

**“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**

**“PROYECTO DE LA CREACION DE UNA NUEVA RUTA TURISTICA  
AGENCIA DE VIAJES CHANKAS TRAVEL”**

**Autores:**

➤ Oscar Katsuiko Deza Motohasi

Código ORCID 0000-0003-1311-5256

➤ Andrea Lago H.

Código ORCID 0009-0002-1785-817X

**CUSCO – PERÚ**

**2024**

## **Tabla de contenido**

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>4</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>6</b>
<b>DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO</b> .....	<b>6</b>
1.1    Idea y Concepto del Negocio.....	6
1.2    Propuesta de Valor.....	7
1.3    Objetivos SMART .....	11
1.4    Estructura Legal y Posible Ubicación.....	13
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>14</b>
<b>ANALISIS DE MERCADO</b> .....	<b>14</b>
2.1    Descripción del Mercado Objetivo.....	14
2.2    Tendencias del Sector .....	15
2.3    Demanda .....	17
2.4    Análisis de la competencia .....	19
2.5    Oportunidades y Amenazas .....	20
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>23</b>
<b>ESTRATEGIAS DE MARKETING</b> .....	<b>23</b>
3.1    Estrategias de Promoción.....	23
3.2    Políticas de Precio.....	23
3.3    Canales de Distribución y Ventas.....	24
3.4    Medios de Publicidad.....	25
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>27</b>
<b>PLAN OPERATIVO</b> .....	<b>27</b>
4.1    Procesos Claves de operaciones.....	27
4.2    Infraestructura y Tecnología requerida.....	27
4.3    Relación con Proveedores.....	28
4.4    Gestión Logística .....	29
<b>CAPITULO V</b> .....	<b>30</b>
<b>PLAN DE IMPLEMENTACION</b> .....	<b>30</b>
5.1    Filosofía Organizacional .....	30
5.1.1    Misión.....	30
5.1.2    Visión .....	30
5.1.3    Valores .....	30
5.2    Organigrama Proyectado .....	31
5.3    Requisitos de Personal y Contratación. ....	33

5.4	Plan de Contratación .....	34
<b>CAPITULO VI.....</b>		<b>35</b>
<b>PLAN FINANCIERO .....</b>		<b>35</b>
6.1	Inversión inicial. ....	35
6.2	Estructura de costos. ....	35
6.3	Fuentes de financiamiento. ....	36
6.4	Proyecciones financieras.....	36
6.5	Rentabilidad y retorno de inversión (ROI). ....	37
<b>CAPITULO VII .....</b>		<b>39</b>
<b>PLAN DE IMPLEMENTACION.....</b>		<b>39</b>
7.1	Cronograma de Actividades.....	39
7.2	Plan de Contingencia .....	40
<b>CONCLUSION .....</b>		<b>42</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

Se propone lanzar al mercado una nueva agencia de viajes cuya propuesta de nombre es Chankas travel, en la Región de Apurímac donde se organizarán viajes para los turistas y no solo eso, también crear historias inolvidables y mostrar más allá de la cultura Chanka, la calidad y la autenticidad de esta hermosa región conocida como la pradera de los celajes, diseñando experiencias de viaje personalizadas y exclusivas que trascienden las expectativas. Cada aventura que se pretende ofrecer es una oportunidad para sumergirse en la esencia misma de los destinos, donde la autenticidad, la sostenibilidad y la riqueza cultural se entrelazan de manera inigualable. Que marcan tendencia en el arte, diseño y gastronomía, acercando al visitante, a la cultura Chanka con una aventura totalmente nueva y atemporal, que honra las tradiciones a través de una perspectiva más moderna. Las aventuras artísticas cobran vida, Los nuevos e innovadores menús dan vida a las tradiciones culinarias y a los deliciosos ingredientes de la zona. Celebrando el espíritu creativo y pionero de esta hermosa región.

Teniendo como misión ofrecer experiencias de viajes únicas y auténticas en Apurímac, destacando la riqueza cultural, histórica y natural de la cultura Chanka, con enfoques sostenibles y creativos promoviendo el turismo responsable y memorable.

Nuestro objetivo se basa en posicionarnos como líderes en el turismo cultural y sostenible en la zona de Apurímac y a nivel nacional, ofreciendo a nuestros turistas experiencias que los conecten con la cultura de la zona y generando beneficio a las comunidades locales.

En resumen, Chankas Travel es una agencia de viajes innovadora ubicada en la región de Apurímac, que ofrece experiencias de viaje personalizadas y exclusivas, diseñadas para sumergir a los turistas en la riqueza cultural, natural y artística de la región. Su enfoque combina autenticidad, sostenibilidad y modernidad, brindando una propuesta única que va más allá de los recorridos tradicionales enfocándonos no solo en el turismo tradicional sino también crearemos experiencias nuevas y diferentes de

aventura cultural, expresiones artísticas, gastronomía y turismo sostenible cubriendo y superando las expectativas de nuestros clientes.

## CAPITULO I

### DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO

#### 1.1 Idea y Concepto del Negocio

**Nombre Comercial:** Agencia de Viajes Chanka – Circuito Apurímac.

**Estructura Empresarial:** Empresa de servicios turísticos especializada en experiencias culturales, históricas y naturales, organizada como una agencia de viajes con enfoque sostenible.

**Sector:** Turismo y hospitalidad, específicamente en el sector de turismo cultural y sostenible.

**Descripción del Negocio:** La Agencia de Viajes Chanka - Circuito Apurímac nace de una visión inspiradora: revelar al mundo las riquezas culturales, históricas y naturales del departamento de Apurímac, conocido como "la pradera de los celajes". Esta agencia planea responder a la necesidad de diversificar la oferta turística en la región mediante experiencias auténticas que conecten profundamente a los viajeros con la cultura Chanka, el arte, la gastronomía y los paisajes únicos de la región. Esta propuesta de valor radica en diseñar circuitos turísticos exclusivos que integren a las comunidades locales como protagonistas, promoviendo un turismo sostenible, responsable y enriquecedor. A través de actividades que destacan por su autenticidad, creatividad y sostenibilidad, buscará posicionar a Apurímac como un destino de clase mundial, ofreciendo experiencias que trasciendan lo convencional.

**Actividades Principales:**

Diseño y operación de paquetes turísticos personalizados.

Integración de actividades culturales como visitas a comunidades Chankas, talleres de artesanía y gastronomía local.

Promoción de rutas de senderismo y turismo de naturaleza en paisajes únicos de la región de Apurímac.

Implementación de prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental y maximicen los beneficios para las comunidades locales.

**Enfoque Estratégico:**

Resaltar el espíritu innovador y tradicional de la región mediante experiencias modernas y atemporales.

