55 años: Frecuencia de itinerarios estructurados en torno al turismo cultural e histórico.
- Personas mayores de 60 años: Anhelan travesías confortables, actividades serenas y un trato más a medida.

2.1.1.2.2 Género:

- Hombres y mujeres en proporciones similares.

2.1.1.2.3 Nivel Socioeconómico

- A: Aviso: Clientes con bolsillos generosos, apasionados por servicios premium y vivencias a medida.
- D: Familias jóvenes en la búsqueda de alternativas más accesibles o paquetes conjuntos para toda la familia.

2.1.1.3 Segmentación Psicográfica

2.1.1.3.1 Estilo de Vida.

- Exploradores de la aventura: Buscan aventuras en la naturaleza, cuentos como caminatas, escaladas y descubrimientos arqueológicos.
- Aventureros históricos: fascinados por la narrativa, las celebraciones y la comida autóctona.
- Aventureros Ecoamigables: viajeros que optan por vivencias más amigables con la naturaleza y que enriquecen a las comunidades autóctonas.

2.1.1.4 Segmentación Conductual

2.1.1.4.1 Motivaciones de Viaje:

- Exploración de vivencias inéditas y singulares.
- Exploración de paisajes y rincones naturales desaprovechados.
- Amistad con comunidades autóctonas y descubrimiento de culturas inéditas.

2.1.1.4.2 Frecuencia de Compra:

- Pasajeros de ocasión: Turistas que se aventuran alrededor de una o dos veces al año.
- Viajeros Constantes: Conductores habituales por motivos laborales o personales.

2.1.2 Necesidades del Mercado Objetivo

2.1.2.1 Entrada a rincones desconocidos: Podemos aprovechar áreas remotas y aún no saturadas, como Haquira y Challhuahuacho.

2.1.2.2 Experiencias personalizadas: Experiencias hechas a medida: Desentrañar itinerarios que fusionan vivencias culturales, delicias culinarias y aventuras.

2.1.2.3 Sostenibilidad y respeto cultural: Garantizar una perspectiva moral que dialogue con las comunidades locales.

2.1.2.4 Servicios integrales: La experiencia completa, con transporte, alojamiento, guías, comida y servicios adicionales.

2.1.3 Enfoque del Mercado Objetivo

2.1.3.1 Familias y grupos de amigos: Paquetes diseñados con paquetes familiares e itinerarios flexibles.

2.1.3.2 Parejas: Tours románticos diseñados para parejas y actividades exclusivas.

2.1.3.3 Turistas individuales: Servicios personalizados y paquetes modulares.

2.1.3.4 Turistas internacionales: Paquetes y programas en diversos idiomas y con servicios adaptados a sus estándares.

2.1.4 Tendencias del Sector

2.1.4.1 Crecimiento del Turismo Sostenible

- **Demanda en Aumento:** Los viajeros, cada vez más conscientes del impacto ecológico de sus travesías, optan por alternativas que disminuyan su impacto ecológico. Esta inclinación se manifiesta en la demanda de transporte verde, alojamiento ecológico y actividades que honren tanto al entorno natural como a las comunidades autóctonas.
- **Enfoque en la Conservación:** Las empresas de viajes están adoptando enfoques verdes en sus actividades, desde la minimización de desechos hasta la promoción de lugares que respaldan la preservación de la biodiversidad. En tierras como Cusco y Apurímac, el entorno natural se erige como un magnetismo esencial para el turismo.

2.1.4.2 Preferencias por Experiencias Auténticas y Personalizadas

- **Turismo Inmersivo y Cultural:** Los aventureros anhelan cada vez más vivencias que les permiten sumergirse de manera profunda en las tradiciones locales. Esto conlleva conectarse con las comunidades, absorber sus costumbres e involucrarse en actividades ancestrales como la agricultura, la manufactura o las celebraciones locales.

- **Personalización del Itinerario:** La moda de adaptar los viajes a tus necesidades está en plena expansión. Los visitantes anhelan trayectos diseñados a medida, ya sea para aventurarse, descubrir culturas o disfrutar del descanso. Las agencias que puedan ofrecer trayectos versátiles y adaptables se alzarán como líderes en el mercado.

2.1.4.3 Impacto de la Tecnología en el Turismo

- **Transformación Digital de los Servicios:** La innovación tecnológica se ha transformado radicalmente la manera en que los viajeros orquestan y contratan sus travesías. Desde la elección de lugares hasta la orquestación de eventos, las plataformas digitales se erigen como pilares esenciales del viaje. Las agencias deben metamorfosearse ofreciendo reservas en línea, atención al cliente en formato digital y una robusta presencia en las redes sociales.
- **Realidad Virtual y Aumentada:** Estas novedades tecnológicas están comenzando a ser empleadas para optimizar la experiencia del cliente. Permiten a los aventureros explorar sitios virtuales antes de su travesía o incorporar elementos interactivos en su travesía. Aunque en una fase inicial, estas innovaciones tienen la capacidad de esculpir de manera notable la oferta de las agencias.

2.1.4.4 Énfasis en la Seguridad y la Salud

- **Protocolos Sanitarios Estrictos:** La salud de los viajeros ha surgido como un pilar esencial. Esto abarca desde la instalación de rigurosos protocolos de limpieza en residencias y transportes hasta la provisión de pólizas que atiendan situaciones de urgencia médica. Las agencias tienen la responsabilidad de asegurar que sus servicios cumplan con los más rigurosos estándares de seguridad en este ámbito.
- **Certificaciones y Confianza:** El prestigio y la fe en los servicios turísticos se cimentan cada vez más en las acreditaciones de salud y protección. Las agencias que demuestren adherirse a estas reglas,

avaladas por comentarios favorables y notas excepcionales de los clientes, serán las más destacadas en el panorama comercial.

2.1.4.5 Popularidad del Turismo de Aventura

- **Exploración de Nuevas Zonas:** Con el fervor por las aventuras al aire libre y la sede de lugares apartados del bullicio, el turismo de aventura está viendo un notable auge. El senderismo, el ciclismo montañoso y las travesías por rincones naturales desconocidos están conquistando cada vez más adeptos.
- **Integración de la Cultura Local:** Las travesías aventureras se están entrelazando paulatinamente con elementos culturales, brindando a los aventureros un baile de emociones vibrantes y un caudal cultural. En Cusco y Apurímac se despliega un vasto horizonte para este tipo de turismo.

2.1.5 Turismo Responsable y Comunitario

- **Impacto en las Comunidades Locales:** Los visitantes, especialmente los apasionados por el turismo verde aprecian cada vez más que sus diseños contribuyen directamente a las comunidades autóctonas. El turismo comunitario, que invita a los viajeros a conectarse con las comunidades y absorber lecciones de ellas, está experimentando un auge notable.
- **Responsabilidad Social y Empresarial (RSE):** Las empresas de viajes se ven obligadas a actuar con ética, no solo en el ámbito de la sostenibilidad ecológica, sino también en la equidad social y el aprecio por las tradiciones locales. Promover el turismo consciente ha surgido como un magnetismo para aquellos visitantes que abrazan estos principios.

