

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA KHIPU

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERA**



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL MAÍZ (*Zea mays*) “CHOCLO
MUSEO”**

Autores:

Mtro. Jose Armando Serna Bravo
Código Orcid: 0000-0002-5606-4201

Mtro. Oscar Katsuiko Deza Motohasi
Código Orcid: 0000-0003-1311-5256

Lic. Alexandra Pamela Mauricio Sirlopú
Código Orcid: 0000-0003-1009-6387

CUSCO – PERÚ

2025

Índice general

Contenido

Índice de tablas	7
Índice de figuras	8
Resumen ejecutivo.....	9
CAPÍTULO I DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	10
1.1 Idea y concepto del negocio.....	10
1.2 Propuesta de valor.....	11
1.2.1 Diseño y estructura del museo	11
1.2.2 Áreas del museo	15
1.2.3 Modelo de Negocio	17
1.3 Objetivos SMART	18
1.4 Fortalezas y debilidades.....	19
1.4.1 Fortalezas.....	19
1.4.2 Debilidades	19
1.5 Estructura legal y ubicación.....	20
1.5.1 Estructura Legal.....	20
1.5.2 Ubicación del Museo	21
1.5.3 Manejo de Alimentos	21
1.5.4 Marco Legal y Normativo	21
1.5.5 Alianzas Estratégicas	22
1.5.6 Sostenibilidad Financiera	22
1.6 Historia y antecedentes (si aplica)	22
CAPÍTULO II ANALISIS DEL MERCADO	24
2.1 Descripción del mercado objetivo	24
2.1.1 Turistas Internacionales	24
2.1.2 Turistas Nacionales.....	24

2.1.3	Familias con Niños	24
2.1.4	Estudiantes y Grupos Escolares.....	25
2.1.5	Amantes de la gastronomía.....	25
2.1.6	Comunidades Locales.....	25
2.2	Tendencias del sector	26
2.2.1	Turismo sostenible y responsable.....	26
2.2.2	Experiencias auténticas.....	27
2.2.3	Turismo de aventura	27
2.2.4	Turismo gastronómico.....	27
2.2.5	Turismo familiar	28
2.2.6	Turismo de lujo.....	29
2.2.7	Turismo digital	29
2.2.8	Turismo de trabajo (Workation).....	29
2.3	Análisis de la competencia.....	30
2.4	Demanda.....	31
2.5	Oportunidades y amenazas.....	32
2.5.1	Oportunidades.....	32
2.5.2	Amenazas.....	33
CAPÍTULO III ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS		34
3.1	Estrategias de promoción.....	34
3.1.1	Estrategias para Atraer a Cada Segmento:	34
3.1.2	Estrategias nuevas tendencias.....	34
3.2	Canales de distribución	36
3.2.1	Página Web Oficial.....	37
3.2.2	Plataformas de reserva en Línea.....	37
3.2.3	Redes Sociales	38
3.2.4	Comisiones a los guías turísticos.....	38

3.2.5	Alianzas con Operadores Turísticos	38
3.2.6	Canales de distribución para Productos	38
3.3	Política de precios	39
3.4	Medios de publicidad	39
3.4.1	Medios digitales.....	39
3.4.2	Medios tradicionales.....	40
3.4.3	Medios Alternativos	41
CAPITULO IV PLAN OPERATIVO		43
4.1	Procesos clave de operaciones	43
4.1.1	Proceso de Recepción y Atención al Cliente (Evaluación y Mejora)...	43
4.1.2	Proceso de Compras y Recepción de Insumos	43
4.1.3	Proceso de Producción de Productos.....	43
4.1.4	Proceso de Gestión de la tienda, espacio de coworking y cafetería	44
4.1.5	Proceso de Logística y Distribución.....	44
4.1.6	Proceso de Promoción y Marketing	44
4.2	Infraestructura y tecnología requerida.....	44
4.2.1	Infraestructura.....	44
4.2.2	Tecnología	48
4.3	Relación con proveedores	49
4.3.1	Tipos de Proveedores y Criterios de Selección	49
4.3.2	Mecanismos de Comunicación y Gestión	50
4.3.3	Evaluación y Seguimiento	50
4.3.4	Beneficios para los Proveedores.....	51
4.4	Gestión logística.....	51
4.4.1	Objetivos de la Gestión Logística.....	51
4.4.2	Flujos Logístico Clave.....	51
4.4.3	Proceso Logístico Paso a Paso	52

4.4.4	Tecnología y Herramientas Útiles	52
4.4.5	Ejemplo de logística en un día para Choclo Museo	52
CAPÍTULO V PLAN ORGANIZACIONAL		53
5.1	Filosofía organizacional	53
5.1.1	Misión	53
5.1.2	Visión	53
5.1.3	Valores	53
5.1.4	Principios	53
5.2	Organigrama	54
5.3	Requisitos de personal y contratación.....	54
5.3.1	Administrador	55
5.3.2	Maestro Encargado	55
5.3.3	Ayudante de cocina	55
5.3.4	Encargado de Staff.....	55
5.3.5	Personal de Staff	55
5.4	Roles y responsabilidades	56
5.4.1	Gerente.....	56
5.4.2	Maestro Encargado	56
5.4.3	Ayudante de Cocina.....	56
5.4.4	Encargado de Staff.....	56
5.4.5	Personal de Staff	56
CAPÍTULO VI PLAN FINANCIERO		58
6.1	Inversión inicial.....	58
6.2	Estimación de ingresos.....	59
6.3	Costos fijos y Variables.	60
6.4	Fuentes de financiamiento.	61
6.5	Punto de equilibrio.....	61

6.6	Flujo de caja.....	62
6.7	Rentabilidad y retorno.....	62
	CONCLUSIONES.....	64
	REFERENCIAS	65
	ANEXOS	66

Índice de tablas

Tabla 1 Resumen de Mercado objetivo	26
Tabla 2 Resumen de Estrategias de promoción.....	36
Tabla 3 Política de Precios	39
Tabla 4 Compras de infraestructura	46
Tabla 5 Tecnología	48
Tabla 6 Indicadores de Evaluación.....	50
Tabla 7 Detalles de inversión inicial	58
Tabla 8 Ingresos de Talleres	59
Tabla 9 Ingresos por ventas de tienda	60
Tabla 10 Costos Fijos	60
Tabla 11 Costos Variables	60
Tabla 12 Rentabilidad y Retorno.....	63

Índice de figuras

Figura 1	Posible diseño de la oficina de Choclo Museo	10
Figura 2.	Diseño de oficina por dentro	11
Figura 3	Sala de orígenes.....	12
Figura 4	Sala de Cosmovisión.....	12
Figura 5	Sala de gastronomía	13
Figura 6	Espacio vivencial	14
Figura 7	Tienda del museo	14
Figura 8	La diversidad del maíz	15
Figura 9	La cocina del choclo museo	16
Figura 10	Variedades del choclo	17
Figura 11	Vista panorámica del Choclo Museo	18
Figura 12	Listado de objetivos	18
Figura 13	Reciclaje.....	27
Figura 14	Espacio de cocina para demostraciones	27
Figura 15	Sala familiar	28
Figura 16	Digitalización	29
Figura 17	Espacio de coworking	30
Figura 18	Resumen de oportunidades y amenazas	33
Figura 19	Influencers creando contenido	35
Figura 20	Aplicación de Choclo de Museo	35
Figura 21	Página web de Choclo Museo	37
Figura 22	Entrada	38
Figura 23	Muestra de publicidad en redes sociales	40
Figura 24	Folletos.....	40
Figura 25	Merchandising de Choclo Museo	41
Figura 26	Organigrama de empresa Choclo Museo	54
Figura 27	Distribución Inversión inicial.....	58
Figura 28	Punto de equilibrio ventas talleres	61

Resumen ejecutivo

El presente proyecto de emprendimiento denominado Choclo Museo es un innovador centro de interpretación del maíz (*Zea mays*) mostrándolo con pilar de identidad andina y se ubica en el Cusco. Es una combinación de exhibiciones interactivas, talleres vivenciales y experiencias sensoriales que permitirán mostrar a los visitantes la importancia del maíz en la cultura peruana. Se ubicará en el centro histórico del Cusco, es un proyecto que mezcla el turismo sostenible, la educación y el desarrollo de las comunidades, al ofrecer experiencias que sean únicas y ayuden a conectar con la naturaleza y las tradiciones del lugar visitado.

Nuestra misión es que se promueva el valor de maíz como símbolo en nuestra cultura y alimento peruano, mediante espacios educativos e interactivos que sean amables con la biodiversidad y sea sostenible y que a la par crecimiento económico las comunidades locales. Como visión queremos posicionarnos y ser un principal referente en Latinoamérica como interpretación del maíz, obligando a que los turistas visiten como punto importante el museo del choclo y lo reconozcan como un proyecto de innovación, que tiene impacto social y está comprometido con la sostenibilidad.

El objetivo del de Choclo Museo es proponer posicionarse como un atractivo turístico innovador que complemente la oferta cultural del Cusco, fomentando el conocimiento, el respeto y la conexión con las tradiciones ancestrales y la biodiversidad del maíz, al mismo tiempo que contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales, el museo tiene como fortalezas ser un proyecto innovador que mezcla la cultura y la educación, si es una debilidad ser nuevo en el mercado y puede ser una baja para las ventas, sin embargo, tiene todo el potencial de ser un atractivo turístico muy reconocido.

Choclo Museo es un centro de interpretación en el Cusco que busca celebrar la cultura y la gastronomía del maíz. Ofreciendo experiencias educativas como los talleres de cocina, exhibiciones, degustar platos que son tradición para los peruanos y a la par una tienda que ofrece artesanías, merchandising, snack y más. Este proyecto mezcla el turismo sostenible, la educación, y la conexión con las tradiciones andinas para todas las edades.

CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1.1 Idea y concepto del negocio

El proyecto de innovación “Centro de Interpretación del Maíz (*Zea mays*) “Choclo Museo” tiene por objetivo principal es proponer posicionarse como un atractivo turístico innovador que complemente la oferta cultural del Cusco, fomentando el conocimiento, el respeto y la conexión con las tradiciones ancestrales y la biodiversidad del maíz, al mismo tiempo que contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales.

El Centro de Interpretación del Maíz “Choclo Museo” es un espacio cultural, educativo y vivencial dedicado a la valoración y difusión del maíz (*Zea mays*) como un elemento fundamental de la identidad, la historia y la cultura andina. Este proyecto busca resaltar la importancia del maíz no solo como un alimento básico, sino también como un símbolo de la cosmovisión andina, su conexión con la tierra, las tradiciones y la gastronomía peruana.