Celebrar y difundir las tradiciones culturales y culinarias de Apurímac a través de una perspectiva fresca y accesible para los visitantes.

Contribuir al desarrollo económico local mediante la generación de empleo y el empoderamiento de las comunidades.

## **1.2 Propuesta de Valor**

### **Autenticidad y profundidad cultural**

En Chankas Travel, cada experiencia está diseñada para revelar la esencia de la cultura Chanka, destacando su patrimonio histórico, artístico y tradicional. Los visitantes tienen la oportunidad de interactuar directamente con comunidades locales, participar en actividades culturales auténticas y explorar destinos únicos que reflejan la identidad de la región.

### **Diseño exclusivo e innovador**

Ofrecemos itinerarios personalizados que integran elementos innovadores como arte contemporáneo inspirado en tradiciones locales, diseño arquitectónico característico y reinterpretaciones modernas de la gastronomía regional. Cada detalle está diseñado para crear experiencias únicas que trasciendan las expectativas.

### **Compromiso con la sostenibilidad**

Nuestro modelo de turismo está fundamentado en principios de sostenibilidad, priorizando la conservación del entorno natural y el respeto por las comunidades anfitrionas. Promovemos prácticas responsables que minimicen el impacto ambiental y fomentamos el desarrollo económico local mediante alianzas estratégicas con actores clave de la región.

## Valor agregado en la experiencia gastronómica

La gastronomía es uno de nuestros pilares diferenciadores, ofreciendo menús exclusivos que celebran los ingredientes autóctonos y las tradiciones culinarias de Apurímac, con un enfoque contemporáneo que eleva la experiencia del visitante.

## Integración de tradición y modernidad

Honramos las raíces culturales de la región mientras adoptamos una perspectiva moderna que permite a los turistas experimentar las tradiciones bajo un enfoque fresco, atractivo y actual. Esto convierte cada viaje en una propuesta única y atractiva para públicos exigentes.

## Calidad y excelencia en el servicio

Garantizamos un estándar superior en cada etapa del viaje, desde la planificación hasta la ejecución, priorizando la atención al cliente, los detalles exclusivos y la creación de recuerdos inolvidables que fortalezcan la conexión emocional con Apurímac



## **Lugares de Interés**

### **Monolito de Sayhuite**

#### **Descripción:**

Este monolito es una enorme roca esculpida de aproximadamente 2.5 metros de altura y 11 metros de circunferencia, famosa por sus intrincados diseños que representan canales, terrazas y formas geométricas.

Se cree que fue un centro ceremonial y un modelo hidráulico usado para enseñar técnicas de irrigación.

#### **Actividades sugeridas:**

Tours guiados para interpretar los grabados.

Caminatas en los alrededores para disfrutar del paisaje.

### **Baños Termales de Cconoc**

#### **Descripción:**

Este atractivo es un conjunto de piscinas termales naturales, famosas por sus propiedades medicinales debido a su contenido de minerales.

Temperaturas de las aguas entre 40°C y 44°C.

#### **Actividades sugeridas:**

Relajación en las piscinas termales.

Servicios de spa y terapias de bienestar.

Senderismo por los alrededores, explorando los paisajes del río Apurímac.

### **Santuario Nacional de Ampay**

#### **Descripción:**

Es una reserva natural que protege la flora y fauna de la región, incluyendo el intimpas, una especie de árbol endémico en peligro de extinción.

**Atractivos principales:** la Laguna de Angascococha y la Laguna de Uspacocha, ambas rodeadas de montañas nevadas y bosques.

**Actividades sugeridas:**

Caminatas ecológicas y observación de aves.

Visitas guiadas a las lagunas.

Campamentos y fotografía de paisajes naturales.

**Complejo Arqueológico de Sónдор**

**Descripción:**

Conjunto arqueológico construido por la cultura Chanka, que incluye terrazas agrícolas, escalinatas y plazas ceremoniales.

Está situado a orillas de la Laguna de Pacucha, lo que aumenta su atractivo.

**Actividades sugeridas:**

Paseos en bote en la Laguna de Pacucha.

Visitas guiadas para conocer la historia de la cultura Chanka.

Actividades recreativas como ciclismo y fotografía.

**Pampachiri (Bosque de Piedras y Casas de Pitaya)**

**Descripción:**

El Bosque de Piedras es una formación geológica única con rocas cónicas que parecen un paisaje de otro planeta.

Las Casas de Pitaya son estructuras circulares construidas con piedra, utilizadas por pastores locales.

**Actividades sugeridas:**

Caminatas y exploración del bosque de piedras.

Fotografía de paisajes surrealistas.

Talleres culturales sobre la vida y tradiciones locales.

La Cárcel de Piedra

**Descripción:**

Una formación natural que simula una cárcel con cavidades que se asemejan a celdas.

Es conocida por su historia y leyendas asociadas a los tiempos coloniales.

**Actividades sugeridas:**

Tours de interpretación histórica.

Excursiones y fotografía en el entorno natural.

**Catarata de Umaturco**

**Descripción:**

Hermosa caída de agua de más de 100 metros de altura rodeada de vegetación exuberante.

Es ideal para quienes buscan contacto directo con la naturaleza.

**Actividades sugeridas:**

Senderismo por los alrededores.

Observación de flora y fauna.

Espacios para meditación y picnics.

**1.3 Objetivos SMART**

**Incrementar clientes:** Atender a 1,200 turistas en el primer año, registrando cada cliente en el sistema de reservas.

**Aumentar visibilidad digital:** Lograr 5,000 visitas mensuales en el sitio web en los primeros seis meses, usando campañas de marketing digital.

**Establecer alianzas:** Firmar acuerdos con 10 comunidades y proveedores locales en el primer año.

**Generar ingresos sostenibles:** Alcanzar \$180,000 en ingresos anuales durante el primer año.

**Mejorar la experiencia del cliente:** Obtener una calificación promedio de 4.5 estrellas en plataformas digitales en el primer año.

## **Fortalezas y Debilidades**

### **Fortalezas**

**Ubicación estratégica:** Situada en la región de Apurímac, un destino con riqueza cultural, histórica y paisajística, que ofrece atractivos únicos para los turistas.

**Propuesta diferenciada:** Experiencias personalizadas y exclusivas que destacan la autenticidad y modernidad de la cultura Chanka.

**Enfoque en sostenibilidad:** Promoción del turismo responsable que respeta y preserva el entorno natural y cultural.

**Innovación en servicios:** Integración de arte, diseño y gastronomía para crear experiencias completas e inolvidables.

**Conexión cultural:** Fuerte vínculo con las tradiciones locales, lo que fortalece la identidad de la agencia.

**Mercado en crecimiento:** Aumento del interés por destinos únicos y experiencias auténticas en el sector turístico.

### **Debilidades**

**Falta de reconocimiento de marca:** Al ser una nueva agencia, requiere tiempo y esfuerzo para posicionarse en el mercado.