2.2 Tendencias del Sector

Turismo Sostenible y Responsable

Tendencia clave: La sostenibilidad ha dejado de ser una opción y se ha convertido en una necesidad para las agencias de viajes. Los turistas están cada vez más interesados en destinos y actividades que respeten el medio

ambiente, apoyen las comunidades locales y fomenten la conservación de la biodiversidad.

Implicaciones para Rutea Khipu: Continuar desarrollando productos turísticos que promuevan el respeto al medio ambiente, la conservación de los ecosistemas y el uso responsable de los recursos.

Colaborar con las comunidades locales para impulsar la economía mediante prácticas responsables y sostenibles, promoviendo el uso de materiales y servicios ecológicos.

Turismo de Experiencias

Tendencia clave: Los turistas buscan cada vez más experiencias únicas y auténticas que les permitan conectar profundamente con la cultura local, la naturaleza y las tradiciones de los lugares que visitan. La personalización de itinerarios es una tendencia creciente.

Implicaciones para Rutea Khipu: Enfocar los itinerarios hacia experiencias auténticas y personalizadas, basadas en las tradiciones culturales, la gastronomía local y la interacción directa con las comunidades.

Ofrecer programas específicos como talleres de arte, experiencias gastronómicas autóctonas, o expediciones en lugares menos explorados, lo cual diferencia a la agencia de los tours masificados.

Turismo de Bienestar y Salud

Tendencia clave: El turismo de bienestar, que incluye actividades como yoga, meditación, spa, y terapias alternativas, está ganando popularidad. Los turistas buscan relajarse y regenerarse, conectando con la naturaleza y la espiritualidad en lugares tranquilos.

Implicaciones para Rutea Khipu:

Desarrollar experiencias que integren el bienestar con la cultura local, como recorridos por la naturaleza, retiros espirituales o programas de salud vinculados a la tradición de la región (por ejemplo, con prácticas ancestrales de la zona).

Incorporar terapias naturales basadas en los recursos locales, como el uso de hierbas medicinales y técnicas de curación tradicional.

Turismo Digital y Uso de Tecnología

Tendencia clave: La digitalización está revolucionando la forma en que los turistas planifican y experimentan sus viajes. Las plataformas de reservas online, las aplicaciones móviles y la realidad aumentada están permitiendo una experiencia más interactiva y conectada.

Implicaciones para Rutea Khipu: Implementar tecnología en las experiencias turísticas, como aplicaciones móviles para guiar a los turistas, ofrecer contenido interactivo y mejorar la accesibilidad de las rutas.

Utilizar herramientas digitales para facilitar la gestión de reservas, personalizar los itinerarios y mejorar la comunicación con los turistas antes y durante su viaje.

Turismo de Aventura

Tendencia clave: Los turistas buscan experiencias más activas, como trekking, senderismo, ciclismo, rafting, y otras actividades al aire libre, especialmente en entornos naturales. El turismo de aventura está en auge, especialmente en destinos con paisajes naturales únicos.

Implicaciones para Rutea Khipu: Ampliar la oferta de actividades de aventura que aprovechen las maravillas naturales de la región de Cusco y Apurímac, como caminatas en la cordillera de los Andes, exploraciones de cañones, rafting en ríos o paseos en bicicleta por paisajes extraordinarios.

Asegurar la capacitación y equipamiento adecuado para realizar actividades de aventura con seguridad, y garantizar la sostenibilidad de estas experiencias.

Turismo Comunitario

Tendencia clave: La tendencia hacia el turismo comunitario está en aumento, especialmente en destinos donde los viajeros pueden interactuar directamente con las comunidades locales, aprender sobre sus costumbres y tradiciones, y apoyar el desarrollo económico local.

Implicaciones para Rutea Khipu: Fomentar y expandir las experiencias de turismo comunitario, promoviendo las interacciones entre turistas y comunidades autóctonas, incluyendo actividades de voluntariado, aprendizaje cultural, y apoyo a proyectos locales.

Trabajar de manera estrecha con las comunidades locales para ofrecer productos turísticos que sean beneficiosos para ambas partes, garantizando un impacto económico positivo y la preservación cultural.

Turismo Post-COVID: Preferencia por Destinos Menos Masificados

Tendencia clave: La pandemia de COVID-19 cambió la forma en que las personas viajan. Muchos turistas prefieren ahora destinos menos masificados, más cercanos a la naturaleza y con mayor énfasis en la seguridad y el distanciamiento social.

Implicaciones para Rutea Khipu: Aprovechar la tendencia de los turistas que buscan escapar de los destinos más turísticos y explorar lugares más tranquilos, como los de Cusco y Apurímac, que son menos visitados que otros destinos del Perú.

Enfatizar la seguridad en los itinerarios y garantizar que las experiencias sean de bajo riesgo en términos de salud, adaptándose a los protocolos sanitarios post-pandemia.

Turismo de Lujo en Destinos Inusuales

Tendencia clave: El turismo de lujo está evolucionando hacia experiencias exclusivas en destinos menos convencionales, donde los turistas buscan privacidad, confort y experiencias únicas, pero alejadas del turismo masivo.

Implicaciones para Rutea Khipu: Crear opciones de turismo de lujo que incluyan alojamiento exclusivo, transporte privado, y experiencias personalizadas de alto nivel, como cenas privadas con chefs locales, rutas privadas de trekking, o acceso exclusivo a eventos culturales y tradiciones locales.

Proponer una experiencia única que combine lujo, autenticidad y sostenibilidad, ofreciendo una alternativa al turismo de lujo tradicional.

2.3 Análisis de la Competencia

- 2.3.1 Competidores Locales:** En Cusco, las agencias de turismo son un caleidoscopio de opciones turísticas. La batalla puede ser feroz, sobre todo para las rutas clásicas hacia Machu Picchu y el Valle Sagrado.
- 2.3.2 Competencia Directa:** Diversas compañías de turismo que brindan excursiones en el sur del Perú, cuentan como las que se dedican al turismo ecológico y cultural. La rivalidad puede oscilar entre gigantes del turismo global y diminutas empresas locales.
- 2.3.3 Competencia Indirecta:** Alternativas a las travesías organizadas, como el turismo autónomo, donde los aventureros trazan sus rutas por cuenta propia a través de plataformas digitales. Esto podría disminuir la popularidad de las antiguas agencias de viajes.

2.3.4 Demanda

2.3.4.1 Estimación de la Demanda del Mercado

Para determinar el apetito por el turismo en Apurímac, es crucial observar cómo han evolucionado los arribos en la zona. En los últimos seis años, el número de visitantes ha experimentado fluctuaciones notables, principalmente debido a la pandemia. De acuerdo con el informe del MINCETUR, la mayoría de los visitantes son nacionales, y el turismo ha resurgido paulatinamente en los años recientes, tras una notable caída en 2020.