El museo se concibe como un lugar interactivo y sensorial que combina elementos tradicionales y modernos, demostraciones en vivo para que los visitantes puedan conocer, tocar, oler y probar el maíz en sus distintas formas. A través de exhibiciones, talleres, actividades participativas y tecnológicas, el “Choclo Museo” busca educar, inspirar y conectar a las personas con la riqueza cultural y biológica del maíz, desde sus orígenes ancestrales hasta su relevancia en el mundo contemporáneo, las actividades vivenciales en nuestro bio-huerto y así con la tierra preparada poder cultivar el choclo.

El Choclo Museo es un centro de interpretación dedicado a la historia, la cultura y la gastronomía del maíz (*Zea mays*), uno de los cultivos más importantes de la humanidad. Este espacio ofrecerá una experiencia inmersiva donde los visitantes podrán conocer la evolución del maíz, su diversidad genética, sus usos en diferentes culturas y su impacto en la gastronomía y la economía.

El Centro de Interpretación del Maíz “Choclo Museo” es un proyecto innovador que combina cultura, educación y sostenibilidad. Al ubicarse en el corazón del Cusco, se convierte en un puente entre el pasado y el presente, celebrando el legado del maíz y su papel en la construcción de la identidad peruana. Este museo no solo es un espacio para aprender, sino también para sentir, saborear y conectarse con la tierra y las tradiciones andinas.

Figura 1

Posible diseño de la oficina de Choclo Museo



Nota: La figura muestra cómo se vería la oficina de Choclo Museo.

Figura 2.
Diseño de oficina por dentro



Nota: La figura muestra cómo se vería el Choclo Museo por dentro.

1.2 Propuesta de valor

1.2.1 Diseño y estructura del museo

El “Choclo Museo” se integra armoniosamente en el centro histórico del Cusco, respetando la arquitectura colonial y andina de la ciudad. El diseño del edificio incorpora elementos simbólicos del maíz, como formas orgánicas y colores que evocan las mazorcas y los campos de cultivo. El museo se

divide en varias áreas temáticas:

- **Sala de los Orígenes:** Explora el origen del maíz en Mesoamérica y su llegada a los Andes, su domesticación y su importancia en las civilizaciones preincaicas e incaicas.

Figura 3
Sala de orígenes



Nota: La figura muestra un ejemplo de cómo sería la sala de orígenes.

- **Sala de Biodiversidad:** Muestra la diversidad de variedades de maíz en el Perú, desde el maíz blanco hasta el morado, el chullpi y el gigante del Urubamba.
- **Sala de Cosmovisión Andina:** Explica el papel del maíz en los rituales, mitos y festividades andinas, como el Inti Raymi y las ofrendas a la Pachamama.

Figura 4
Sala de Cosmovisión.



Nota: Esta figura muestra cómo se vería la sala de cosmovisión si se implementa.

- **Sala de Gastronomía:** Presenta el maíz como ingrediente central de la cocina peruana, con exhibiciones interactivas sobre platos típicos como la chicha, la humita, el tamal y la cancha.

Figura 5
Sala de gastronomía



Nota: Esta figura muestra cómo se vería la cocina del Choclo Museo y sala gastronómica.

- **Sala de la Agricultura Sostenible:** Promueve prácticas agrícolas tradicionales y modernas para el cultivo sostenible del maíz.
- **Espacio Vivencial:** Incluye un huerto demostrativo donde los visitantes

pueden aprender sobre el cultivo del maíz y participar en talleres de siembra y cosecha.

Figura 6
Espacio vivencial



Nota: Esta figura muestra cómo sería el biohuerto de Choclo Museo.

- **Tienda Cultural:** Ofrece productos artesanales, libros y alimentos derivados del maíz, elaborados por comunidades locales.

Figura 7
Tienda del museo



Nota: La figura muestra una posible tienda de souvenirs en Choclo Museo.

1.2.2 Áreas del museo

- **Sala de Origen y evolución**
 - ✚ Historia del maíz desde sus inicios en Mesoamérica
 - ✚ Proceso de domesticación y expansión a nivel global
 - ✚ Exposición de semillas y variedades antiguas
- **Diversidad del maíz**
 - ✚ Diferentes tipos de choclo en el Perú
 - ✚ Características nutricionales y usos industriales
 - ✚ Cultivo sostenible y su impacto ambiental

Figura 8
La diversidad del maíz



Nota: Se muestra algunos porcentajes de para que es usado el choclo.

- **Cocina del maíz**
 - ✚ Degustación de platos elaborados con choclo
 - ✚ Talleres de cocina con chefs
 - ✚ Recetas tradicionales y contemporáneas

Figura 9
La cocina del choclo museo



Nota: Esta figura muestra cómo sería la preparación y degustación de platos.

- **Experiencia sensorial**
 - ✚ Espacio interactivo para tocar y oler distintas variedades del choclo
 - ✚ Proceso de molienda y elaboración de masa a base de maíz
 - ✚ Demostración en vivo del proceso de nixtamalización

Figura 10
Variedades del choclo



Nota: Se muestra en la figura algunas de las variedades del choclo.

- **Huerto del maíz**
 - ✚ Área de cultivo donde se puede conocer de cerca el ciclo de vida del maíz
 - ✚ Información sobre técnicas agrícolas ancestrales y modernas
 - ✚ Participación en la siembra y cosecha (según temporada)

1.2.3 Modelo de Negocio

- **Tienda Temática:** Productos derivados del maíz (harinas, snacks, souvenirs, libros, artesanías).
- **Restaurante & Café:** Platos y bebidas a base de maíz.
- **Eventos & Talleres:** Clases de cocina, conferencias, experiencias personalizadas.
- **Colaboraciones & Patrocinios:** Alianzas con universidades, agricultores,

chefs y marcas relacionadas con el maíz.

Figura 11
Vista panorámica del Choclo Museo



Nota: Se muestra una vista panorámica de la oficina central de Choclo Museo.

1.3 Objetivos SMART

Figura 12
Listado de objetivos



Nota: Se muestran los objetivos a cumplir de acuerdo al modelo objetivos Smart.

1.4 Fortalezas y debilidades

1.4.1 Fortalezas

- Innovación y Experiencia única
- Conexión con la Identidad Cultural
- Atractivo Turístico Innovador
- Integración de Tecnología y Tradición
- Impacto en el Desarrollo Sostenible
- Ubicación Estratégica
- Educación y Conciencia

1.4.2 Debilidades

- Dependencia del Turismo
- Costos de Implementación y Mantenimiento
- Competencia con Otros Atractivos
- Sensibilización del Público

- Riesgo de Comercialización Excesiva
- Dependencia de Alianzas
- Sostenibilidad a Largo Plazo

El proyecto “Choclo Museo” tiene fortalezas significativas, como su enfoque innovador, su conexión con la identidad cultural y su potencial para convertirse en un atractivo turístico único. Sin embargo, también enfrenta debilidades, como la dependencia del turismo, los costos de implementación y los desafíos logísticos. Para garantizar su éxito, es crucial abordar estas debilidades mediante una planificación estratégica, alianzas sólidas y una gestión sostenible.

1.5 Estructura legal y ubicación

1.5.1 Estructura Legal

El “**Centro de Interpretación del Maíz Choclo Museo**” se constituirá como una entidad cultural y educativa bajo la figura legal de una **Asociación Sin Fines de Lucro**, registrada ante los organismos competentes del Perú. Esta estructura legal permitirá al proyecto acceder a beneficios fiscales, donaciones y alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas. Los aspectos legales clave incluyen:

- **Registro:** Inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) como asociación cultural.
- **RUC:** Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) para operar formalmente.
- **Permisos y Licencias:**
 - Licencia de funcionamiento municipal otorgada por la Municipalidad del Cusco.
 - Autorización del Ministerio de Cultura, dado el enfoque educativo y cultural del proyecto.
 - Permiso sanitario y registro para el manejo y venta de alimentos, emitido por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA).
- **Convenios:** Establecimiento de convenios con el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Turismo y otras entidades relacionadas con la promoción cultural y agrícola.
- **Protección de Marca:** Registro del nombre “**Choclo Museo**” y su logo ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección

de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) para proteger la identidad del proyecto.

1.5.2 Ubicación del Museo

El “**Choclo Museo**” estará ubicado en el **centro histórico de la ciudad del Cusco**, en un local estratégicamente seleccionado por su alta afluencia turística y su conexión con la identidad cultural de la región. La ubicación propuesta es:

- **Dirección:** Calle [Nombre de la calle], Cusco, Perú (zona cercana a la Plaza de Armas o a otros puntos turísticos clave).
- **Accesibilidad:** El local contará con fácil acceso para visitantes nacionales y extranjeros, así como para personas con movilidad reducida.
- **Infraestructura:** El espacio contará con áreas para exhibiciones interactivas, talleres, una tienda cultural y un área de degustación.

1.5.3 Manejo de Alimentos

Dado que el proyecto incluirá una parte de preparación y consumo de alimentos, se implementarán las siguientes medidas;

- **Permisos Sanitarios:** Obtención de los permisos necesarios de DIGESA para la manipulación, preparación y venta de alimentos.
- **Buenas Prácticas de Manufactura (BPM):** Implementación de protocolos de higiene y seguridad alimentaria en todas las áreas donde se manipulen alimentos.
- **Capacitación del Personal:** Capacitación constante del personal en manipulación segura de alimentos, higiene y normas sanitarias.
- **Control de Calidad:** Cumplimiento de los estándares nutricionales y sanitarios.
- **Sostenibilidad:** Se usarán ingredientes locales y orgánicos, en colaboración con las comunidades agrícolas del Valle Sagrado, para promover prácticas sostenibles.

1.5.4 Marco Legal y Normativo

El proyecto se regirá bajo las siguientes normativas y marcos legales:

- **Ley General de Turismo (Ley N° 29408):** Para garantizar que el museo cumpla con los estándares de calidad y sostenibilidad turística.
- **Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación (Ley N°**

28296): Para asegurar que las actividades del museo respeten y promuevan el patrimonio cultural relacionado con el maíz.

- **Ley de Promoción de la Inversión Privada en Educación (Ley N° 28740):** Para fomentar alianzas con instituciones educativas y culturales.
- **Reglamentos Municipales:** Cumplimiento de las normativas de zonificación, seguridad y funcionamiento establecidas por la Municipalidad del Cusco.
- **Normas Sanitarias:** Cumplimiento de las normas establecidas por DIGESA para el manejo y venta de alimentos.