**Dependencia del turismo local y extranjero:** La demanda puede estar sujeta a factores externos como la estacionalidad o las crisis económicas globales.

**Infraestructura limitada en la región:** Posibles desafíos logísticos relacionados con accesibilidad y servicios en áreas remotas.

**Competencia regional:** Presencia de otras agencias de viajes que ofrecen experiencias similares.

**Inversión inicial alta:** Requerimiento de recursos significativos para desarrollar la propuesta innovadora y crear experiencias personalizadas.

**Riesgos operativos:** Factores impredecibles como condiciones climáticas o problemas sociales que puedan afectar la planificación de los viajes.

#### **1.4 Estructura Legal y Posible Ubicación**

La agencia estará constituida bajo la figura de una sociedad de responsabilidad limitada (SRL), registrada en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP). Esta estructura fue seleccionada por su flexibilidad y por permitir la participación de varios socios con responsabilidades limitadas al capital aportado.

Además, se contará con:

- Registro Nacional de Turismo (RNT) ante el GERCETUT.
- Licencias municipales para las oficinas en Cusco y Abancay.
- Certificaciones necesarias para operar como operador turístico especializado en Perú.

**Base de Operaciones:** Cusco, debido a su posición estratégica como principal destino turístico del país y punto de conexión para viajeros nacionales e internacionales. La oficina principal estará ubicada cerca del centro histórico para facilitar el acceso a los clientes.

**Oficina en Abancay:** Servirá como punto de enlace directo con los destinos turísticos en Apurímac, además de facilitar la coordinación con las comunidades locales y los proveedores de servicios. Esta ubicación permitirá un monitoreo cercano de las operaciones en la región.

## CAPITULO II

### ANALISIS DE MERCADO

#### 2.1 Descripción del Mercado Objetivo.

La Agencia de Viajes Chanka-Circuito Apurímac busca atender a diferentes tipos de turistas, basándose en sus características, comportamientos y necesidades:

##### **Turistas Nacionales:**

###### **Perfil:**

Principalmente de las grandes ciudades como Lima, Arequipa y Cusco. Niveles socioeconómicos B y C, con interés en experiencias accesibles y auténticas.

###### **Motivación:**

Exploración de nuevas rutas turísticas.

Participación en actividades culturales como talleres de tejidos o danzas tradicionales.

Deseo de conectar con la naturaleza a través de caminatas y paisajes únicos.

###### **Demanda Actual:**

Un segmento creciente, especialmente entre jóvenes profesionales y familias que buscan opciones distintas a los destinos tradicionales como Machu Picchu.

##### **Turistas Internacionales:**

###### **Perfil:**

Proceden de países como Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia y Japón.

Interesados en el turismo cultural, ecológico y de aventura.

###### **Motivación:**

Experiencias fuera de las rutas turísticas masificadas.

Conexión auténtica con comunidades locales y actividades inmersivas.

Interés en contribuir al desarrollo sostenible de los destinos visitados.

### **Grupos Académicos y Culturales:**

#### **Perfil:**

Universidades, institutos culturales y centros de investigación.

#### **Motivación:**

Realizar estudios sobre cultura, biodiversidad y tradiciones locales.

Fomentar experiencias educativas y de intercambio cultural.

## **2.2 Tendencias del Sector**

El sector turístico está en constante evolución, influenciado por cambios en las preferencias de los viajeros, avances tecnológicos, y preocupaciones medioambientales y culturales. Para Chankas Travel, identificar y alinear su estrategia con las siguientes tendencias es clave para posicionarse en el mercado:

### **Turismo Experiencial**

Los viajeros buscan experiencias auténticas e inmersivas que les permitan conectar con la cultura, historia y naturaleza de los destinos. Esto incluye actividades como:

Interacción directa con comunidades locales.

Participación en talleres culturales y artísticos.

Explorar lugares menos conocidos fuera de los circuitos turísticos tradicionales.

**Implicación para Chankas Travel:** Diseñar paquetes enfocados en la esencia de la cultura Chanka y las tradiciones locales.

### **Turismo Sostenible**

Existe un aumento en la demanda de opciones de viaje que minimicen el impacto ambiental y beneficien a las comunidades locales. Los turistas valoran las prácticas sostenibles como:

Uso de energías renovables.

Reducción de residuos y huella de carbono.

Promoción de la economía local mediante alianzas con artesanos, guías y productores de la región.

**Implicación para Chankas Travel:** Incorporar la sostenibilidad como un pilar central en su modelo de negocio.

### **Personalización de los Servicios**

Los turistas modernos esperan itinerarios diseñados a medida, adaptados a sus intereses y necesidades específicas, como:

Viajes temáticos (gastronómicos, culturales, de aventura).

Experiencias VIP o exclusivas.

Flexibilidad en horarios y actividades.

**Implicación para Chankas Travel:** Crear propuestas personalizadas que combinen gastronomía, arte y exploración cultural.

### **Integración Tecnológica**

La tecnología juega un papel crucial en la planificación y gestión de viajes. Algunas innovaciones incluyen:

Reservas online fáciles e intuitivas.

Uso de realidad aumentada para mostrar destinos antes del viaje.

Aplicaciones que faciliten la navegación y el acceso a información local.

**Implicación para Chankas Travel:** Implementar una plataforma digital robusta para reservas y experiencias virtuales.

### **Enfoque en Bienestar y Slow Travel**

El turismo de bienestar, que incluye actividades relajantes, conexión con la naturaleza y prácticas como yoga o meditación, está en auge. A su vez, el slow travel, o viajar a un ritmo pausado, permite disfrutar más profundamente del destino.

**Implicación para Chankas Travel:** Ofrecer actividades que combinen relajación, naturaleza y cultura en ambientes tranquilos de Apurímac.

### **Revalorización de la Gastronomía Local**

La gastronomía se ha convertido en una motivación clave para viajar. Los turistas buscan conocer la cultura a través de su comida, lo que incluye:

Degustación de platos tradicionales y reinterpretados.

Experiencias en mercados locales y talleres de cocina.

**Implicación para Chankas Travel:** Integrar experiencias culinarias exclusivas que resalten los sabores autóctonos de Apurímac.

### **Turismo Multigeneracional**

Familias de diferentes generaciones buscan experiencias compartidas que sean inclusivas para todos los miembros.

**Implicación para Chankas Travel:** Diseñar actividades adaptadas a diversos grupos etarios, desde niños hasta adultos mayores.

### **Preferencia por Destinos Inexplorados**

Los turistas buscan destinos alejados de las masas, que ofrezcan tranquilidad y autenticidad.