2.3.5 Características de la Demanda Actual.

2.3.5.1 Demografía.

- **Edad:** La mayoría de los visitantes son adolescentes entre 18 y 35 años y adultos intermedios entre 36 y 55 años, ansiosos por experiencias culturales y aventureras.
- **Origen:** Abundan los visitantes peruanos de otras zonas del Perú y los viajeros internacionales provenientes de naciones vecinas

como Chile, Argentina y Brasil, así como de rincones más lejanos como Estados Unidos.

2.3.5.2 Pictografía

- **Intereses:** Los aventureros se sumergen en el ecoturismo, la historia y las aventuras al aire libre.
- **Motivaciones:** Los viajeros contemporáneos anhelan vivencias genuinas, vínculos con la cultura local y aventuras en rincones menos explorados.

2.3.5.3 Comportamiento de Compra

- Canales de Reserva Utilizan principalmente sitios web de viaje, plataformas sociales y sugerencias de amigos y familiares.

2.3.5.4 Gasto Promedio.

- La inversión promedio de un visitante en servicios turísticos puede oscilar entre \$300 y \$700, según la duración y la naturaleza de las actividades.

2.3.6 Estimación de la Población Demandante.

Según informes de DIRCETUR, Cusco recibe aproximadamente 3 millones de turistas anualmente, y Apurímac recibe alrededor de 300,000 turistas. De este total:

Población Total de Turistas:

Cusco: 3,000,000

Apurímac: 300,000

Total: 3,300,000 turistas.

2.3.7 Estimación del Mercado Potencial

El público objetivo abarca a visitantes nacionales y foráneos que desean descubrir rincones culturales y naturales. Apurímac, con sus tesoros arqueológicos y paisajes naturales, puede florecer enormemente en este ámbito.

En una situación en la que un 20% de los visitantes de Cusco también se aventura a Apurímac, estamos aproximadamente 600,000 viajeros.

2.3.8 Estimación del Mercado Efectivo

Si estimamos que la agencia tiene la capacidad de capturar el 1% de este mercado potencial, obtendremos:

1% de un millón de almas = 6.000 viajeros.

2.3.9 Estimación del Mercado Objetivo

En este momento, podemos discernir el público al que la agencia se enfocará, considerando elementos clave como el presupuesto, el interés y el perfil del cliente.

Si optamos por centrarnos en los visitantes nacionales que buscan vivir aventuras ecológicas y vivencias únicas, podemos calcular que un 30% de los 6,000 aspirantes se alinea con este perfil:

Resulta evidente que nuestro público objetivo es:

30% de la multitud = 1.800 visitantes.

2.3.10 Proyección de la Demanda

2.3.10.1 Análisis Histórico de la Demanda

Examinando los datos de los últimos cinco años registrados en MINCETUR (2017-2022), podemos desentrañar la ecuación para desentrañar el auge o estancamiento del flujo turístico hacia la zona.

2.3.10.2 Cálculo de Crecimiento Anual Compuesto

Para hacer el cálculo se realiza la siguiente fórmula:

$$CARG = \left(\frac{VALOR\ FINAL}{VALOR\ INICIAL} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

Donde:

VF = Valor Final (2022) = 3.300.000 turistas.

VI = Valor Inicial (2017) = 2,500.000 turistas.

n = Número de Años (2022 – 2017 = 5 años).

$$CARG = \left(\frac{3,300.000}{2,500.000} \right)^{\frac{1}{5}} - 1$$

El CARG (Tasa de Crecimiento Anual Compuesta) para el período de 2017 a 2022, utilizando los valores de ejemplo, es de aproximadamente 5.71%.

Este valor indica que el número de turistas creció en promedio un 5.71% anual durante esos 5 años.

Sí, con el CAGR calculado de 5.71%, podemos proyectar la demanda de turistas para los próximos 5 años utilizando la siguiente fórmula de proyección:

$$Demanda\ futura = V_f * (1 + CARG)^n$$

Donde:

V_f = Demanda actual (en este caso, el número de turistas en 2022).

CAGR = Tasa de Crecimiento Anual Compuesta (5.71% o 0.0571).

n = Número de años en el futuro (en este caso, 5 años).

Vamos a realizar el cálculo para proyectar la demanda de turistas para el año 2027.

$$Demanda\ futura = 3,300.000 * (1 + 0.0571)^5$$

Para el año 2027, se estima que llegarán alrededor de 4.356.000 visitantes. Esta proyección se fundamenta en el incremento anual promedio del 5.71% calculado anteriormente.

2.4 Oportunidades y Amenazas

2.4.1 Oportunidades

2.4.1.1 Crecimiento del Turismo en el Perú: La creciente fascinación por los rincones culturales y naturales peruanos abre un vasto horizonte para nuestras propuestas.

2.4.1.2 Tendencia Hacia el Turismo Sostenible: La creciente sed de vivencias de turismo ecológico y comprometida podría encender la chispa de nuestra agencia.

2.4.1.3 Desarrollo de Nuevas Rutas: Explorar nuevas zonas en Cusco y Apurímac puede seducir a más visitantes y ampliar nuestras ofertas.

2.4.2 Amenazas

2.4.2.1 Cambios en el Entorno Político o Económico: El vaivén político o económico en Perú puede modificar la percepción y la factibilidad del turismo en la zona.

2.4.2.2 Competencia en Aumento: La irrupción de nuevas empresas de turismo y la creciente rivalidad en el ámbito pueden complicar la obtención de visitantes.

2.4.2.3 Impactos Ambientales: El cambio climático y otros desafíos ecológicos pueden transformar las condiciones de los paraísos turísticos.

CAPITULO III

ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS

3.1 Estrategias de Promoción

3.1.1 Estrategias de Promoción Aplicadas

3.1.1.1 Marketing Digital: Utilizar redes sociales, marketing de contenidos y SEO será vital para alcanzar a públicos específicos que anhelan vivencias genuinas y duraderas. La agencia tiene la capacidad de diseñar blogs y vídeos que destaquen las vivencias singulares de las rutas brindadas.

3.1.1.2 Marketing Experiencial: (Philip Kotler, 2011), menciona que el turismo es una travesía sensorial. La agencia debe resaltar la singularidad y autenticidad de sus ofertas mediante relatos narrativos y vídeos promocionales que revelan el viaje cultural y las travesías en el entorno natural que brinda.

3.1.1.3 Programas de Fidelización: Implementar un programa de fidelización, donde los visitantes que quieran múltiples excursiones disfruten de descuentos o servicios extra, fomentará la reincidencia y la difusión oral.

3.1.1.4 Colaboraciones con Influencers: (E. Jerome McCarthy, 2001) propone aprovechar la magia del intercambio de palabras y el poder de las. La agencia puede aliarse con estrellas del ámbito de los viajes y la sostenibilidad para amplificar su presencia en nichos de mercado esenciales.

3.1.1.5 Medidas que Influyen en la Promoción: La división del mercado: Kotler propone que el marketing debe enfocarse en segmentos específicos de mercado. La agencia puede enfocar su campaña en visitantes especializados, tales como exploradores, entusiastas de la naturaleza y aventureros ansiosos por vivencias culturales genuinas.