1.5.5 Alianzas Estratégicas

El proyecto contará con alianzas clave para su implementación y sostenibilidad:

- **Gobierno Local:** Colaboración con la Municipalidad del Cusco para la obtención de permisos y promoción turística.
- **Comunidades Locales:** Participación de las comunidades del Valle Sagrado en las actividades vivenciales y en la producción de alimentos.
- **Instituciones Culturales:** Apoyo del Ministerio de Cultura y otras entidades dedicadas a la preservación del patrimonio.
- **Sector Privado:** Alianzas con empresas turísticas, gastronómicas y tecnológicas para financiamiento y promoción.

1.5.6 Sostenibilidad Financiera

El proyecto se sustentará en un modelo de ingresos mixto, que incluye:

- **Tienda cultural:** Venta de productos artesanales y gastronómicos derivados del maíz.
- **Talleres y actividades:** Ingresos por talleres educativos y experiencias vivenciales.
- **Venta de alimentos:** Ingresos por la venta de platos y productos derivados del maíz en el área de degustación.
- **Donaciones y patrocinios:** Apoyo de empresas e instituciones interesadas en la promoción cultural y agrícola.

1.6 Historia y antecedentes (si aplica)

Los centros de interpretación han surgido como estrategia para expresar el patrimonio cultural, natural e histórico de un lugar, Se originaron a mediados del siglo XX, con el propósito de no solo exhibir objetos sino también brindar a los visitantes la

experiencia de un recorrido que les trasmite historia y fomenten conexiones emocionales con el lugar visitado. "Los centros de interpretación han pasado de ser meros contenedores de objetos a convertirse en espacios dinámicos que buscan involucrar al visitante a través de la interactividad y la narrativa" (Ham, 1992, p. 15).

Algunos ejemplos de Centros de Interpretación que hay en el Mundo y que destacan son los siguientes:

- Centro de Interpretación del Parque Nacional Yellowstone (EE. UU.)
- Centro de Interpretación del Camino de Santiago (España)
- Centro de Interpretación del Maíz en México
- Centro de Interpretación de Machu Picchu
- Centro de Interpretación del chocolate (Choco-museo)

Los anteriores centros de interpretación mencionados forman parte de la cultura histórica y antecedentes que demuestran la importancia de espacios que involucren la historia y la experiencia para poder conectar con la naturaleza y nuestros antepasados. El **“Centro de Interpretación del Maíz Choclo Museo”** se inspira en estas tendencias para convertirse en un referente en la valoración y difusión del maíz como patrimonio cultural y biológico.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 Descripción del mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo atrae a todo tipo de público, desde los niños de la casa hasta el adulto mayor, ya que la idea de negocio se basa en atraer diversidad de asistentes y así garantizar el éxito del Choclo Museo como un destino que mezcla lo cultural, educativo y turístico en el Cusco. Al tener un mercado objetivo variado se ha segmentado de la siguiente manera:

2.1.1 *Turistas Internacionales*

- Perfil: Viajeros de Europa, Norteamérica, Asia y otros países de América Latina interesados en la cultura, la historia y la gastronomía peruana.
- Intereses:
 - ✓ Conocer la historia y la importancia del maíz en la cultura andina.
 - ✓ Participar en experiencias interactivas y sensoriales únicas.
 - ✓ Aprender sobre la biodiversidad del maíz y su impacto en la gastronomía mundial.
- Motivación: Buscan experiencias auténticas y educativas que complementen su visita a sitios arqueológicos como Machu Picchu y el Valle Sagrado.

2.1.2 *Turistas Nacionales*

- Perfil: Visitantes peruanos de otras regiones del país, especialmente de Lima, Arequipa y otras ciudades principales.
- Intereses:
 - ✓ Descubrir la riqueza cultural y agrícola del maíz en el Cusco.
 - ✓ Participar en actividades vivenciales con sus familias.
 - ✓ Disfrutar de la gastronomía local basada en el maíz.
- Motivación: Buscan actividades educativas y recreativas para compartir en familia o con amigos.

2.1.3 *Familias con Niños*

- Perfil: Familias locales y turistas que viajan con niños en edad escolar.
- Intereses:
 - ✓ Actividades interactivas y educativas que sean divertidas para los niños.

- ✓ Talleres prácticos como siembra, cosecha y preparación de alimentos.
- ✓ Espacios seguros y entretenidos para que los niños aprendan jugando.
- Motivación: Buscan opciones de entretenimiento educativo que fomenten el aprendizaje y la conexión con la naturaleza y la cultura.

2.1.4 *Estudiantes y Grupos Escolares*

- Perfil: Colegios, universidades y grupos educativos de Cusco y otras regiones.
- Interés:
 - ✓ Aprender sobre la historia, la biodiversidad y la importancia cultural del maíz.
 - ✓ Participar en visitas guiadas y talleres prácticos.
 - ✓ Complementar su formación académica con experiencias vivenciales.
- Motivación: Buscan actividades que refuercen los contenidos curriculares relacionados con la historia, la biología y la cultura.

2.1.5 *Amantes de la gastronomía*

- Perfil: Turistas y locales interesados en la gastronomía peruana, chefs, foodies y profesionales de la cocina.
- Interés:
 - ✓ Conocer las variedades de maíz y su uso en la cocina tradicional y moderna.
 - ✓ Participar en talleres de cocina y degustaciones.
 - ✓ Comprar productos derivados del maíz en la tienda del museo.
- Motivación: Buscan profundizar su conocimiento sobre ingredientes emblemáticos de la cocina peruana.

2.1.6 *Comunidades Locales*

- Perfil: Residentes del Cusco y el Valle Sagrado, incluyendo agricultores y artesanos.
- Interés:
 - ✓ Valorar y preservar las tradiciones relacionadas con el maíz.
 - ✓ Participar en actividades culturales y económicas vinculadas al museo.
 - ✓ Vender sus productos (maíz, artesanías, alimentos) en la tienda del museo.

- Motivación: Buscan fortalecer su identidad cultural y generar ingresos a través del turismo.

Tabla 1

Resumen de Mercado objetivo

Segmento	Características	Intereses Principales
Turistas Internacionales	Viajeros de Europa, Norteamérica, Asia y Latinoamérica	Cultura, historia, gastronomía y experiencias únicas.
Turistas Nacionales	Visitantes de Lima, Arequipa y otras regiones del Perú	Actividades familiares, gastronomía y aprendizaje cultural
Familias con Niños	Familias locales y turistas con niños en edad escolar.	Actividades interactivas, talleres prácticos y entretenimiento educativo.
Estudiantes y Grupos Escolares	Colegios, universidades y grupos educativos	Visitas guiadas, talleres y refuerzo de contenidos académicos.
Amantes de la gastronomía	Chefs, fodies y profesionales de la cocina.	Talleres de cocina, degustaciones y productos derivados del maíz.
Comunidades Locales	Residentes del Cusco y del Valle Sagrado, agricultores y artesanos.	Preservación cultural, actividades económicas y venta de productos

Nota: La tabla muestra a que segmento de clientes vamos a dirigir el Choclo Museo, características tienen y sus principales intereses.

2.2 Tendencias del sector

2.2.1 Turismo sostenible y responsable

Actualmente los viajeros buscan opciones que minimicen el impacto ambiental y beneficien a las comunidades locales, prefieren ir a lugares que sean eco-friendly, actividades que promuevan la conservación del medio ambiente, por ejemplo, tours que apoyen a las comunidades locales y proyectos de turismo regenerativo. En el Choclo museo se pueden implementar prácticas sostenibles como el reciclaje, y reducción de plásticos, así como ya

se había mencionado también colaborar con comunidades locales en el cultivo del maíz.

Figura 13
Reciclaje



Nota: La figura muestra cómo se implementaría la sostenibilidad y responsabilidad por el medio ambiente a través el reciclaje.

2.2.2 Experiencias auténticas

Los turistas buscan tener vivencias reales que los sumerjan en la cultura y las costumbres del lugar visitado, donde incluyan actividades interactivas, incluyendo curso de cocina, recorridos por comunidades rurales y participación en celebraciones locales. Este es un pilar en Choclo Museo ya que se ofrecerán talleres vivenciales como siembra cosecha y preparación de alimentos en base a el maíz y esto incluye a las comunidades del Valle Sagrado.

2.2.3 Turismo de aventura

Como viajeros ahora se buscan experiencias activas y emocionantes en entornos naturales, se puede tomar como ejemplo el Trek King, ciclismo y observación de paisajes, como Choclo Museo se pueden incluir visitas guiadas a los campos de cultivo del maíz, con actividades al aire libre.

2.2.4 Turismo gastronómico

La comida es un factor clave para elegir los destinos turísticos, los visitantes buscan poder probar platos tradicionales, participar de la preparación con talleres de cocina guiados por chefs de la zona, esto implementado en el Choclo Museo se realizaría con la preparación y degustación de platos típicos preparados a base de maíz.

Figura 14

Espacio de cocina para demostraciones



Nota: Se muestra en la imagen la posible cocina y espacio de demostración en el Choclo Museo.

2.2.5 *Turismo familiar*

Actualmente incluir a los niños y adultos mayores en las actividades de viajes es un factor para vacacionar por eso buscan destinos que sean adecuados para todas las edades que incluyan opciones de educación para niños y aprendizaje o diversión para adultos. En Choclo museo se pueden incluir actividades lúdicas como juegos o talleres para los niños y programas educativos para adultos.

Figura 15
Sala familiar



Nota: La figura muestra una sala de interacción para niños y adultos con juegos.

2.2.6 *Turismo de lujo*

Existe un porcentaje de personas que tienen un alto poder adquisitivo y son quienes buscan una experiencia exclusiva y personalizada, como servicio VIP, tours y espectáculos privados, por ellos en el Choclo Museo se puede generar visitas privadas y talleres exclusivos para un grupo reducido, así como la creación de paquetes premium que incluyan cenas gourmet con chef reconocidos de la zona.

2.2.7 *Turismo digital*

Hoy en día la tecnología ha abarcado nuestro mercado, transformando la forma en que planificamos y experimentamos los viajes, vida cotidiana, eventos y más, ejemplo las guías digitales, realidad aumentada, en Choclo Museo se implementará el uso de la APP para usar en cualquier dispositivo móvil la cuál contará con varios idiomas y dentro de ella se desarrollarán juegos para niños y adultos con rutas sobre el museo y con ayuda de la Inteligencia artificial se podrán explorar los campos de maíz virtuales.