**Implicación para Chankas Travel:** Posicionar Apurímac como un destino único, destacando sus tesoros naturales y culturales aún poco conocidos.

## **2.3 Demanda**

La demanda en el sector turístico está influenciada por factores económicos, sociales y culturales que determinan las preferencias de los viajeros. En el caso de Chankas Travel, enfocada en la región de Apurímac, la demanda se puede analizar desde las siguientes perspectivas:

### **Creciente interés por el turismo cultural**

Los turistas buscan experiencias auténticas que les permitan aprender sobre las tradiciones, historia y formas de vida de las comunidades locales.

Apurímac, con su rica herencia Chanka, paisajes únicos y festividades tradicionales, atrae a viajeros nacionales e internacionales interesados en la autenticidad cultural.

**Segmento de mercado:** Turistas culturales, estudiantes e investigadores.

### **Demanda por turismo sostenible y responsable**

El aumento de la conciencia ambiental ha generado un interés significativo en opciones de viaje sostenibles.

Los viajeros valoran destinos que promuevan la conservación ambiental, el respeto por las culturas locales y la contribución al desarrollo económico de las comunidades.

**Segmento de mercado:** Turistas eco-conscientes y responsables.

### **Preferencia por destinos menos concurridos**

Tras la pandemia de COVID-19, muchos turistas han optado por explorar destinos menos masificados, buscando tranquilidad y conexión con la naturaleza.

Apurímac, como región emergente en turismo, ofrece la oportunidad de descubrir lugares vírgenes y experiencias únicas alejadas de las multitudes.

**Segmento de mercado:** Turistas que buscan exclusividad y naturaleza.

### **Incremento del turismo nacional**

Los peruanos muestran un mayor interés por explorar su propio país, motivados por promociones internas, el conocimiento de sus raíces y la facilidad de acceso a destinos cercanos.

La región de Apurímac es ideal para turistas nacionales que buscan una experiencia rica en cultura y aventura.

**Segmento de mercado:** Familias, jóvenes y grupos de amigos peruanos.

### **Aumento del turismo gastronómico**

La gastronomía es un factor clave en la elección de destinos. Los turistas buscan conocer la cultura de un lugar a través de su comida, incluyendo experiencias como talleres de cocina y degustaciones.

Apurímac puede posicionarse como un destino emergente en el turismo gastronómico al destacar sus ingredientes autóctonos y platos tradicionales.

**Segmento de mercado:** Amantes de la gastronomía y viajeros con interés culinario.

### **Interés en el turismo de aventura y naturaleza**

Los paisajes únicos de Apurímac, como el Cañón del Apurímac y otros escenarios naturales, son ideales para actividades de aventura como trekking, escalada y exploración.

Los turistas buscan experiencias que combinen actividad física y contacto con la naturaleza.

**Segmento de mercado:** Jóvenes aventureros y amantes del deporte al aire libre.

### **Crecimiento del turismo internacional**

Apurímac, como parte del circuito turístico sur de Perú, tiene un gran potencial para captar turistas internacionales que buscan complementar su visita a Cusco con destinos menos explorados.

**Segmento de mercado:** Turistas internacionales interesados en autenticidad cultural y destinos secundarios.

## **2.4 Análisis de la competencia**

El análisis de la competencia se puede dividir en dos niveles:

**Competencia Local:** Agencias pequeñas y medianas ubicadas en Apurímac que ofrecen servicios básicos de transporte y guías turísticos.

**Fortalezas:** Conocimiento detallado del entorno. Relación directa con las comunidades locales.

**Debilidades:** Escasa innovación en los servicios ofrecidos. Limitada presencia digital y capacidad de promoción.

**Competencia Regional:** Agencias consolidadas en Cusco que incluyen Apurímac en itinerarios secundarios.

**Fortalezas:** Mayor infraestructura y redes de contacto. Reconocimiento de marca en mercados internacionales.

**Debilidades:** Falta de especialización en Apurímac como destino principal. Enfoque en volumen más que en personalización.

## 2.5 Oportunidades y Amenazas

### Oportunidades

#### **Crecimiento del Turismo Nacional e Internacional:**

El Perú se ha consolidado como un destino turístico atractivo a nivel mundial, con un crecimiento sostenido en la llegada de turistas extranjeros.

El turismo interno también está en aumento, favorecido por el interés en experiencias culturales y naturales únicas.

#### **Promoción de Nuevas Rutas Turísticas:**

Las regiones del circuito sur, como Acomayo, Canas, Espinar y Chumbivilcas, poseen atractivos turísticos menos explorados, lo que permite diferenciarse de la competencia y atraer a un público en busca de destinos exclusivos.

#### **Tendencias Favorables en Turismo Sostenible:**

Existe una demanda creciente por servicios turísticos responsables con el medio ambiente y las comunidades locales.

Esto favorece a la agencia al integrarse con valores de sostenibilidad y prácticas responsables.

### **Apoyo del Gobierno e Instituciones:**

Programas y políticas de promoción turística impulsados por organismos como PROMPERÚ y DIRCETUR pueden facilitar la promoción de las rutas ofrecidas.

Acceso a financiamiento y capacitaciones específicas para empresas del sector turístico.

### **Avances Tecnológicos y Digitalización:**

Las plataformas digitales facilitan la promoción de servicios, reservas en línea y la captación de clientes internacionales.

El uso de redes sociales y marketing digital permite llegar a mercados más amplios con menor costo.

### **Interconexión Vial y Mejoras de Infraestructura:**

La ampliación y mejora de carreteras en las regiones de Cusco y Apurímac facilitan el acceso a los destinos del circuito sur.

### **Amenazas**

#### **Competencia Intensa:**

Existen múltiples agencias de viajes que operan en el sector turístico, lo que aumenta la presión para diferenciarse y mantener precios competitivos.

#### **Impacto de la Estacionalidad:**

El turismo en el Perú tiene temporadas altas y bajas definidas, lo que puede afectar la estabilidad de ingresos.

#### **Inestabilidad Económica y Política:**

Cambios en las políticas económicas, impuestos y conflictos sociales pueden influir negativamente en el flujo de turistas y en los costos operativos.

#### **Riesgos Sanitarios y Naturales:**

Pandemias, brotes de enfermedades y desastres naturales como inundaciones o deslizamientos pueden afectar la percepción de seguridad y limitar el acceso a los destinos.

#### **Cambios en las Preferencias del Mercado:**

La evolución en las expectativas y comportamientos de los turistas, como mayor demanda de experiencias tecnológicas o eco-turísticas, puede requerir

una rápida adaptación de los servicios ofrecidos.