3.1.1.6 Tendencias del Mercado: Los viajeros contemporáneos, cuentos como los millennials y la Generación Z, aprecian las vivencias singulares y genuinas, por lo que las estrategias de marketing deben centrarse en esos elementos destacados.

3.2 Canales de Distribución y Ventas

3.2.1 Estrategias de Distribución Aplicada:

3.2.1.1.1 Distribución Digital: La plataforma digital emergerá como una de las principales vías de comercialización. (Philip Kotler, 2011), las transacciones digitales, las redes sociales y los portales externos como Booking, Airbnb Experiences y TripAdvisor deben ser la columna vertebral de la distribución. La agencia necesita una presencia digital robusta y un sistema de reservas ágil y eficaz.

3.2.1.1.2 Colaboración con Agencias Internacionales: (E. Jerome McCarthy, 2001) resalta la relevancia de colaborar con terceros. La entidad tiene la capacidad de forjar alianzas con empresas turísticas globales que deseen incorporar las rutas del sur de Cusco y Apurímac en sus repertorios.

3.2.1.1.3 Oficinas Locales y Puntos de Venta Físicos: Aunque el universo digital es esencial, es crucial contar con tiendas físicas en puntos clave como Cusco, Urubamba y otras joyas

turísticas, donde los visitantes puedan adquirir datos y hacer reservas sin intermediarios.

3.2.1.1.4 Medidas que Influyen en la Plaza

Acceso y Conectividad: La configuración de los caminos y las rutas determina con precisión cómo se distribuye la mercancía del turismo. La empresa debe asegurarse de que las rutas sean accesibles para los visitantes, ofreciendo alternativas de transporte privado en caso de necesidad.

Visibilidad y Colaboración con Actores Locales: La sinergia con hoteles, restaurantes y otros servicios locales es vital para que los visitantes naveguen con facilidad por la variedad de productos de la agencia.

3.3 Políticas de Precio

3.3.1 Medidas que Influyen en los Precios

Costos Operativos: La estimación de los costos debe considerar los gastos de transporte, guías, alojamiento y otros costos operativos vinculados a las rutas más desconocidas.

Competencia: A pesar de nuestra oferta única, es crucial tener en cuenta la estructura de precios de los rivales que operan en rutas semejantes o en áreas emblemáticas del Cusco para mantener la competencia sin comprometer la percepción de los clientes.

Elasticidad de la Demanda: Es crucial observar cómo responde la demanda a las variaciones en los precios. Al hablar de turismo especializado, los visitantes pueden estar listos para desembolsar más por una vivencia singular, pero es crucial mantener la flexibilidad para evitar tarifas desorbitadas.

3.3.2 Estrategias de Precio a Aplicar

Segmentación de Precios: La agencia tiene la capacidad de desplegar una táctica de tarifas únicas, ofreciendo itinerarios desde los más accesibles

hasta los más atractivos. Esto atraerá diversas clases de visitantes, variados segmentos de mercado, a incluir desde los aventureros llamados mochileros hasta los adinerados de alta gama, quienes anhelan vivencias únicas y a la medida.

Precio Basado en el Valor: El costo debe sintonizar con la percepción que tienen los consumidores. En esta ocasión, podríamos establecer un costo superior al habitual, ya que la agencia brindará un servicio exclusivo y a medida, que abarca vivencias culturales excepcionales, acceso a rutas inusuales y, sobre todo, el enfoque ecológico que los visitantes aprecian cada vez más.

Descuentos por Grupos Amplios o por Temporadas: La magia de las promociones y los descuentos puede seducir a más compradores en épocas gélidas o cuando se congregan multitudes. Esta táctica fomentará la dedicación perpetua y permitirá maximizar los recursos a lo largo del año.

3.4 Medios de Publicidad

3.4.1 Medios Digitales.

Redes Sociales:

Facebook e Instagram:

Mostrar imágenes y vídeos fascinantes de los lugares con los que se colaborará.

Promover ofertas y paquetes turísticos a través de anuncios patrocinados diseñados para edades, pasiones y lugares específicos.

Crea eventos en directo para conectar con sus seguidores y resolver preguntas.

Tik Tok

Contenido breve y vibrante sobre vivencias singulares en el corazón del circuito sur.

Reales relaciones de clientes contentos.

Página Web.

Blogs de turismo.

3.4.2 Publicidad en Google

- Google Ads

Anuncios relacionados con "escapadas al Circuito Sur", "ofertas turísticas en Cusco y Apurímac", entre otros.

- Google My Bussiness

Registrar la oficina para estar presente en los buscadores locales y agilizar la comunicación directa.

3.4.3 Medios Tradicionales

A pesar de la omnipresencia digital, los medios clásicos continúan siendo esenciales para atraer a los consumidores locales y regionales.

Revistas Turísticas

Anuncios en publicaciones especializadas como Viajeros o Rumbos.

Folletos y Carteles Publicitarios

Crear arte visual fascinante para mostrar los alojamientos, restaurantes y rutas de transporte en Cusco, Abancay y Lima.

3.4.4 Publicidad Experiencial

Desentrañar recuerdos inolvidables para los clientes mediante la magia del rumor.

3.4.4.1 Participación en Ferias Turísticas

Como la FITUR o los eventos impulsados por GERCETUR o las ferias impulsadas por Prom Perú.

3.4.4.2 Actividades en Vivo

Emitir conferencias sin costo sobre los rincones turísticos en colegios, museos y plazas.

3.4.4.3 Marketing de Influencers

Colaborar con influencers de viajes que posean un público fiel y sintonizado con la audiencia objetivo.

Invítalos a experimentar experiencias en el Circuito Sur y difundir la agencia en sus redes sociales.

3.4.5 Marketing Relacional

3.4.5.1 Programas de Fidelización

Ofrecer descuentos o beneficios especiales a clientes frecuentes.

3.4.5.2 Email Marketing

Enviar boletines periódicos con información sobre nuevos paquetes y promociones.

3.4.6 Alianzas Estratégicas

3.4.6.1 Hoteles y Restaurantes Locales

Promocionar los paquetes turísticos en sus instalaciones.

CAPITULO IV

PLAN OPERATIVO

4.1 Procesos Claves de Operaciones

4.1.1 Diseño de Paquetes Turísticos

Ruta Sur: Cusco Acomayo, Cañas, Espinar, Chumbivilcas, Haqira y Challhuahuacho.

Diseño de rutas: tiempos, entretenimientos, transporte y alojamiento.

Incorporación de actividades artísticas, ecológicas y culinarias.

Estructura de los paquetes:

Económicos: Para viajeros con recursos escasos.

Premium: Experiencias únicas con atención a medida.

4.1.2 Reservas y Gestión de Clientes.

Creación de una plataforma digital para reservas y asistencia presencial.

Inscripción de usuarios y adaptación de servicios a sus gustos.

Coordinación con los proveedores de transporte, alojamiento y comida.