Figura 16
Digitalización



Nota: La figura muestra como los visitantes podrán revisar toda la información en sus dispositivos móviles, ya que se implementará inteligencia artificial.

2.2.8 *Turismo de trabajo (Workation)*

Actualmente los trabajos te pueden dar la facilidad de trabajar de manera remota, es decir desde cualquier lugar, por ello puedes vacacionar mientras trabajas, estas personas buscan espacios con buena conexión a internet, tranquilo donde puedan desarrollar actividades del trabajo pero que sea un ambiente lindo y cultural, esto en Choclo Museo se

daría con la implementación de un espacio de Coworking dentro del mismo, donde puedan comer y tomar algo y con acceso a Wi-Fi gratis y rápido.

Figura 17
Espacio de coworking



Nota: La figura muestra un espacio para personas que hacen home office y están vacacionando, cuenta con Wi-Fi, espacio tranquilo con una cafetería.

Estas nuevas tendencias que son adaptables al sector que nos encontramos y se pueden aprovechar para ofrecer mejores experiencias en nuestro Choclo Museo en la ciudad del Cusco, si alineamos las preferencias actuales con el proyecto podemos atraer a mucho público diverso y así garantizar la viabilidad del negocio.

2.3 Análisis de la competencia.

Actualmente en la ciudad del Cusco que es dónde se ubicará nuestro museo, no existe competencia directa ya que no hay una idea igual que brinde lo que estamos ofreciendo como proyecto, sin embargo, existe competencia indirecta (puede satisfacer la necesidad de la experiencia) pero no se iguala a la del Choclo museo, algunos ejemplos son los siguientes:

- Choco Museo: Es una experiencia basada en todo el proceso del chocolate, desde su siembra, cosecha y en que se puede utilizar, no cobran entrada, pero ofrecen todo tipo de productos a base del chocolate y esos son sus ingresos aparte de tener una cafetería donde venden sus productos. Y su último ingreso es brindar talleres que duran dos horas y enseñan todo el proceso del chocolate y tiene un costo de S/99.00 soles por persona. Son un proyecto que está ubicado en varios países y ciudades, en Perú se ubica en pleno centro de

la ciudad (Cusco), directo de su página web puedes verificar a que sede ir o visitar. Dentro de sus actividades tienen la preparación con puro chocolate, destacan porque se sabe que el chocolate es muy rico y consumido por grande y pequeños.

- Centro de Interpretación textil Chinchero: Hay varias comunidades que se unen para realizar la explicación acerca de la textilería en lana y el proceso de la misma, te brindan una charla donde aprendes como llega la lana y como logran desenredar, ponerle color, y al final convertirla en chompa, bufanda, guantes u otras cosas. Este lugar no tiene un costo de ingreso, sin embargo, tienen una tienda donde ofrecen sus productos y estos precios van desde los S/. 25 mínimo hasta los S/. 350 una chompa de baby alpaca.
- Cusco Food Tours: Normalmente contratar un tour para que puedas conocer la gastronomía en Cusco puedes hacerlo con cualquier agencia, te ofrecen paquetes que incluye, transporte, visita al mercado local, preparación de comida peruana junto a un chef, kits de cocina y más que van desde los \$150 dólares en pareja de manera privada o en grupo desde los \$85 dólares individual para clases en grupo.
- Centro de Interpretación Tipón: Es un parque arqueológico también como centro de interpretación donde se pueden ver edificaciones como terrazas, conductos de agua, habitaciones de piedra y más. Se ubica en la comunidad de Choquepata en el distrito de Oropesa. Para ingresar hay que contar con el boleto turístico completo que para nacionales tiene un costo de S/. 70.00 soles y para extranjeros S/. 120.00 soles, con el cual tienes acceso a varios lugares turísticos incluido el mencionado.

2.4 Demanda.

En un contexto de notable recuperación en el turismo, Cusco ha tenido un crecimiento del 76.2% de crecimiento en llegada de turistas al Aeropuerto Velasco Astete esto durante el primer trimestre del 2024, para ello surge una gran oportunidad de demanda para nuestro Choclo Museo, este espacio innovador que está alienado al auge del turismo cultural y gastronómico y capitaliza el protagonismo del maíz como un ingrediente histórico gracias a que su consumo global alcanzó recordó entre el 2023 y 2024.

Al ser Cusco la segunda región con más aporte a la economía peruana atrae a visitantes que una conexión con la cultura local. Según MINCENTUR el 70% y 80% de

turistas incluyen visitas gastronómicas en sus itinerarios y un 95% consume productos derivados del maíz como la chicha morada, tamales y cancha serrana. Sin embargo, hasta ahora no hay un lugar que haya explotado el potencial de dicho producto peruano. Hace poco el ceviche peruano fue reconocido por UNESCO dándole valor a nuestra comida como un atractivo para visitar, en este escenario el Choclo Museo pretende llenar un vacío en el mercado.

Ofrecer talleres interactivos donde el 50% de visitantes participen activamente preparando comidas a base de maíz como humitas, tamales u otros conectar con tendencias globales como la alta demanda de consumo de este producto ya que los turistas valoran lo auténtico y sostenible, y multiplicar el impacto económico ya que se incluye al Valle Sagrado en la producción de insumo y experiencias vivenciales. En Choclo Museo no solo ofrece lo típico de aquellos lugares, sino que convierte al maíz en el protagonista, atrayendo a un público que desea conocer, aprender y vivir nuevas experiencias.

Las tendencias actuales, como el turismo gastronómico y vivencial, respaldan la viabilidad del proyecto, ya que los visitantes muestran un creciente interés por actividades interactivas y educativas. Además, la falta de una oferta especializada en el maíz representa una oportunidad única para captar a un público específico. Proyectamos atraer al menos 20,000 visitantes anuales, generando ingresos significativos a través de visitas, talleres y venta de productos."

2.5 Oportunidades y amenazas.

2.5.1 Oportunidades

Cusco es uno de los destinos turísticos más visitados del Perú, según MINCETUR en el año 2023, el Aeropuerto Internacional Velasco Astete recibió 1,498,953 pasajeros, lo que significa un amplio y diverso público, por otro lado la gastronomía peruana es reconocida a nivel mundial y atrae visitantes solo por comer algún plato en especial y el maíz como un ingrediente emblemático atrae a visitar el Choclo Museo, los turistas que visitan el Cusco ahora buscan conectar con la naturaleza, la cultura local y vivir experiencias distintas. Se buscaría contar con el apoyo de entidades como el Ministerio de Cultura, de Turismo y algunas otras entidades que deseen sumarse como alianza estratégica, también se podría trabajar en colaboración con las comunidades locales y así lo asociamos con el crecimiento del turismo sostenible ya que ahora muchos visitantes buscan que se respete el medio ambiente y se beneficie lo local. Incorporar el uso de tecnología como la realidad aumentada, aplicaciones, también genera una oportunidad de un nuevo mercado ya que

estamos inmersos en la era digital, se vuelve atractivo para todo tipo de público, familias, escolares, grandes y pequeños, en Choclo Museo se podrían organizar eventos como ferias o festivales y así poder lograr un posicionamiento como referente cultural y educativo.

2.5.2 Amenazas

Como proyecto nuevo y orientado al turista una amenaza que destaca es la dependencia del turismo ya que se vería afectado por crisis económicas, pandemias o cambios en las preferencias de los visitantes, por otro lado la amplia oferta turística que tiene Cusco como Machu Picchu, Sacsayhuamán u otras actividades, las variaciones de viajeros por temporadas y meses como en junio por el Inti Raymi es alta o enero y marzo por lluvias temporada baja, además los costos para la creación de este proyecto implica un capital inicial significativo y los costos de mantenimiento pueden ser elevados, la gestión de recursos y sostenibilidad ambiental, también hablamos de que algunas personas no se familiaricen con la importancia del maíz lo que podría requerir hacer campañas de sensibilización y educación, se corren riesgos de que el proyecto se vuelva comercial y pierda el enfoque cultural y educativo, los factores externos como políticas, desastres naturales pueden afectar el flujo de turistas, asimismo las obtención de permisos y licencias para poder generar un espacio en el centro del Cusco.

Figura 18
Resumen de oportunidades y amenazas



Nota: La figura muestra un resumen de las oportunidades y amenazas para Choclo Museo.

CAPÍTULO III

ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS

3.1 Estrategias de promoción

3.1.1 *Estrategias para Atraer a Cada Segmento:*

- **Turistas Internacionales:** Promoción en plataformas turísticas internacionales, colaboración con agencias de viaje y hoteles.
- **Turistas Nacionales:** Campañas publicitarias en redes sociales y medios nacionales, paquetes turísticos familiares.
- **Familias con Niños:** Actividades lúdicas y talleres diseñados específicamente para niños.
- **Estudiantes y Grupos Escolares:** Programas educativos con descuentos para colegios y universidades.
- **Amantes de la Gastronomía:** Talleres de cocina con chefs reconocidos y degustaciones temáticas.
- **Comunidades Locales:** Involucramiento activo en la gestión del museo y venta de productos.

3.1.2 *Estrategias nuevas tendencias*

Para promocionar de una manera innovadora y que sea efectiva, se pueden aprovechar las nuevas tendencias del mercado como ya se había mencionado líneas arriba, actualmente el marketing se ha modernizado y es de otra manera como podemos llegar a nuestro público objetivo, algunas de estas estrategias pueden ser:

- **Marketing de Contenidos y Storytelling:** Crear historias sobre la importancia del maíz en la cultura andina, su impacto en la gastronomía peruana, publicando blogs y vídeos.
- **Experiencias Virtuales y Realidad Aumentada:** Crear una aplicación que permita tener un tour virtual de nuestro museo y el uso de la realidad aumentada para que puedan los usuarios explorar exhibiciones desde sus dispositivos.
- **Colaboraciones con Influencers y Blogueros:** Los creadores de contenido actualmente tienen mucho poder de influencia en su público y alcance en redes sociales, por ello invitar a alguno que su plataforma vaya de acorde a lo que queremos proyectar con el Choclo Museo sería de mucha ayuda como campaña publicitaria.

Figura 19
Influencers creando contenido



Nota: La figura muestra a influencers creando contenido en sus redes para generar visitas al Choclo Museo.

- **Campañas en Redes Sociales con Hashtags Personalizados:** Crear una identidad única para el museo en redes sociales, promover hashtags como #Choclo Museo o #maízandino y se lanzan concurso o desafíos que permitan interacción con nuestras páginas.
- **Marketing de Influencia Local:** Que los habitantes del Cusco se involucren y así se pueda colaborar con agricultores, artesanos y chefs locales para mostrar la conexión de nuestro museo con la tradición local.
- **Contenido Multilingüe:** Generar las plataformas en varios idiomas para que los visitantes se sientan valorados con el uso de su idioma nativo.