**Restricciones Regulatorias:**

Incremento en los requisitos legales, licencias y regulaciones ambientales puede aumentar los costos y dificultar la operación.

**Falta de Infraestructura en Zonas Rurales:**

Algunos destinos del circuito sur presentan deficiencias en infraestructura básica, lo que podría limitar la experiencia de los turistas y aumentar los costos de operación

## CAPITULO III

### ESTRATEGIAS DE MARKETING

#### 3.1 Estrategias de Promoción

- **Marketing Digital y Redes Sociales:** Crear campañas de contenido en redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube) mostrando experiencias visuales y testimonios de turistas. El contenido puede incluir videos de los paisajes naturales, experiencias de turismo vivencial, y aspectos culturales.
- **SEO (Optimizador para Motores de Búsqueda) y Blog de Turismo:** Optimizar el sitio web con SEO (Search Engine Optimization) y crear un blog sobre temas de interés para el turista, como guías de viaje, itinerarios en Apurímac y consejos de aventura. Esto atraerá a visitantes en búsqueda de información y aumentará la visibilidad en motores de búsqueda.
- **Publicidad en Ferias y Eventos Turísticos:** Participar en ferias turísticas locales e internacionales (como la Feria de Turismo FITUR y la feria de PROMPERÚ) para captar la atención de agencias internacionales y operadores interesados en incluir Apurímac en sus destinos.
- **Programa de Embajadores de Marca:** Invitar a influencers de turismo, fotógrafos y bloggers para que conozcan Apurímac y compartan sus experiencias. Estas colaboraciones pueden aumentar la exposición de la marca y atraer a turistas interesados en destinos menos explorados.
- **Promociones Temporales y Boletines Informativos:** Enviar boletines informativos con promociones especiales, descuentos, o paquetes nuevos a través de email marketing para mantener la relación con clientes anteriores y motivar a nuevos clientes.

#### 3.2 Políticas de Precio.

- **Estrategia de Precios Competitivos:** Para captar el mercado nacional y atraer a viajeros internacionales de presupuesto medio, se establecerá una política de precios que sea competitiva en comparación con otros destinos

emergentes. Los precios se fijarán considerando el tipo de servicio (económico, estándar o premium), con opciones flexibles para adaptarse a distintos segmentos.

Basados en un análisis de mercado, los precios serán accesibles en comparación con competidores locales y nacionales.

- **Descuentos y Paquetes:** Ofrecer descuentos por temporada baja, paquetes familiares y tarifas especiales para grupos grandes y estudiantes. Esto incentivará la compra de servicios durante períodos de menor afluencia y ayudará a aumentar el flujo de turistas de manera continua.
  - Descuentos del 10% para reservas grupales (más de 8 personas).
  - Ofertas de lanzamiento: 20% de descuento en los primeros 3 meses.
  - Alianzas con instituciones educativas y empresas locales para tarifas preferenciales.
  
- **Modelos de Precio por Valor Añadido:** Implementar precios diferenciados para experiencias más exclusivas o personalizadas, como recorridos privados o actividades de aventura especializadas. Esta segmentación permitirá captar a un público dispuesto a pagar por servicios premium.
  
- **Colaboración con Socios:** Negociar con hoteles, transportes y restaurantes para ofrecer precios integrados que sean más accesibles para los clientes, optimizando así los costos y aumentando el valor percibido del servicio.
  
- **Justificación del Precio:** Los precios reflejan la calidad de los servicios ofrecidos, incluyendo experiencias personalizadas y exclusivas, sin dejar de ser accesibles al público objetivo.

### 3.3 Canales de Distribución y Ventas.

- **Canales de Venta Directa:** Utilizar la página web de la agencia para permitir la reserva directa de tours y paquetes turísticos, facilitando una experiencia rápida y accesible para el usuario.

- **Alianzas con Agencias Nacionales e Internacionales:** Colaborar con operadores turísticos más grandes que puedan ofrecer Apurímac como un destino complementario a otros circuitos turísticos de Perú (como Cusco y Machu Picchu).
- **Plataformas Digitales de Turismo:** Publicar los paquetes en plataformas reconocidas de turismo y aventura, como Booking, Airbnb Experiences y TripAdvisor, para aumentar la visibilidad en el mercado global.
- **Puntos de Venta Locales:** Implementar módulos o puntos de venta en lugares estratégicos de ciudades cercanas (como Cusco) y en puntos de alto tráfico de Apurímac (terminales de buses, estaciones de tren y aeropuertos regionales).

### 3.4 Medios de Publicidad.

- **Medios Digitales:**
  - **Redes Sociales:**
    - Facebook:** Publicar contenido interactivo como videos cortos de experiencias turísticas, fotos de los destinos y testimonios de clientes. Crear campañas de anuncios segmentados para diferentes públicos (nacional e internacional).
    - Instagram:** Compartir imágenes atractivas y reels sobre paisajes, cultura, y gastronomía de Apurímac. Utilizar historias destacadas para mostrar paquetes turísticos y promociones.
    - Tik Tok:** Crear videos cortos y dinámicos que narren experiencias únicas o secretos de Apurímac para atraer a un público joven.
  - **Página Web:**
    - Diseñar un sitio web funcional y visualmente atractivo, con información clara sobre paquetes, precios, y guías interactivas.
  - **Publicidad en Plataformas Digitales:**
    - Promocionar paquetes turísticos y recibir reseñas para aumentar la credibilidad utilizando plataformas como booking, trip advisor entre otros.
- **Medios Impresos:**

Una buena forma de publicitar los atractivos se puede dar por la publicación de anuncios o artículos en revistas especializadas en turismo, tanto locales como internacionales.

- **Medios Experienciales:**

- **Eventos y ferias:** Participar en ferias turísticas como FITUR, Perú Travel Mart, y eventos regionales, con stands atractivos que destaquen la identidad cultural de la agencia.
- **Talleres Vivenciales:** Organizar actividades en ciudades estratégicas para mostrar a los turistas potenciales las experiencias que ofrece la agencia (degustaciones de comida local, exhibiciones de arte Chanka).

- **Medios de Relación Pública:**

- **Colaboraciones con Influencers y Blogueros de Viajes:** Invitar a influencers relevantes a vivir las experiencias y compartirlas en sus redes sociales.
- **Artículos en Blogs:** Escribir artículos o notas de prensa sobre Apurímac y las actividades de la agencia, para publicarlos en sitios turísticos reconocidos.

- **Medios de Publicidad Directa:**

- **Ofertas Personalizadas:** Enviar propuestas específicas a empresas, colegios, universidades o asociaciones interesadas en viajes de grupo.
- **Cupones de Descuento:** Distribuir cupones promocionales en plataformas online o en puntos de alto tránsito turístico.