4.1.3 Ejecución de los Servicios

Atención y apoyo a los viajeros en los destinos iniciales (Cusco, Abancay o Lima).

Supervisión constante del alineamiento de rutas

Asistencia al cliente durante toda la travesía.

4.1.4 Evaluación Post-Viaje

Realizar sonidos de felicidad para descubrir posibles mejoras.

Observaciones a las guías turísticas y a los proveedores.

4.2 Infraestructura y Tecnología Requerida

4.2.1 Infraestructura

Oficina Central Cusco

Oficinas de Representación en Lima y Abancay.

Almacenamiento: Para el equipo de logística: bolsas para guías, kit de emergencias y antenas de comunicación.

4.2.2 Tecnología.

4.2.2.1 Software de Gestión Turística.

Plataforma ERP especializada en orquestar reservas, itinerarios y pagos.

CRM, el arte de tejer vínculos con los clientes.

4.2.2.2 Herramientas de Comunicación.

Portal de videoconferencias para orquestar alianzas con proveedores y guías.

4.2.2.3 Equipo de Oficina.

Computadoras, impresoras, y teléfonos para la gestión administrativa.

4.2.2.4 Redes Sociales y Marketing Digital.

Herramientas como Hootsuite para gestionar campañas publicitarias.

4.2.2.5 Sistemas de Seguimiento GPS.

Para monitorear el transporte y garantizar la seguridad de los clientes.

4.3 Relación con Proveedores.

4.3.1 Identificación de Proveedores:

- **Transporte:** Contratación de empresas de buses y vans locales para trasladar a los turistas.
- **Alojamiento:** Convenios con hoteles y hospedajes en cada destino.
- **Alimentación:** Restaurantes locales que ofrezcan menús tradicionales y opciones internacionales.
- **Guías Turísticos:** Profesionales certificados que conozcan la historia, cultura y naturaleza de los destinos.

4.3.2 Negociación y Contratos.

- Establecimiento de contratos con proveedores basados en:
 - Calidad de servicio.
 - Precios competitivos.
 - Condiciones de sostenibilidad (respeto a comunidades y medio ambiente).

4.3.3 Coordinación Continua.

- Asambleas regulares para adaptar rutas a las estaciones o a las variaciones en los destinos.
- Administración de disputas para desentrañar enigmas con celeridad.

4.4 Gestión Logística.

4.4.1 Planificación de Itinerarios.

- Vías ingeniosas para reducir los tiempos de traslado y elevar la vivencia del cliente.
- Adaptaciones según el clima y los acontecimientos locales.

4.4.2 Transporte.

- Alineación con los proveedores de transporte por carretera.
- Administración de pólizas y cuidado de automóviles para asegurar la protección.

4.4.3 Insumos y Materiales.

- Cestas de recogida: Mapas, itinerarios y regalos para los visitantes.
- Folletos, carteles y herramientas digitales para la promoción.
Herramientas de promoción:
- Aparatos técnicos: Radios, botiquines y dispositivos de emergencia para los conductores.

4.4.4 Gestión de Inventarios.

- Monitoreo de los medios de comunicación y la logística en las oficinas.
- Optimización de inventarios para reducir costos y evitar desperdicios.

CAPITULO V

PLAN ORGANIZACIONAL

5.1 Filosofía Organizacional

5.1.1 Misión

Brindar experiencias únicas y memorables a través de la organización de circuitos turísticos innovadores en la región de Apurímac y Cusco, integrando la riqueza cultural, histórica y natural de la zona. Nos enfocamos en ofrecer servicios de alta calidad que promuevan el turismo sostenible, el desarrollo local y la satisfacción plena de nuestros clientes, contribuyendo al fortalecimiento de la industria turística en Perú.

5.1.2 Visión

Ser reconocidos para el año 2030 como la agencia líder en turismo innovador en la región sur del Perú, destacándonos por la implementación de circuitos turísticos sostenibles y diferenciados, así como por nuestro compromiso con la preservación del patrimonio cultural y natural, el bienestar de las comunidades locales y la generación de valor para nuestros clientes.

5.1.3 Valores.

Sostenibilidad: Compromiso con la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y las comunidades locales mediante prácticas responsables.

Autenticidad: Ofrecer experiencias genuinas que resalten la riqueza cultural y natural de las regiones visitadas.

Calidad: Garantizar altos estándares en todos los servicios brindados, desde la planificación hasta la ejecución de los viajes.

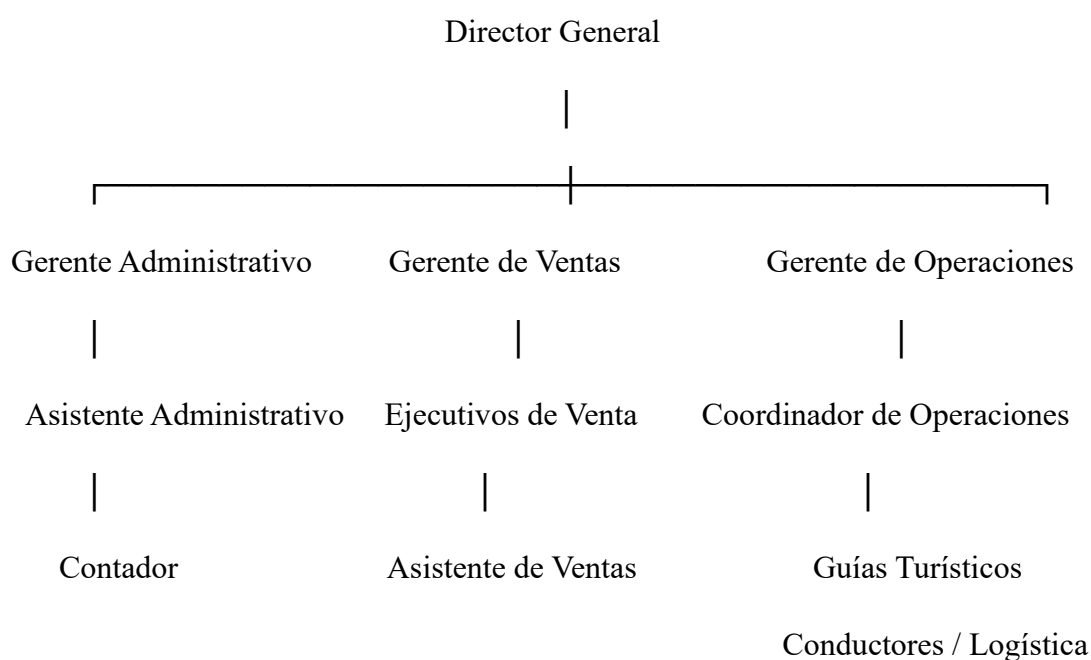
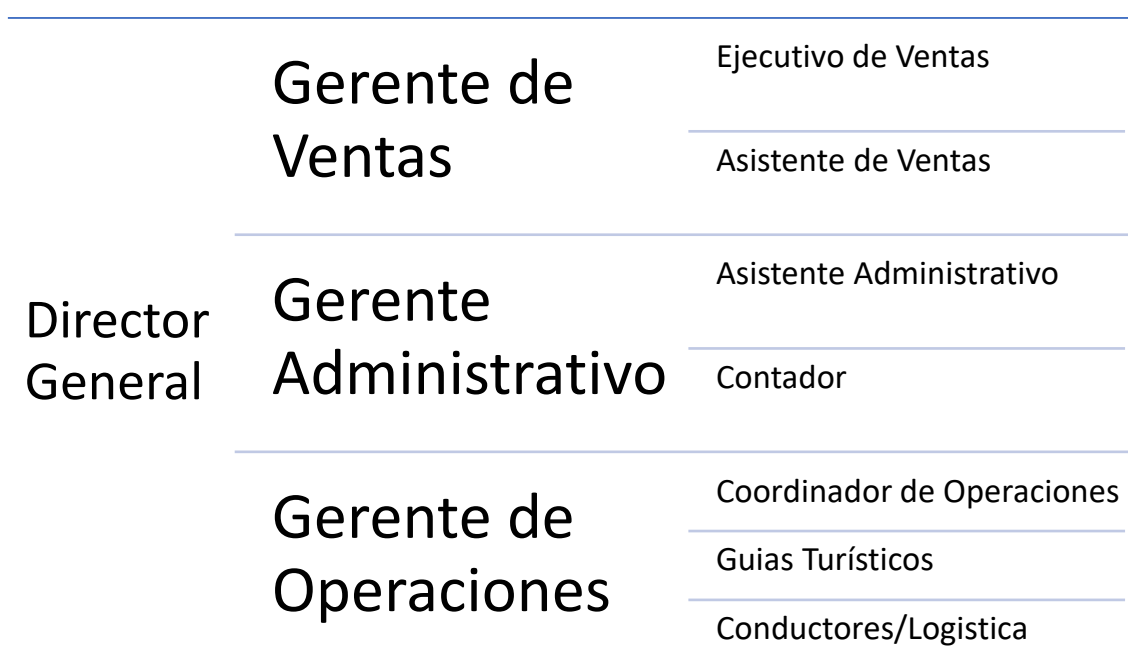
Respeto: Promover el respeto hacia las culturas ancestrales, las costumbres locales y el entorno natural.