Figura 20
Aplicación de Choclo de Museo



Nota: La figura muestra el aplicativo móvil de Choclo Museo.

Tabla 2
Resumen de Estrategias de promoción

Estrategia	Acción
Marketing de Contenidos y Storytelling	Crear historias sobre el maíz.
Experiencias Virtuales y Realidad Aumentada	Ofrecer tours virtuales y usar realidad aumentada.
Colaboraciones con Influencers y Blogueros	Invitar a creadores de contenido a promocionar el museo.
Campañas en Redes Sociales	Usar hashtags y lanzar concursos creativos.
Marketing de Influencia Local	Involucrar a la comunidad local en la promoción.
Contenido Multilingüe	Crear material promocional en varios idiomas.

Nota: La tabla muestra un resumen de las estrategias promocionales que usaríamos en el Choclo Museo y que acciones se tomarían por cada una.

3.2 Canales de distribución

Para inicios de nuestro proyecto lo mejor será utilizar canales directos e indirectos que ayuden a la posicionar el Choclo Museo, algunos de ellos son los siguientes:

Entradas en el mismo lugar

3.2.1 *Página Web Oficial*

Implementar un sitio web para que al buscar el nombre del proyecto automáticamente arroje una página donde se pueda ver la información completa, entradas, reserva de local, compra de productos y más.

Figura 21
Página web de Choclo Museo



Nota: La figura muestra cómo se vería la página web de Choclo museo para reservas, información de las salas y más.

3.2.2 *Plataformas de reserva en Línea*

Se utilizarán plataformas que sean conocidas para el público, como TripAdvisor, Airbnb Experiences u otras que nos ayuden a conectar con turistas internacionales que ya

utilizan estos canales y poder facilitar la reserva y compra en línea.

3.2.3 *Redes Sociales*

Las redes no solo servirán para promocionar sino también puede ser un canal de venta a que se puede vender a través de Facebook o Instagram shops ya sea por reservas directas o mensajes privados, esto permite llegar a un público más joven y con uso de la tecnología.

3.2.4 *Comisiones a los guías turísticos*

Se establecerán alianzas con guías turísticos a los cuales se les brindará un porcentaje de ganancias por llevar turistas a nuestro museo, tendrás un pago por la cantidad de turistas que lleven en el día, y así poder contar con un ingreso más de visitantes

Figura 22
Entrada



Nota: La figura muestra el acceso físico de choclo museo mostrando su ticket de ingreso que permitirá saber cuántos turistas visitan el lugar.

3.2.5 *Alianzas con Operadores Turísticos*

Colaboraremos con empresas que ofrezcan paquetes turísticos para que dentro de sus tours incluyan la visita al Choclo Museo, y así poder ofrecer descuentos llevar visitantes en grupos de más de 2 personas, se aplicaría el alcance a través de las redes de los operadores.

3.2.6 *Canales de distribución para Productos*

Dentro del Choclo Museo tendrá una tienda de productos artesanales a base de maíz y otros y para ello se ofrecerá dentro de la página web un espacio para compra directa de los ya mencionados y elegir si desea recojo en tienda o delivery hasta su domicilio o residencia

y a su vez se venderán en puntos estratégicos de tiendas locales que ofrezcan productos artesanales, con esto se busca ampliar la red de distribución y alcance.

3.3 Política de precios

En el Choclo Museo se manejará una política de precios de acuerdo a nuestra sostenibilidad financiera y el proceso de ingresos:

Tabla 3
Política de Precios

Producto / Servicio	Costo
Taller de preparación (por persona)	S/100.00
Tamal	S/6.00
Vaso de Chicha	S/8.00
Chicha de Jora	S/7.00
Bolsita de cancha	S/5.00
Polos	S/25.00
Tazas	S/10.00
Llaveros	S/3.00
Bolsos	S/35.00
Tote bags	S/15.00
Cuadros	S/10.00
Artesanías	S/5-7.00
Vinchas	S/3-6.00
Poleras	S/40.00
Chompas	S/45.00
Otros	S/10.00

Nota: La tabla muestra los precios que se tendrán en Choclo museo, y cuáles son las entradas de dinero del mismo.

3.4 Medios de publicidad

Ahora podemos utilizar una combinación de medios digitales, tradicionales y alternativos, así podemos promocionar el Choclo Museo de manera efectiva y llegar a nuestro público objetivo mencionado capítulos arriba, para ellos usaríamos:

3.4.1 Medios digitales

- Redes sociales

- Páginas web
- Publicidad en línea

Figura 23
Muestra de publicidad en redes sociales



Nota: Se muestra un ejemplo de promoción en redes sociales.

3.4.2 Medios tradicionales

- Folletos y flayers
- Prensa
- Radio

Figura 24
Folletos



Nota: Un ejemplo de folleto – flyers de promoción para el Choclo Museo.

3.4.3 Medios Alternativos

- Eventos y Activaciones
- Guías y Mapas
- Merchandising

Figura 25
Merchandising de Choclo Museo



Nota: Se muestra en la figura algunos souvenirs o merchandising para vender en la tienda del Choclo Museo.

CAPITULO IV

PLAN OPERATIVO

4.1 Procesos clave de operaciones

4.1.1 Proceso de Recepción y Atención al Cliente (Evaluación y Mejora)

Este proceso garantiza la primera experiencia positiva que el visitante tendrá a su llegada al museo, facilita la orientación a donde deben dirigirse, resolver dudas y alguna información adicional. Lo realizará el personal de taquilla quienes tienen a cargo los QRs de entradas y ofrecen la información, por otro lado, los guías reciben los visitantes y los llevan por las salas del museo, tendrán a su mano folletos y material informativo y estarán capacitados en atención al cliente. También se encargarán de recibir el feedback que los clientes dejen del museo a través de encuestas de satisfacción y mejora continua. Para ellos seguirán el siguiente procedimiento:

- Recepción en la entrada con un saludo cordial.
- Acceso o verificación de reservas en línea.
- Entrega de mapas o folletos informativos.
- Orientación sobre las exhibiciones, talleres y actividades disponibles.
- Despedida y solicitud de feedback al finalizar la visita.

4.1.2 Proceso de Compras y Recepción de Insumos

El siguiente proceso implica la obtención y recepción de los insumos que se utilizarán en todos los procedimientos del Choclo Museo como materiales informativos, alimentos para preparación, merchandising, y otros, se utilizará un software de pedidos, inventario, transporte y personal de logística, se encargarán de recibir, procesar y entregar pedidos, así como guardar los insumos para la preparación, esto con un equipo de ventas, almacén y logística.

4.1.3 Proceso de Producción de Productos

Este proceso consiste en la elaboración de los productos derivados del maíz, como harinas, snacks, bebidas y artesanías que serán vendidas en el museo, los chefs encargados de este proceso estarán en la sala interactiva donde se prepararan y exhibirá la temática de cocina en el museo, por otro lado, las comunidades locales que serán los proporcionan insumos y un encargado de control de calidad. Utilizarán materias primas como (maíz, ingredientes adicionales), equipos de cocina (molinos, hornos, envases). Para ello deben seguir los siguientes pasos:

- Selección y compra de maíz y otros insumos a comunidades locales.

- Elaboración de productos siguiendo recetas tradicionales y estándares de calidad.
- Envasado y etiquetado de los productos.
- Almacenamiento y distribución a la tienda del museo.

4.1.4 Proceso de Gestión de la tienda, espacio de coworking y cafetería

En esta parte de nuestros procesos, se encargarán de la venta y exhibición de productos a base de maíz y artesanías en la tienda del museo, espacio de coworking y cafetería, se ofrecerá a los visitantes la posibilidad de llevarse un recuerdo del museo, poder tomarse algo en la cafetería o trabajar desde sus dispositivos en espacios exclusivos para coworking, así generamos ingresos adicionales y promovemos los productos locales y la cultura del maíz. De ello se encarga el personal de la tienda de atención a los clientes y logística de abastecimiento y reposición de productos. Utilizan en este proceso mobiliario como estanterías, mostradores, mesas, sillas y otros que se necesiten para el buen funcionamiento de los espacios mencionados.

4.1.5 Proceso de Logística y Distribución

Con este proceso se asegura el transporte y distribución de productos y materiales entre los proveedores y el museo, esto garantiza que los productos y materiales estén disponibles donde y cuando se necesiten, permite optimizar los tiempos de trasportes harán la planificación de rutas y horarios de transporte, carga y descarga de materias primas, monitoreo de los productos durante el transporte, para ello contarán con un sistema de seguimiento y logística.

4.1.6 Proceso de Promoción y Marketing

Dentro de este proceso se llevan a cabo todo el manejo de redes y publicidad, como se mencionó anteriormente en la segmentación, se llegará de manera distinta a cada grupo objetivo para ellos un equipo de promoción llevará a cabo las estrategias para dar a conocer nuestro museo y sus actividades para poder atraer visitantes locales y turistas así como lograr una fidelización mediante estrategias, estará a cargo de un equipo de marketing que diseñará y efectuará todo lo relacionado así como la gestión de las redes sociales, manejo de contenido digital y nuestra página web, contarán con recursos como Canva, Plataformas de publicidad, cámaras y equipos para producción.

4.2 Infraestructura y tecnología requerida.

4.2.1 Infraestructura

Cuando hablamos de instalaciones, equipamientos y edificaciones, en Choclo Museo

es un elemento clave para garantizar la funcionalidad y seguridad del espacio e influye en la experiencia del visitante, se implementarán los siguientes espacios modernos y con un buen manteniendo:

Tabla 4
Compras de infraestructura

Elemento	Descripción	Cantidad	Costo estimado
Oficina centro (alquiler)	Espacio de 350 m2 para que pueda funcionar nuestro espacio de Choclo Museo.	1	S/. 10.000
Muebles	Sillones, sofá, estantería, y más	-	S/. 2000.00
Mesas	Mesa temática con forma de mazorca, Mesas altas, Mesas bajas de madera y Mesas interactivas.	10	S/. 3000.00
Sillas	Sillas con temáticas, sillas altas. Sillas de madera	60	S/. 48000
Barra	Tablero que sirve para recibir clientes.	1	S/. 4000
Mantelería	Conjunto de manteles para mesas	-	S/. 4000
Mesas de inox	Mesas de acero inoxidable	5	S/. 9000
Horno	Electrodoméstico para hornear alimentos.	1	S/. 1800
Utensilios de cocina	Conjunto de utensilios, ollas, sartenes, cucharas y más.	-	S/. 2000

Cocina Industrial	Cocina de 4 hornillas para uso industrial.	1	S/. 4000
Batidora	Electrodoméstico que ayuda a batir.	1	S/. 4000
Decoración	Productos decorativos para todos los espacios.	-	S/. 20000
Artesanías	Productos de artesanos para venta.	-	S/. 4000
Merchandising	Productos con logo del museo.	-	S/. 3000
Molino	Utensilio para moler alimentos.	1	S/. 600
Biohuerto	Espacio para sembrar maíz de manera orgánica.	1	S/. 3000

Nota: La tabla muestra en que se debería invertir con temas de infraestructura.