## CAPITULO IV

### PLAN OPERATIVO

#### 4.1 Procesos Claves de operaciones.

##### 4.1.1 Reserva del Servicio:

**Medios:** Página web, redes sociales, teléfono o visitas a las oficinas.

**Acción:** Registro del cliente, selección del paquete o personalización del itinerario.

##### 4.1.2 Confirmación y Coordinación:

Emisión de voucher de reserva con detalles (fecha, horarios, actividades, costos).

Contacto con proveedores (transporte, hospedaje, alimentación) para garantizar disponibilidad.

##### 4.1.3 Ejecución del Servicio:

**Inicio:** Punto de encuentro (Cusco o Abancay).

**Desarrollo:** Guía turístico acompaña al grupo, asegurando el cumplimiento del itinerario y la experiencia del cliente.

**Cierre:** Evaluación con encuestas de satisfacción al cliente.

##### 4.1.4 Retroalimentación y Mejoras:

Análisis de las opiniones de los clientes para perfeccionar los servicios ofrecidos.

#### 4.2 Infraestructura y Tecnología requerida

##### 4.2.1 Infraestructura Física

Oficina central ubicada en la Región de Apurímac, equipada con áreas para atención al cliente y reuniones con proveedores.

Espacios logísticos para almacenamiento de materiales promocionales y equipos de viaje.

## **4.2.2 Tecnología**

Sistema de Gestión de Reservas (CRM): Plataforma digital para gestionar clientes, reservas y pagos.

Sitio Web y Aplicación Móvil: Canal para promocionar servicios, realizar reservas y permitir la interacción con clientes.

Herramientas de Marketing Digital: Software para email marketing, analítica web y gestión de redes sociales.

GPS y Dispositivos de Comunicación: Equipos para la coordinación en tiempo real de las actividades y la seguridad de los clientes.

## **4.3 Relación con Proveedores**

### **4.3.1 Selección de Proveedores Locales**

Identificación y evaluación de comunidades, empresas y emprendedores locales que ofrezcan servicios alineados con la propuesta de valor.

Establecimiento de contratos y acuerdos de colaboración.

### **4.3.2 Gestión de Relaciones**

Creación de un calendario para reuniones regulares con proveedores.

Implementación de un sistema de retroalimentación para asegurar la calidad de los servicios.

Ofrecimiento de capacitaciones a proveedores para alinearlos con los estándares de "Chankas Travel".

### **4.3.3 Proveedores Clave**

Guías turísticos especializados en la cultura Chanka.

Restaurantes y productores locales para la oferta gastronómica.

Empresas de transporte y alojamiento local.

#### **4.4 Gestión Logística**

##### **4.4.1 Planificación de Itinerarios y Rutas**

Diseño de rutas eficientes y seguras para los recorridos turísticos.

Coordinación previa con guías, transportistas y proveedores para garantizar puntualidad.

##### **4.1.2 Gestión de Recursos Materiales**

Inventario de materiales promocionales, equipos de viaje y productos sostenibles.

Estrategias de aprovisionamiento para minimizar costos y maximizar la disponibilidad.

##### **4.1.3 Monitoreo y Optimización**

Uso de tecnología GPS para monitorear vehículos y grupos en tiempo real.

Implementación de indicadores clave de desempeño (KPI) para medir la eficiencia logística, como puntualidad y reducción de costos.

##### **4.1.4 Gestión de Emergencias**

Plan de contingencia para problemas como clima adverso o emergencias médicas.

Capacitación al personal en primeros auxilios y resolución de conflictos.

## CAPITULO V

### PLAN DE IMPLEMENTACION

#### 5.1 Filosofía Organizacional

##### 5.1.1 Misión

Proporcionar experiencias de viaje exclusivas, adaptadas y genuinas en la región de Apurímac, resaltando la abundancia cultural, histórica y natural de la cultura Chanka. Elaboramos experiencias memorables que fusionan sostenibilidad, creatividad y tradición, aproximando a los turistas al arte, diseño, cocina y espíritu vanguardista de esta pradera de los celajes, al mismo tiempo que impulsamos el crecimiento responsable del turismo en la zona.

##### 5.1.2 Visión

En un plazo de diez años, aspiramos a ser reconocidos como la agencia líder en turismo cultural y sostenible tanto en la región de Apurímac como a nivel nacional. Nuestro objetivo es convertirnos en un modelo en la generación de experiencias turísticas que vinculen de manera profunda a los turistas con la esencia de la cultura Chanka, valorando las costumbres desde un enfoque contemporáneo y produciendo un efecto beneficioso en las comunidades locales.

##### 5.1.3 Valores

**Autenticidad:** Valoramos la fidelidad a la esencia de la cultura Chanka, ofreciendo experiencias genuinas que reflejan su historia, tradiciones y entorno natural.

**Sostenibilidad:** Nos comprometemos con el cuidado del medio ambiente y el desarrollo responsable de las comunidades locales, minimizando el impacto ambiental y fomentando el turismo regenerativo.

**Innovación:** Promovemos la creatividad y el enfoque contemporáneo en la creación de experiencias turísticas, fusionando tradición con nuevas perspectivas y tendencias en el sector.

**Respeto Cultural:** Reconocemos y valoramos las costumbres, prácticas y formas de vida de la cultura Chanka, fomentando el entendimiento y el respeto mutuo entre visitantes y anfitriones.

**Compromiso Social:** Trabajamos en estrecha colaboración con las comunidades locales para generar beneficios tangibles, impulsando su desarrollo económico, social y cultural.

**Calidad y Excelencia:** Garantizamos servicios de alta calidad y experiencias memorables, superando las expectativas de los turistas y manteniendo altos estándares en cada detalle.

**Pasión por el Turismo:** Creemos en el poder transformador del turismo para conectar a las personas, enriquecer vidas y destacar el valor de nuestras raíces culturales y naturales.

**Integridad:** Actuamos con ética, transparencia y honestidad en nuestras relaciones con clientes, colaboradores y socios locales.

## **5.2 Organigrama Proyectado**

El organigrama proyectado para "Chankas Travel" busca garantizar una estructura eficiente y alineada con los objetivos de la agencia.