Innovación: Crear circuitos turísticos diferenciados y adaptados a las necesidades y expectativas de los clientes.

Compromiso: Fomentar el desarrollo económico y social de las comunidades anfitrionas a través de un turismo inclusivo y colaborativo.

Experiencia: Contar con guías locales expertos que aseguren vivencias enriquecedoras y memorables para los viajeros.

5.2 Organigrama Projectado



5.3 Roles y Responsabilidades.

5.3.1 Director General.

- **Responsabilidades:**
 - Orquestar la empresa y trazar la brújula táctica.
 - Elegir caminos cruciales para el florecimiento y la ubicación del negocio.
 - Orquestar pactos y alianzas tácticas con proveedores y clientes.
 - Monitorear la consecución de metas en cada rincón del universo.

- **Perfil Requerido:**
 - Diplomado en Gestión, Turismo o áreas afines.
 - Experiencia de al menos cinco años en la gestión de empresas turísticas.
 - Gobernanza, brújula táctica y destreza para tomar decisiones.

5.3.2 Gerente Administrativo.

- **Responsabilidades:**
 - Administrar los recursos monetarios, materiales y personales.
 - Orquestar las maquinarias administrativas y contables.
 - Dominar el departamento de recursos humanos y la selección de empleados.
 - Salvaguardar el cumplimiento de las responsabilidades fiscales y jurídicas.

- **Perfil Requerido:**
 - Experto en Gestión y Contabilidad.
 - Experiencia mínima de tres años en el ámbito de la gestión.

- Dominio de herramientas informáticas para la administración y la contabilidad.

5.3.3 Gerente de Ventas

- **Responsabilidades:**
 - Crear e instalar tácticas de venta y mercadeo.
 - Orquestar el equipo de ventas y asegurar que se alcancen las metas comerciales.
 - Orquestar el servicio al cliente y atraer nuevos mercados.
 - Orquestar las estrategias publicitarias y de promoción.

- **Perfil Requerido:**
 - Experto en mercado, ventas o turismo.
 - Experiencia en la comercialización de servicios turísticos (al menos tres años).
 - Destrezas de negociación, diálogo y escrutinio.

5.3.4 Gerente de Operaciones

- **Responsabilidades:**
 - Orquestar la logística de los viajes y paquetes turísticos.
 - Administrar los vínculos con los proveedores (alojamientos, transporte, guías).
 - Garantizar la excelencia en el servicio brindado durante las actividades.

 - Resolver contratiempos mientras se despliegan los paquetes turísticos.

- **Perfil Requerido:**
 - Experto en el ámbito del turismo, las operaciones y la logística.

- Experiencia de al menos tres años en aventuras turísticas.
- Destreza para orquestar, organizar y desentrañar enigmas.

5.3.5 Asistente Administrativo.

- **Responsabilidades:**
 - Asistir en las labores contables y de gestión.
 - Orquestar la vigilancia de documentos, contratos e informes.
 - Administrar los diseños y las conexiones con los proveedores.
- **Perfil Requerido:**
 - Profesional o recién licenciado en Administración o Contabilidad.
 - Dominio elemental de las herramientas de oficina.

5.3.6 Ejecutivos de Ventas.

- **Responsabilidades:**
 - Brindar atención a los clientes y fomentar paquetes turísticos.
 - Orquestar reservas y ventas en persona o en línea.
 - Monitorear a los clientes y brindar apoyo constante.
- **Perfil Requerido:**
 - Profesional en Turismo, Marketing o Administración.
 - Experiencia anterior en el ámbito de las ventas.
 - Dominio impecable de las herramientas digitales.

5.3.7 Coordinador de Operaciones

- **Responsabilidades:**

- Orquestar y vigilar las rutas de travesía.
 - Supervisar la exactitud y excelencia de los servicios adquiridos.
 - Orquestar el equipo de conductores y guías.
- **Perfil Requerido:**
 - Técnico o profesional en Turismo o Logística.
 - Experiencia previa en operaciones logísticas.

5.3.8 Guías Turísticos.

- **Responsabilidades:**
 - Guiar a los viajeros en sus travesías.
 - Ofrecer datos históricos, culturales y geográficos sobre los lugares.
 - Asegurar que los clientes se sientan protegidos y felices.
- **Perfil Requerido:**
 - Reconocimiento como guía turística autorizada (según las leyes del Perú).
 - Dominio de lenguas (inglés elemental-medio ideal).
 - Dominio del liderazgo y destrezas comunicativas.

5.3.9 Conductores/Personal Logístico.

- **Responsabilidades:**
 - Transportar a los visitantes de forma segura y precisa.
 - Facilitar el traslado del equipo y los materiales necesarios.
 - Conservar en óptimas condiciones los vehículos asignados.
- **Perfil Requerido:**
 - Permiso de manejo profesional.
 - Experiencia anterior en el ámbito del transporte turístico.