4.2.2 Tecnología

Contar con los equipos tecnológicos adecuados van a garantizar el éxito de nuestro proyecto Choclo Museo optimice procesos como la verificación de entradas para llevar un orden de las personas que visiten el museo, las salas interactivas, el uso del Wi-Fi en nuestros espacios de Coworking y más.

Tabla 5
Tecnología

Elemento	Descripción	Cantidad	Costo estimado
Laptop	Dispositivo para control de entradas, venta de productos, uso de los jefes de área y otros.	1	S/. 3500
TV	Electrodoméstico para uso en salas interactivas.	1	S/. 3000
Teléfono	Un dispositivo móvil para la creación de contenido y explicación para el uso de la aplicación en Choclo Museo.	1	S/. 5000

Nota: La tabla muestra dispositivos tecnológicos que se deben adquirir para el buen funcionamiento de Choclo Museo.

4.3 Relación con proveedores

En Choclo Museo no solo compramos insumos, sino que construimos alianzas estratégicas con nuestros proveedores que comparten nuestra misión cultural y sostenible ya que una buena gestión con nuestros suministradores nos garantiza:

- Productos de Calidad
- Experiencias Memorables
- Impacto Positivo

Contaremos con un proveedor local de maíz, así como Asociación de Agricultores de Calca quienes nos ayudarán con el envío de maíz morado para la preparación de bebida a base de este. A cambio les compramos a un precio justo y promovemos su trabajo en redes sociales. Para garantizar el éxito de Choclo Museo, generaremos relaciones estratégicas con nuestros proveedores y así puedan compartir nuestra visión, para ello tendremos una estructura para elección y cómo gestionarlos:

4.3.1 Tipos de Proveedores y Criterios de Selección

- Proveedores Locales de Maíz
Se trabajará con proveedores locales del Valle Sagrado, así como asociaciones ya formadas como la de Calca, nos proveerán maíz nativo y los derivados del maíz, se tomarán en cuenta los criterios como que los cultivos sean orgánicos o de bajo impacto social, que los precios sean justos y que su capacidad de abastecimiento sea continua.
- Proveedores de Merchandising
Trabajaremos con artesanos tejedores, ceramistas y algunas empresas de productos sostenibles, que nos provean bolsas de tela, imanes, polos, tazas llaveros todo personalizado, se tomará en cuenta que los productos sean de materiales aptos para la distribución y venta en el Choclo Museo con diseños exclusivos y que puedan producir más en temporada alta.
- Proveedor de WI-FI y Tecnología
Se optará por la empresa con Fibra Óptica en la oficina de la ciudad ya que se adaptan a las necesidades del local, esperamos contar con una conexión estable para todas las actividades que se realizarán y un soporte técnico rápido para cualquier emergencia.

- Proveedores de Mobiliario y Equipos
Tendremos que adquirir mobiliario como mesas, sillas, vitrinas, estanterías y otros y para ellos se optará por carpinteros locales o empresas que brinden material sostenible, que vaya de acorde al estilo del museo y que sea de diseño funcional.
- Otros Proveedores Clave
Se contarán con proveedores para cubrir otras necesidades como la seguridad, donde se tendrá un sistema de cámaras de videovigilancia en todo el local.

4.3.2 *Mecanismos de Comunicación y Gestión*

Vamos a utilizar algunos medios de comunicación con nuestros proveedores como:

- Reuniones mensuales para planificar cosechas y pedidos
- Grupos de WhatsApp para actualizar disponibilidad
- Visitas a campo para verificar proceso
- Contratos formales con cláusulas de calidad y plazos
- Convenios con Cooperativas

4.3.3 *Evaluación y Seguimiento*

Se implementará un sistema que permita monitorear los estándares del museo para que ello, tendremos indicadores de evaluación:

Tabla 6
Indicadores de Evaluación

Criterio	Indicador	Frecuencia
Calidad del producto	% de productos rechazados por defectos	Mensual
Cumplimientos de plazos	Tiempo promedio de entrega	Por pedido
Sostenibilidad	Uso de prácticas eco-friendly	Anual (visitas a campo)
Artisanos	Cumplimiento de diseños y plazos	Por pedido

Internet	Tiempo sin fallas	Mensual
Impacto social	Nº de familias beneficiadas	Trimestral

Nota: La tabla muestra los indicadores a tener en cuenta para evaluar los estándares.

Se tomarán a la par acciones para corregir algún imprevisto, como capacitación al personal o nuestros proveedores y así ofrecerles talleres de mejora y como priorizar que se cumplan nuestros indicadores.

4.3.4 Beneficios para los Proveedores

- Promoción en el museo para sus productos
- Capacitaciones en buenas prácticas
- Pagos anticipados en temporadas bajas

4.4 Gestión logística

La logística en Choclo Museo eficiente, sostenible y adaptada a nuestro eje principal: el museo en Cusco y lo organizaremos de la siguiente manera:

4.4.1 Objetivos de la Gestión Logística

- Garantizar el abastecimiento continuo de insumos (maíz, productos para talleres, merchandising).
- Optimizar costos y tiempos de transporte entre Cusco y el Valle Sagrado.
- Asegurar la calidad y frescura de los productos (especialmente los derivados del maíz).
- Minimizar el impacto ambiental (uso de vehículos eficientes, reducción de residuos).

4.4.2 Flujos Logístico Clave

- ✓ Suministro de Maíz y productos Locales: Las comunidades nos abastecen de maíz fresco cada 2 o 3 días para los talleres y degustaciones.
- ✓ Distribución de merchandising y Productos de Tienda: Los artesanos no reponen mercancía de manera semanal en temporadas altas como abril, junio, julio y principios de agosto, y de manera mensual en temporadas bajas. Se contará con bodega para almacenar productos en la oficina del Cusco.
- ✓ Logística de Talleres y Eventos: Se tendrán preparados kits que se puedan distribuir hacia el taller.
- ✓ Gestión de Residuos y Sostenibilidad: Se realizará la separación de los

residuos orgánicos para realizar compost de los plásticos y vidrio. Así como los envases retornables.

4.4.3 *Proceso Logístico Paso a Paso*

- a) Planificación
- b) Abastecimiento
- c) Transporte y Almacenamiento
- d) Distribución Interna
- e) Monitoreo y Mejora

4.4.4 *Tecnología y Herramientas Útiles*

Se utilizarán herramientas para ayuda y gestión como Google Sheets o Excel para manejar inventarios, WhatsApp business para coordinar con proveedores locales las entregas, y un sistema de reservas como plataforma integrada para talleres.

4.4.5 *Ejemplo de logística en un día para Choclo Museo*

7:00 A.M: Revisar stock de maíz y hacer pedidos a las comunidades.

10:00 A.M: Recibir envío de Merchandising y almacenar.

1:00 P.M: Transportar insumos para taller de cocina.

4:00 A.M: Recoger residuos orgánicos para compost.

CAPÍTULO V

PLAN ORGANIZACIONAL

5.1 Filosofía organizacional

5.1.1 Misión

Promover la valoración y difusión del maíz (*Zea mays*) como un elemento fundamental de la identidad, la historia y la cultura andina, a través de experiencias educativas, interactivas y vivenciales que conecten a los visitantes con la riqueza cultural y biológica del maíz, fomentando su conservación y contribuyendo al desarrollo sostenible de las comunidades locales.

5.1.2 Visión

Ser reconocido como el principal centro de interpretación del maíz en el Perú, un espacio innovador y referente cultural que celebra el legado del maíz y su papel en la construcción de la identidad peruana, atrayendo a visitantes locales e internacionales y generando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente

5.1.3 Valores

Los valores del “Choclo Museo” son los pilares que guían su operación y relación con los visitantes, la comunidad y el entorno:

- **Respeto:** Valoramos y respetamos la cultura, las tradiciones y el conocimiento ancestral de las comunidades andinas.
- **Sostenibilidad:** Nos comprometemos con prácticas responsables que protejan el medio ambiente y promuevan el desarrollo sostenible.
- **Innovación:** Buscamos constantemente nuevas formas de educar, inspirar y conectar a los visitantes con la cultura del maíz.
- **Calidad:** Ofrecemos experiencias de alta calidad que superen las expectativas de nuestros visitantes.
- **Inclusión:** Creamos un espacio accesible y acogedor para todos, sin importar su origen, edad o condición.
- **Trabajo en Equipo:** Fomentamos la colaboración entre nuestro equipo, las comunidades locales y otros actores clave.
- **Pasión:** Trabajamos con entusiasmo y dedicación para compartir la riqueza cultural y biológica del maíz.