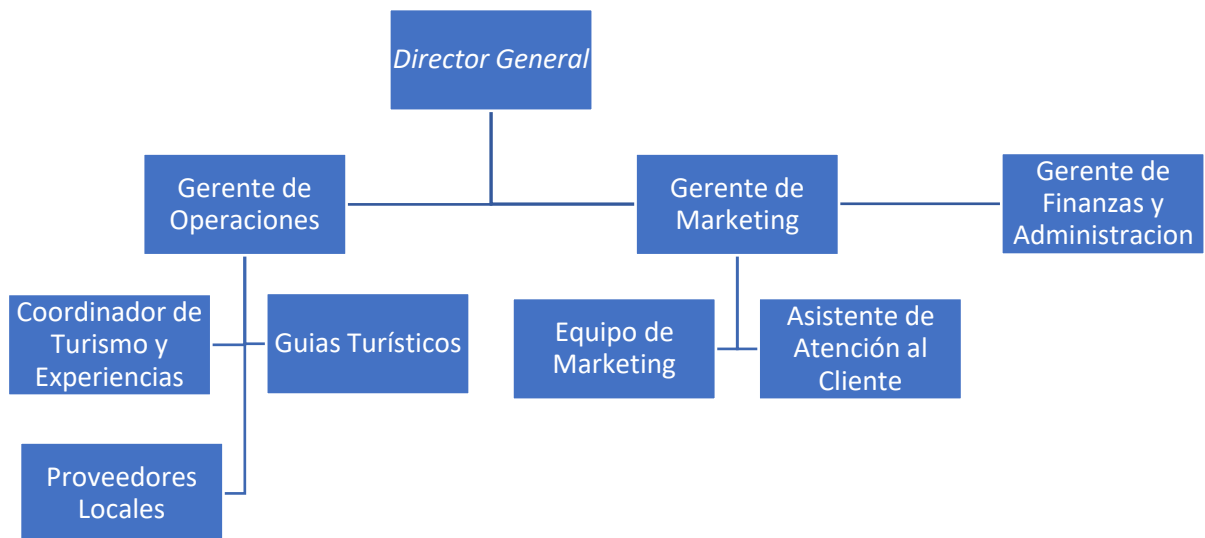


Ilustración 1

**Director General:** Responsable de la dirección estratégica y toma de decisiones clave.

**Gerente de Operaciones:** Encargado de supervisar las actividades diarias, garantizar la calidad del servicio y coordinar con los proveedores.

**Gerente de Marketing y Ventas:** Responsable de diseñar e implementar estrategias de promoción y captación de clientes.

**Gerente de Finanzas y Administración:** Maneja presupuestos, finanzas y recursos humanos.

**Coordinador de Turismo y Experiencias:** Diseña itinerarios y coordina con los guías turísticos.

**Asistente de Atención al Cliente:** Gestiona consultas, reservas y solicitudes de los clientes.

## **Roles y Responsabilidades**

### **Director General**

Diseñar y supervisar la estrategia global del negocio.

Representar a la agencia en alianzas estratégicas y eventos del sector.

### **Gerente de Operaciones**

Planificar, supervisar y optimizar las operaciones diarias.

Garantizar la seguridad y satisfacción de los clientes durante los tours.

### **Gerente de Marketing y Ventas**

Desarrollar campañas publicitarias y estrategias digitales.

Analizar las tendencias del mercado y ajustar la oferta turística.

Gestionar las relaciones con clientes clave y agentes de ventas.

### **Gerente de Finanzas y Administración**

Gestionar el presupuesto, los ingresos y los gastos de la agencia.

Coordinar la contratación de personal y la gestión administrativa.

### **Coordinador de Turismo y Experiencias**

Diseñar itinerarios personalizados y supervisar la ejecución de tours.

Formar y coordinar a los guías turísticos y otros colaboradores.

### **Asistente de Atención al Cliente**

Responder a consultas y gestionar las reservas.

Realizar encuestas de satisfacción y manejar quejas o sugerencias.

Guías Turísticos (freelancers o locales)

Proporcionar información cultural y acompañar a los grupos en los recorridos.

Asegurar la calidad y el cumplimiento de los itinerarios.

## **5.3 Requisitos de Personal y Contratación.**

### **Requisitos de Personal Inicial**

**Director General:** Experiencia mínima de 5 años en dirección de negocios turísticos.

**Gerente de Operaciones:** Profesional en turismo o administración, con experiencia en gestión operativa.

**Gerente de Marketing y Ventas:** Experto en marketing digital, manejo de redes sociales y estrategias de captación.

**Gerente de Finanzas y Administración:** Formación en finanzas, contabilidad o administración.

**Coordinador de Turismo y Experiencias:** Conocimiento en diseño de experiencias turísticas y trato con comunidades locales.

**Asistente de Atención al Cliente:** Habilidad en comunicación y gestión de sistemas CRM.

**Guías Turísticos:** Personas con conocimiento de la región, bilingües (inglés/español preferiblemente), con carnet de su escuela o asociación profesional.

#### **5.4 Plan de Contratación**

**Etapa 1 (Meses 1-2):** Contratar a los líderes clave: director general, Gerente de Operaciones y Gerente de Marketing y Ventas.

**Etapa 2 (Meses 3-4):** Incorporar al Coordinador de Turismo, Asistente de Atención al Cliente y Gerente de Finanzas.

**Etapa 3 (Meses 5-6):** Identificar y contratar a guías turísticos y establecer contratos con proveedores locales.

## CAPITULO VI

### PLAN FINANCIERO

#### 6.1 Inversión inicial.

La inversión inicial se destina a cubrir los gastos necesarios para la puesta en marcha de la Agencia de Viajes Chanka.

CONCEPTO	MONTO (S/.)	DESCRIPCION
Equipamiento de Oficinas	15,000	Compra de muebles, equipos de computo
Desarrollo de Páginas web	5,000	Diseño, programación y mantenimiento inicial
Publicidad Inicial	2,000	Campañas en redes sociales
Capital de Trabajo (3 meses)	15,000	Salarios, alquileres y suministros básicos
Otros Gastos (licencias, seguros)	6,000	Licencias, seguros, registros
<b>TOTAL</b>	<b>43,000</b>	

*Tabla. 1*

#### 6.2 Estructura de costos.

##### 6.2.1 Costos Fijos Mensuales

CONCEPTO	MONTO MENSUAL (S/.)
Alquiler de Oficinas	4,000
Sueldos (empleados)	11,200
Servicios Básicos	800
Publicidad Continua	1,000
Otros Gastos Administrativos	500
<b>TOTAL</b>	<b>17,500</b>

*Tabla. 2*

### 6.2.2 Costos Variables Mensuales

CONCEPTO	COSTO POR CLIENTE (S/.)
Transporte	150
Alimentación	100
Hospedaje	200
Guías Turísticos	100
Materiales y Kits	50
<b>TOTAL</b>	<b>600</b>

*Tabla. 3*

### 6.3 Fuentes de financiamiento.

#### 6.3.1 Recursos Propios.

Aportación personal de socios fundadores S/. 30,000.

#### 6.3.2 Préstamos Bancarios.

Préstamo a 3 años por S/. 13,000.