5.4 Requisitos de Personal y Contratación.

5.4.1 Proceso de Selección.

- Apertura: Oferta de empleo en portales laborales, universidades y plataformas digitales.
- Evaluación del trayecto laboral y la experiencia acumulada.
- Conversaciones: Evaluación de habilidades técnicas y de carácter.
- Evaluaciones prácticas (para maestros del camino).
- Certificación de dominio del ámbito turístico (para agentes de ventas)
- Revisión de currículos:
- Pruebas:
- Instrucciones: Enseñanza inicial sobre los rincones del Circuito Sur y los principios de la entidad.

5.4.2 Contratos de Trabajo.

- Acuerdos temporales y laborales a tiempo completo.
- Incorporación de ventajas laborales según la normativa laboral del Perú.

5.4.3 Capacitación Continua.

- Capacitaciones sobre atención al cliente, marketing digital y técnicas de administración.
- Instrucción en la sostenibilidad del turismo y la salvaguarda del entorno natural.

CAPITULO VI

PLAN FINANCIERO

6.1 Inversión Inicial.

- **Infraestructura y Equipamiento:**
 - Oficinas (Alquiler y adecuación). S/. 2,000.00
 - Mobiliario (Escritorios, Sillas, Estanterías). S/. 2,000.00
 - Equipos informáticos (Computadoras, impresoras). S/. 4,500.00
 - Teléfonos y/o dispositivos móviles. S/. 2,000.00
- **Tecnología y Software:**
 - Desarrollo de página web y sistema de reservas. S/. 4,000.00
 - Licencias de software. S/. 1,600.00.
- **Vehículos y Transporte:**
 - Alquiler de Vehículos. S/. 3,600.00
- **Marketing y Publicidad Inicial:**
 - Diseño de marca e identidad visual (Logos, Banners). S/. 1,500.00
 - Publicidad en medios digitales y tradicionales. S/. 500.00
 - Producción de material promocional (folletos, videos, merchandising). S/. 800.00.
- **Permisos y Licencias:**
 - Inscripción en registros públicos. S/: 1,500.00
 - Licencias de funcionamiento. S/. 800.00
- Total, de Inversiones Iniciales: S/. 24,800.00

6.2 Estimación de Ingresos.

- Para estimar los ingresos necesitamos considerar:
Cantidad de servicios vendidos por mes.
Precio promedio del servicio por cliente.

6.2.1 Supuestos:

- Precio Promedio de un Paquete Turístico: S/. 300.00

- Número de Clientes Estimados al Mes: 70 clientes (considerando una demanda inicial moderada).
- Ingresos Mensuales: 70 clientes x S/. 300.00 = S/. 21,000
Ingresos Anuales: S/. 21,000 x 12 Meses = S/. 252,000

6.3 Costos Fijos y Variables

6.3.1 Costos Fijos.

CONCEPTO	MONTO MENSUAL (S/.)
Alquiler de Oficinas	2,000.00
Salario Personal Administrativo (3)	6,000.00
Servicios Básicos (Luz, Agua, Internet)	600.00
Marketing y Publicidad	800.00
Mantenimiento de Equipos	500.00
Alquiler de Vehículos	3,600.00
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	13,400.00

Tabla. 1

6.3.2 Costos Variables.

Estos variarán dependiendo del número de clientes atendidos:

Costo variable por cliente (logística, transporte guías) = S/.100

Costos variables totales mensuales (70 clientes)

$$70 \text{ clientes} \times S/.90.00 = S/.6,300.00.$$

6.4 Fuentes de Financiamiento

Propuesta de Financiamiento Para Inversión Inicial S/. 24,800.00.

FUENTE	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
Aporte Propio	10,000.00	40%
Préstamo Bancario	14,800.00	60%
TOTAL	24,800.00	100%

Tabla. 2

- **Condiciones del Préstamo:**
 - **Tasa de Interés Anual:** 12% = 0.12
 - **Plazo:** 3 años (36 meses)
 - **Cuota Mensual**

$$Cuota = \frac{Prestamo \cdot (1 + Tasa\ anual)}{Plazo}$$

$$Cuota = \frac{14,800 \cdot (1 + 0.12)}{36}$$

$$Cuota = \frac{14,800 \cdot (1.12)}{36}$$

$$Cuota = 460.44$$

6.5 Punto de Equilibrio

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{Costos\ Fijos}{Precio - Costo\ Variable\ por\ Unidad}$$

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{13,400}{300 - 90}$$

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{13,400}{210}$$

$$Punto\ de\ Equilibrio = 63$$

Por consiguiente, se requiere atender 63 clientes mensuales para poder cubrir todos los costos

6.6 Flujo de Caja

MES	INGRESOS (S/.)	COSTOS FIJOS (S/.)	COSTOS VARIABLES (S/.)	PRESTAMO (S/.)	FLUJO NETO (S/.)
1	21,000	13,400.00	6,300.00	460.44	839.56
2	21,000	13,400.00	6,300.00	460.44	839.56
3	21,000	13,400.00	6,300.00	460.44	839.56
...
TOTAL AÑO 1	252,00.00	160,800.00	75,600.00	5,525.28	10,074.72