5.1.4 Principios

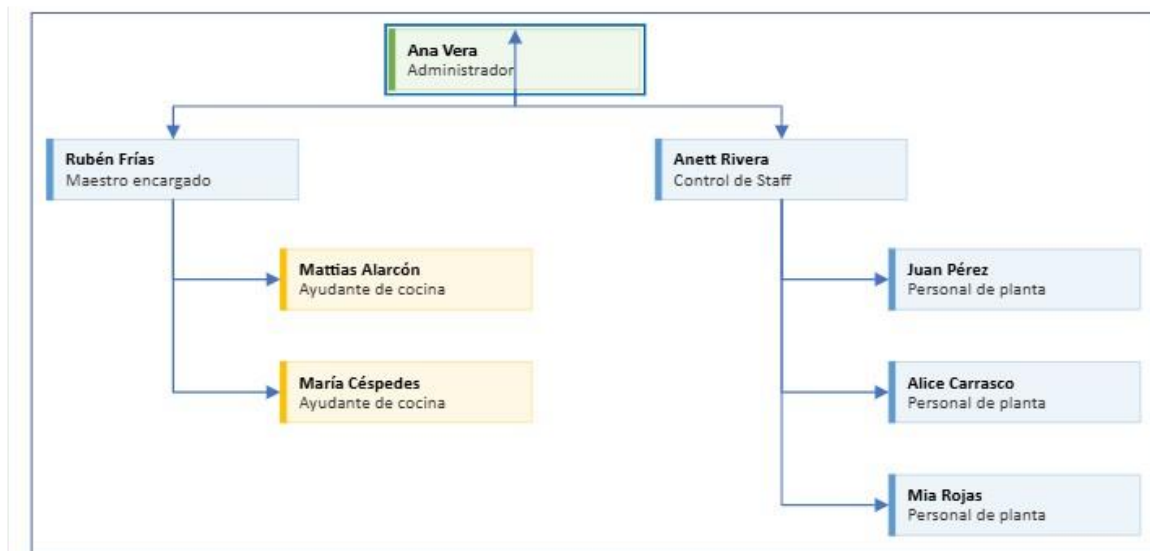
Los principios del “Choclo Museo” son las creencias fundamentales que orientan su

operación:

- Conexión con la Tierra: Creemos en la importancia de reconectar a las personas con la tierra y sus recursos, fomentando una relación armoniosa con la naturaleza.
- Educación Transformadora: Creemos en el poder de la educación para transformar vidas y generar conciencia sobre la importancia del maíz y su conservación.
- Cultura Viva: Creemos en la preservación y promoción de la cultura viva, celebrando las tradiciones y conocimientos ancestrales.
- Impacto Social: Creemos en generar un impacto positivo en las comunidades locales, apoyando su desarrollo económico y cultural.
- Excelencia Operativa: Creemos en la importancia de operar con eficiencia, transparencia y responsabilidad en todas nuestras acciones.

5.2 Organigrama

Figura 26
Organigrama de empresa Choclo Museo



Nota: Se muestra en la figura la posible organización jerárquica en Choclo museo.

5.3 Requisitos de personal y contratación

Para poder realizar la contratación de personal vamos a seguir una lista de el perfil, teniendo en cuenta requisitos generales como edad, nivel educativo, experiencia laboral, habilidades técnica y blandas que debe seguir cada miembro de nuestro equipo, para ello tenemos lo siguiente:

5.3.1 Administrador

La persona que desee postular a este puesto de trabajo debe, tener su licenciatura en Administración de Empresas, Turismo, Gestión Cultural o afines, que tenga experiencia en gestión de proyectos culturales o turísticos, que tenga la capacidad de liderar un equipo, planificar de manera estratégica actividades y presupuesto, tener conocimiento en sostenibilidad y responsabilidad social. Como requisito indispensable debe manejar el inglés avanzado.

5.3.2 Maestro Encargado

El personal que postule a este puesto debe contar con un título técnico o profesional en Gastronomía, Agronomía, o afines, debe ser didáctico para poder trabajar con niños, adultos y turistas, conocer técnicas tradicionales de la cocina andina, manejar el inglés básico como prioridad para comunicación con turistas, debe contar con certificado en manejo de alimentos y en turismo vivencial. Contar con la capacidad para liderar ya que tendrá a cargo ayudantes para la cocina,

5.3.3 Ayudante de cocina

El postulante para este puesto debe contar con título técnico en gastronomía o cursar la carrera, contar con experiencia un año en cocina de restaurantes o proyectos con ingredientes locales, debe tener conocimiento en platos a base de maíz como humitas, tamales, chicha, tener higiene y organización en su espacio de trabajo, o contar con la disposición de aprender, y por último debe estar certificado en manejo de alimentos.

5.3.4 Encargado de Staff

Debe contar con estudios en turismo, tener experiencia en puestos similares sobre atención al cliente turismo y cultura, que sepa solucionar conflictos, manejar grupos, planificar los horarios y logística, saber inglés a nivel intermedio muy indispensable.

5.3.5 Personal de Staff

Al postular a este puesto debe contar con estudios en turismo, historia o gastronomía, mínimo 6 meses de experiencia en atención al público en museos, turismo o ventas, debe ser claro, empático, conocer la cultura andina a nivel básico.

Todos los postulantes que deseen adquirir la vacante deben seguir el siguiente proceso para su contratación:

1. Se publicará la vacante en portales de empleo, redes sociales y alianzas con

instituciones.

2. Sus CVs pasarán por un filtro de evaluación de habilidades y formación general.
3. Los seleccionados pasarán entrevista
4. Al finalizar la selección, los contratados pasarán una semana de capacitación

Los postulantes también deben contar con el siguiente perfil:

- Respeto por las tradiciones andinas
- Trabajo en equipo
- Pasarán por los filtros anteriormente mencionados

5.4 Roles y responsabilidades

Cada miembro de nuestro equipo en Choclo museo tendrá sus actividades y para ello cada uno tendrá algo distinto por realizar de acuerdo a la lista:

5.4.1 Gerente

Su principal rol será dirigir y supervisar todas las actividades del museo y como funciones tendrá que planificar y tomar decisiones estratégicas, coordinar entre áreas, tener relaciones con patrocinadores, autoridades y comunidad y supervisar el presupuesto y cumplir con las metas, asegurar que se cumplan las normas legales y de sanidad.

5.4.2 Maestro Encargado

Su rol principal es liderar las actividades relacionadas al maíz dentro del Choclo Museo, como responsabilidades debe diseñar y dirigir los talleres, brindar las capacitaciones al personal, supervisar que todos los productos e insumos tengan la calidad deseada, realizar colaboraciones con las comunidades locales, asegurarse de que los talleres y exhibiciones cumplan con las expectativas del público.

5.4.3 Ayudante de Cocina

El rol que debe seguir es asistir al maestro encargado en la cocina, actividades de preparación de alimentos y gastronómicas, sus responsabilidades serían mantener la higiene y organización, preparación de platos a base de maíz, brindar el apoyo en los talleres de cocina vivencial, llevar un control del inventario.

5.4.4 Encargado de Staff

Cumplirá con el rol de coordinar al equipo de atención al cliente y también formará parte de él, organizará horarios y llevará el control del grupo, recolectará el feedback para mejorar la experiencia del visitante.

5.4.5 Personal de Staff

Su principal rol será atender al público visitante de las áreas del Choclo Museo, cumplirán con las responsabilidades de recibir y brindarles orientación a los clientes, explicar las salas interactivas, vender los productos de la tienda del museo, tener ordenados y limpios los espacios y más.

CAPÍTULO VI

PLAN FINANCIERO

6.1 Inversión inicial.

La inversión inicial de S/. 102,900.00 será cubierta al 100% con recursos propios, así se asegura la autonomía en la gestión. Se están dando prioridad a los rubros de infraestructura (64%) y el capital de trabajo (19%), alineados a la propuesta de valor interactiva del Choclo Museo (ver Capítulo I), los costos detallados en la siguiente tabla:

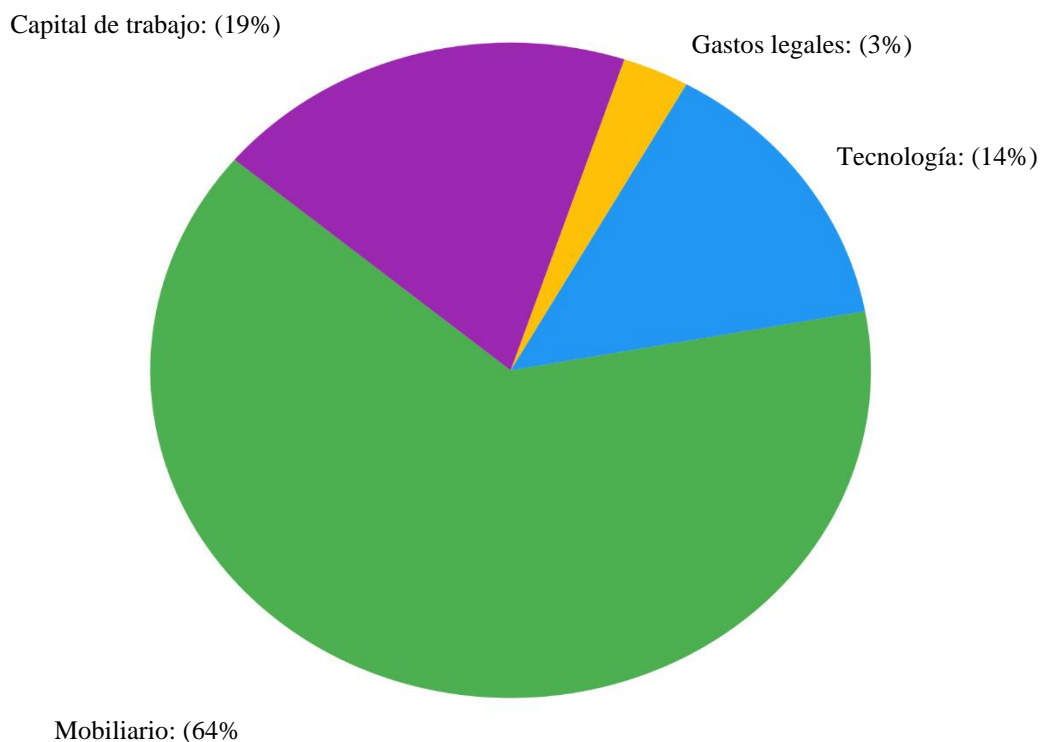
Tabla 7
Detalles de inversión inicial

Rubro	Justificación	Costo total
Mobiliario y equipos	Amoblado. Sillas, mesas, utensilios, barra, horno, batidora y más.	S/. 65,600.00
Tecnología	Laptop, Tv, celular	S/. 14,500.00
Gastos legales	Inscripción en registros públicos, pago del abogado, licencias	S/. 2,800.00
Capital de trabajo	-	S/. 20,000.00
Total, de inversión	-	S/. 102,900.00

Nota: Se muestran los detalles de la inversión inicial con los diferentes rubros.

Figura 27
Distribución Inversión inicial

Distribución de la Inversión Inicial (S/. 102,900.00)



Nota: La figura muestra los porcentajes que representa cada inversión en base al total invertido.

6.2 Estimación de ingresos.

Basado en la proyección de ventas, se estima que los ingresos anuales totales serán de S/. 432,000.00 y estos serán por venta de talleres de cocina y vivenciales y a la par la venta de productos en la tienda del museo, para ello se plantea la siguiente información:

Tabla 8
Ingresos de Talleres

Nota: La tabla muestra la estimación de ingresos anuales en base a los talleres vivenciales y

Visitantes diarios	Visitantes mensuales	Visitantes anuales	Costo por persona	Total, ingresos anuales talleres
10	300	3600	S/. 100	S/. 360,000.00

de cocina.