### 6.4 Proyecciones financieras.

#### 6.4.1 Ingresos Proyectados

Basado en atender a un promedio de 70 clientes mensuales con un precio promedio de S/. 1000.00

AÑO	CLIENTES ATENDIDOS	INGRESOS (S/.)
Año 1	840	840,000
Año 2	1050	1,050,000
Año 3	1312	1,312,000

*Tabla. 4*

### 6.4.2 Costos Totales Proyectados

Incluyen Costos Fijos y Variables

<b>AÑO</b>	<b>COSTOS TOTALES (S/.)</b>
<b>Año 1</b>	714,000
<b>Año 2</b>	840,000
<b>Año 3</b>	997,200

*Tabla. 5*

### 6.4.3 Utilidad Neta Proyectada

<b>AÑO</b>	<b>UTILIDAD NETA (S/.)</b>
<b>Año 1</b>	126,000
<b>Año 2</b>	210,000
<b>Año 3</b>	314,800

*Tabla. 6*

### 6.5 Rentabilidad y retorno de inversión (ROI).

$$ROI = \frac{\text{Beneficio Neto Total}}{\text{Inversión Inicial}} 100$$

**Calculo:**

**Beneficio Neto Total (3 años) = 650,800**

**Inversión Inicial = 43,000**

$$ROI = \frac{650,800}{43,000} 100$$

**ROI = 1,513.48 %**

Un ROI de 1,513.48% significa que, por cada sol invertido, el negocio genera S/. 15.14 en ganancias.

Por consiguiente, estamos hablando de una rentabilidad muy alta.

## CAPITULO VII

### PLAN DE IMPLEMENTACION

#### 7.1 Cronograma de Actividades

##### 7.1.1 Fase 1: Planeación y Diseño del Proyecto

Definir los objetivos específicos del negocio.

Diseñar los paquetes turísticos y establecer alianzas con proveedores locales.

Realizar el análisis de viabilidad técnica y económica.

Duración estimada: 1 mes.

##### 7.1.2 Fase 2: Obtención de Permisos y Licencias

Inscribir la empresa bajo la estructura legal seleccionada.

Tramitar licencias de funcionamiento y permisos de turismo según la normativa peruana.

Duración estimada: 1.5 meses.

##### 7.1.3 Fase 3: Configuración de la Infraestructura

Implementación de oficinas en Cusco y Abancay.

Adquisición de equipos tecnológicos y mobiliario.

Establecimiento de canales de comunicación (teléfono, página web, redes sociales).

Duración estimada: 2 meses.

##### 7.1.4 Fase 4: Contratación y Capacitación del Personal

Reclutar personal administrativo, guías turísticos, y responsables logísticos.

Realizar capacitaciones en atención al cliente, primeros auxilios, y operaciones turísticas.

**Duración estimada: 1.5 meses.**

##### 7.1.5 Fase 5: Marketing y Promoción

Lanzar campañas en redes sociales, ferias turísticas, y medios locales.

Publicar contenido relacionado con los destinos turísticos en el circuito de Apurímac.

Duración estimada: 1 mes.

### 7.1.6 Fase 6: Inicio de Operaciones

Realizar viajes de prueba para validar la logística y experiencia del cliente.

Lanzar oficialmente los servicios al mercado.

Duración estimada: 1 mes.

## Cronograma Resumido

<b>FASE</b>	<b>ACTIVIDAD PRINCIPAL</b>	<b>DURACION</b>
<b>Fase 1: Planeación y Diseño</b>	Definir paquetes y análisis de viabilidad	1 mes
<b>Fase 2: Permisos y Licencias</b>	Inscripción legal y trámites regulatorios	1.5 meses
<b>Fase 3: Infraestructura</b>	Implementación de oficinas y equipos	2 meses
<b>Fase 4: Personal</b>	Contratación y capacitación	1.5 meses
<b>Fase 5: Marketing y Promoción</b>	Lanzamiento de campañas y contenido	1 mes
<b>Fase 6: Inicio de Operaciones</b>	Pruebas y lanzamiento oficial	1 mes

*Tabla. 7*

## 7.2 Plan de Contingencia

<b>RIESGO IDENTIFICADO</b>	<b>IMPACTO POTENCIAL</b>	<b>ESTRATEGIA DE CONTINGENCIA</b>
Retrasos en el desarrollo del sitio web	Retraso en el lanzamiento de la agencia	Contratar a un proveedor confiable con un cronograma bien definido.
Falta de aceptación en el mercado <i>local</i>	Baja demanda de servicios	Realizar encuestas previas y ajustar la propuesta según preferencias.

Problemas con proveedores locales	Afectación en la calidad del servicio	Identificar múltiples proveedores alternativos en cada categoría.
Capacitación insuficiente del personal	Experiencia de cliente insatisfactoria	Programar capacitaciones adicionales y contratar personal con experiencia.
Desastres naturales o problemas climáticos	Cancelación de tours	Diseñar itinerarios alternativos y políticas de reprogramación flexibles.
Problemas financieros	Dificultad para cubrir costos iniciales	Establecer una línea de crédito o buscar socios inversionistas.

*Tabla. 8*

## CONCLUSION

El emprendimiento Agencia de Viajes Chanka-Circuito Apurímac representa una propuesta innovadora en el sector turístico, enfocada exclusivamente en el desarrollo de circuitos dentro del departamento de Apurímac. Este modelo de negocio se alinea con la creciente demanda de experiencias auténticas y sostenibles, resaltando la riqueza cultural, histórica y natural de la región.

Las expectativas para este emprendimiento son ambiciosas pero alcanzables:

**Posicionarse como líder en el turismo regional** dentro de los primeros tres años, atrayendo tanto turistas nacionales como internacionales.

**Consolidar alianzas estratégicas** con comunidades locales, operadores turísticos y entidades gubernamentales para fortalecer la cadena de valor turística.

**Generar impacto positivo en la economía local**, creando empleo y promoviendo el comercio justo con las comunidades involucradas en los circuitos turísticos.

Entre las metas más destacadas se incluyen:

- Atender a 840 turistas en el primer año de operaciones, incrementando esta cifra en un 10% anual.
- Mantener una calificación promedio superior a 4.5 estrellas en plataformas digitales de turismo, lo que reflejará la calidad del servicio ofrecido.
- Lograr la recuperación total de la inversión inicial en el tercer año, a partir del flujo constante de ingresos proyectados.

Este emprendimiento no solo busca ser rentable, sino también contribuir al desarrollo sostenible del turismo en Apurímac, valorizando su patrimonio y promoviendo el respeto por su entorno natural y cultural. Con estrategias claras y objetivos bien definidos, la Agencia de Viajes Chanka-Circuito Apurímac está preparada para superar los desafíos del sector y consolidarse como un referente en el turismo regional.