Tabla. 3

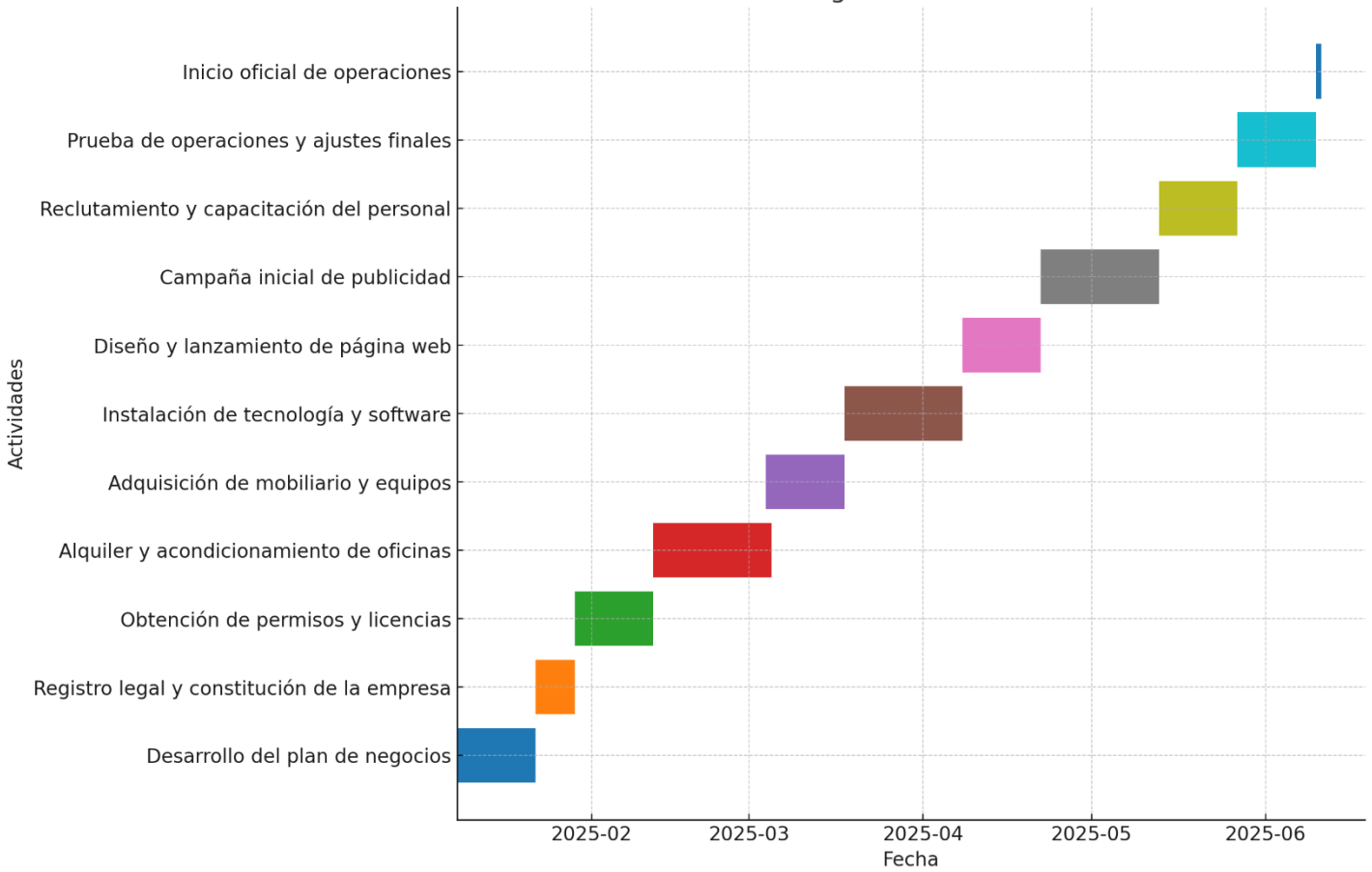
CAPITULO VII

PLAN DE IMPLEMENTACION

7.1 Cronograma de Actividades

FASE	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DURACION
Planificación	Desarrollo del plan de negocios	Gerencia general	2 semanas
	Registro legal y constitución de la empresa	Asesor Legal	1 semana
	Obtención de permisos y licencias	Administrador	2 semanas
Infraestructura	Alquiler y acondicionamiento de oficinas	Encargado Logística	3 semanas
	Adquisición de mobiliario y equipos	Encargado Compras	2 semanas
	Instalación de tecnología y software	Encargado TI	3 semanas
Marketing y Ventas	Diseño y lanzamiento de página web	Encargado Marketing	2 semanas
	Campaña inicial de publicidad	Encargado Marketing	3 semanas
Contratación y Prueba	Reclutamiento y capacitación del personal	RRHH	2 semanas
	Prueba de operaciones y ajustes finales	Gerencia General	2 semanas
Lanzamiento	Inicio oficial de operaciones	Todo el equipo	1 día

Diagrama de Gantt



7.2 Plan de Contingencias.

Riesgo Identificado	Probabilidad	Impacto	Acción Preventiva	Acción Correctiva
Retraso en permisos y licencias	Media	Alto	Realizar el trámite con anticipación.	Gestionar con autoridades locales y acelerar procesos con un asesor legal.
Problemas en instalación tecnológica	Baja	Medio	Contratar expertos en sistemas y TI.	Revisar contratos y asegurar garantía técnica para correcciones inmediatas.
Retraso en el mobiliario/equipos	Media	Medio	Realizar compras con proveedores confiables.	Buscar proveedores alternativos o alquilar equipos temporalmente.

Bajo interés inicial del público	Media	Alto	Ejecutar campañas de publicidad atractivas.	Aumentar inversión en publicidad y promociones especiales.
Falta de personal calificado	Baja	Alto	Reclutar personal con tiempo suficiente.	Contratar personal externo temporal o capacitar rápidamente.

Tabla. 4

CONCLUSION

La creación de "RUTEA KHIPU - CIRCUITO SUR" se basa en un exhaustivo estudio del mercado, recursos y oportunidades del turismo peruano, con un énfasis especial en las zonas de Cusco y Apurímac. A partir de las aspiraciones y objetivos del negocio, se desprende lo siguiente:

Oportunidad de Negocio:

La empresa se adapta a la creciente sed de vivencias únicas y genuinas en los rincones del circuito sur. Esto ofrece una formidable ocasión para erigirse como un faro en el turismo cultural, natural y comunitario.

Propuesta de Valor Diferenciada:

Al brindar un servicio centrado en el turismo verde y el crecimiento de comunidades locales, la agencia se sincroniza con las corrientes contemporáneas del mercado y abraza los principios de responsabilidad social y ambiental, elevando así su atractivo frente a sus rivales.

Viabilidad Financiera y Crecimiento Proyectado:

Las proyecciones económicas revelan una expansión duradera, con un incremento anual del 10% en los visitantes recibidos y un flujo constante de ingresos. Esto garantiza que la inversión inicial se recuperará en los primeros años y que el margen de ganancia se incrementará a partir del tercer año de operación.

Implementación Eficiente:

Planificar meticulosamente el cronograma de actividades y diseñar un plan de contingencia para reducir riesgos operativos y asegurar una ejecución meticulosa, asegurando así el logro de los objetivos iniciales del proyecto.

Impacto Regional y Desarrollo Social:

El esquema empresarial impulsa el crecimiento económico de las comunidades locales al integrar a los protagonistas locales en la cadena de valor del turismo.

Asimismo, impulsa la apreciación del tesoro cultural y natural de las áreas implicadas.

Adaptabilidad y Competitividad:

El uso de innovaciones tecnológicas, como un sistema de reservas en línea y tácticas de marketing digital, eleva a la agencia a un negocio contemporáneo y desafiante, apto para moldearse a las demandas de los consumidores contemporáneos.

Expectativas y Metas del Negocio:

- **Corto Plazo:** Lograr un posicionamiento inicial en el mercado turístico regional y captar al menos 60 clientes en el primer año.
- **Mediano Plazo:** Consolidar la marca y aumentar la base de clientes en un 50% hacia el tercer año.
- **Largo Plazo:** Expandir operaciones a nuevos destinos y duplicar el número de clientes atendidos en un horizonte de cinco años.

Conclusión General:

El proyecto "RUTEA KHIPU - CIRCUITO SUR" no solo es factible económicamente, sino también ético y ecológico. Se anticipa que sea una brújula en el turismo regional, creando valor para los clientes, las comunidades autóctonas y los inversores.

Bibliografía

E. Jerome McCarthy, W. D. (2001). *Marketing: un enfoque global*. McGraw-Hill, 2001.

Philip Kotler, J. T. (2011). *Marketing Turístico*. Pearson Educación. S.A.