Tabla 9
Ingresos por ventas de tienda

Venta diaria	Venta mensual	Venta Anual
S/ 200.00	S/ 6,000.00	S/. 72,000.00

Nota: La figura muestra los ingresos anuales por ventas de la tienda de Choclo Museo.

6.3 Costos fijos y Variables.

En el Choclo Museo se manejan los costos fijos y variables de acuerdo a las siguientes tablas:

Tabla 10
Costos Fijos

Detalle	C.U.	Und.	C. Total al Mes
Alquiler de local	10000	1	S/ 10,000.00
Administrador	2000	1	S/ 2,000.00
Personal	1200	4	S/ 4,800.00
Maestro encargado	1800	1	S/ 1,800.00
Ayudante de cocina	1050	2	S/ 2,100.00
		Total	S/ 20,700.00

Nota: La figura muestra los costos fijos que tendrá Choclo Museo.

Tabla 11
Costos Variables

Detalle	C.U.	Und.	C. Total al Mes
Marketing	800	1	S/ 800.00
Comisiones Agencias y Guías	80	5	S/ 400.00
servicios agua luz internet	100	3	S/ 300.00
Otros	1000	1	S/ 1,000.00
Gas	60	2	S/ 120.00
Materia prima	900	1	S/ 900.00

Insumos	400	1	S/	400.00
Total			S/	3,920.00

Nota: La tabla muestra los costos variables mensuales de Choclo Museo.

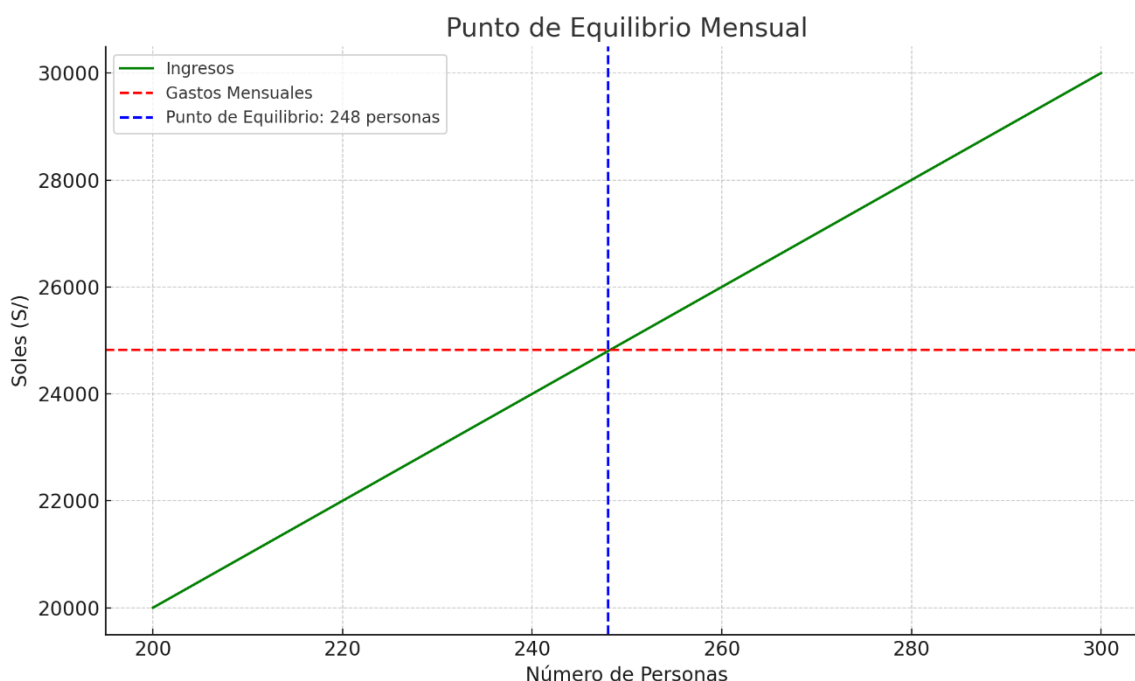
6.4 Fuentes de financiamiento.

El proyecto Choclo Museo se financiará 100% con recursos propios, para ellos se detalló la inversión inicial, esto demuestra como ventaja evitar las deudas y pagos de interés, así como se visualiza en el punto 6.1. La estrategia reflejará el compromiso y la sostenibilidad financiera para la toma de decisiones, eso ayudará a que podamos priorizar otros rubros críticos ejemplo el biohuerto y los talleres vivenciales.

6.5 Punto de equilibrio.

Teniendo en cuenta los ingresos y gastos mensuales, para calcula el punto de equilibrio solo se ha tomado como referencia la venta de talleres, para ello la figura 28 muestra que se debe tener un ingreso de 248 personas de manera mensual para obtener ganancias luego de gastos. Por otro lado, se debe tener en cuenta que se tendrán ingresos por la venta de los productos en la tienda.

Figura 28
Punto de equilibrio ventas talleres



Nota: El gráfico muestra cuál es el punto de equilibrio que se debe conseguir para que luego

de eso todo sea ganancia en talleres.

6.6 Flujo de caja.

	0	1	2	3	4	5
Inversiones	S/ 102,900.00					
Ingresos totales		S/ 432,000.00	S/ 432,000.00	S/ 432,000.00	S/ 432,000.00	S/ 432,000.00
Ingresos taller		S/ 360,000.00	S/ 360,000.00	S/ 360,000.00	S/ 360,000.00	S/ 360,000.00
Ingresos ventas		S/ 72,000.00	S/ 72,000.00	S/ 72,000.00	S/ 72,000.00	S/ 72,000.00
Egresos	S/ 102,900.00	S/ 297,840.00	S/ 297,840.00	S/ 297,840.00	S/ 297,840.00	S/ 297,840.00
Costos		S/ 63,840.00	S/ 63,840.00	S/ 63,840.00	S/ 63,840.00	S/ 63,840.00
Gastos		S/ 234,000.00	S/ 234,000.00	S/ 234,000.00	S/ 234,000.00	S/ 234,000.00
Utilidad A.I.		S/ 134,160.00	S/ 134,160.00	S/ 134,160.00	S/ 134,160.00	S/ 134,160.00
Impuestos		S/ 24,148.80	S/ 24,148.80	S/ 24,148.80	S/ 24,148.80	S/ 24,148.80
Depreciación		S/ 5,616.00	S/ 4,212.00	S/ 2,808.00	S/ 1,404.00	S/ -
Utilidad Neta	-S/ 102,900.00	S/ 104,395.20	S/ 105,799.20	S/ 107,203.20	S/ 108,607.20	S/ 110,011.20

Nota:

6.7 Rentabilidad y retorno.

Según los cálculos para que el proyecto sea rentable el TIR debe ser mayor al COK, debido a que en el Choclo Museo es de 0.149 y ahora sale por 99%, un VAN de 272.035.31. Como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 12
Rentabilidad y Retorno

VAN	S/ 272,035.31
TIR	99%
flujos actualizados B	S/ 1,451,566.32
Flujo actualizados C	S/ 960,552.08
B/C	1.51
COK	0.149

Nota: La tabla muestra lo procesado para obtener rentabilidad y retorno.

CONCLUSIONES

1. Se creó un proyecto el cual será un espacio lleno de cultura y educación para que los visitantes puedan conocer y valorar la importancia de saber la historia, cultural y la gastronomía del maíz en Cusco, esto será a través de experiencias vivenciales, talleres y salas temáticas, el cuál si puede lograr posicionarse como un atractivo turístico innovador para complementar la oferta turística del Cusco.
2. El análisis permitió llegar a un punto de equilibrio de personas que acudan al taller y a su vez visitantes que solo quieran consumir algún producto de la cafetería o llevarse un recuerdo, así se llegaría a cubrir los 5000 turistas anuales, y que queden satisfechos con la experiencia vivida.
3. Se propuso un espacio para el local en el centro del Cusco para que el proyecto pueda cumplir sus metas, y así poder realizar convenios con instituciones culturales.
4. Se diseñó el Choclo Museo en base a tener un enfoque sostenible con los recursos locales y así se ofrecerá una experiencia completa en cultura.

REFERENCIAS

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú [MINCETUR]. (2025). *Mincetur: Perú recibió 3.2 millones de turistas en el 2024*. AmCham Perú. <https://amcham.org.pe/news/mincetur-peru-recibio-3-2-millones-de-turistas-en-el-2024/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú [MINCETUR]. (2024). Más de 2,9 millones de turistas internacionales visitaron el Perú hasta noviembre. Forbes Perú. <https://forbes.pe/economia-y-finanzas/2024-12-17/mas-de-29-millones-de-turistas-internacionales-visitaron-el-peru-hasta-noviembre-informo-el-mincetur/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2023). La UNESCO inscribe la preparación y el consumo del ceviche en la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. <https://www.unesco.org/es/articles/la-unesco-inscribe-la-preparacion-y-el-consumo-del-ceviche-en-la-lista-representativa-del-patrimonio>

ANEXOS

Anexo 1

Visita a Choco Museo como referencia







TIENDAS / STORES

NEW LOCATION!

LIMA MIRAFLORES

Arequipa 5031: Inside Inka Plaza

Mon - Sat: 9 am - 8 pm
Sun/Holidays: 10 am - 7 pm
Miraflores@ChocoMuseo.com
(+51) 977 197 560

LIMA HIST. CENTER

Plaza de Armas: Carabaya 191

Mon - Sun: 9 am - 6:30 pm
CentroLima@ChocoMuseo.com
(+51) 987 634 776

CUSCO

Plaza Regocio 216

Every day 9 am - 8 pm
(+51) 084 606 586

Calle Hatunrumiyoc 480

Every day 9 am - 8:30 pm
(+51) 084 595 653

yummy@ChocoMuseo.com
(+51) 973 190 608

OLLANTAYTAMBO

1 block from Ruins plaza:
Calle Cychipunco S/N

Everyday except Wednesday:
9 am - 5 pm
Ollantay@ChocoMuseo.com
(+51) 997 744 409

BOOK ONLINE www.ChocoMuseo.com

[/ChocoMuseo.com.pe](https://www.facebook.com/ChocoMuseo.com.pe) [ChocoMuseo_Oficial](https://www.instagram.com/ChocoMuseo_Oficial)

FREE MUSEUM
Museo gratis

CHOCOLATE FACTORY
Fábrica de chocolate

WORKSHOPS
Talleres de chocolate

GIFT SHOP
Tienda de regalos

CAFETERIA
Cafeteria

