



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA  
EMPRESARIAL**

Plan de negocio para la creación de una empresa operadora de turismo con  
destino a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas - 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Ingeniero Empresarial

**AUTORES:**

Br. Peña Soto, Mirsa Luz (ORCID: 0000-0002-4481-6832)

Br. Rosales Medina, Carmen Celeste (ORCID: 0000-0002-6894-0838)

**ASESOR:**

Mg. Suca Apaza, Guido Rene (PhD) (ORCID: 0000-0002-5340-1495)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Planes de Negocios

**LIMA – PERÚ**

2019

## **Dedicatoria**

A nuestros padres por su paciencia, sabiduría y apoyo incondicional, motivándonos a seguir luchando por nuestros sueños y nunca rendirnos ante cualquier adversidad.

A nuestros amigos, quienes dedicaron minutos valiosos de su tiempo para transmitirnos su experiencia y mejorar el presente proyecto.

## **Agradecimiento**

En estas líneas queremos agradecer a todas las personas que de alguna manera se involucraron para realizar con éxito este proyecto. A nuestros padres por su paciencia y ser el apoyo constante desde el inicio de nuestra carrera universitaria.

Gracias a nuestro asesor de tesis el Ing. Suca Apaza Guido, por su orientación y a la universidad por darnos la libertad de desarrollarnos y crecer tanto en el ámbito profesional como personal.

## **Página del jurado**

MG. LEONIDAS BENITEZ RODRIGUEZ

MG. GUIDO RENE, SUCA APAZA

MG. JOSÉ LA ROSA ZEÑA RAMOS

### Declaratoria de autenticidad

Nosotras Peña Soto Mirsa Luz con DNI 72526997 y Rosales Medina Carmen Celeste con DNI 72262067, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería Empresarial, declaramos bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de diciembre 2019



FIRMA

DNI: 72526997



FIRMA

DNI: 72262067

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Título de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Plan de negocio para la creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas-2019”, la misma que someto a vuestra consideración y esperamos que cumpla con los requisitos para obtener el Título Profesional de Ingeniera Empresarial.

Peña Soto Mirsa Luz

Rosales Medina Carmen Celeste

## ÍNDICE

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Indice.....	vii
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Planteamiento del problema u oportunidad.....	1
1.2. Formulación del problema u oportunidad .....	10
1.2.1. Modelo Canvas.....	11
1.3. Objetivos del proyecto .....	13
1.3.1. General .....	13
1.3.2. Específicos.....	13
1.4. Explicación del método de trabajo.....	13
II. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	14
2.1. Definición del servicio.....	14
2.2. Análisis de la demanda .....	22
2.2.1. Demanda .....	22
2.2.2. Segmentación.....	22
2.2.3. Perfil del vacacionista Limeño .....	23
2.2.4. Clasificación de mercados de acuerdo con el tipo de demanda .....	27
2.2.5. Mercado disponible .....	27
2.3. Análisis de la oferta .....	30
2.3.1. Identificación de la competencia.....	30
2.3.2. Oferta de operadoras de Turismo en Lima .....	34
2.4. Proyección de la oferta y demanda.....	35
2.4.1. Demanda insatisfecha a cubrir para el año 2020.....	39
2.5. Análisis de la comercialización .....	40
2.5.1. Plan Marketing Mix.....	40
2.6. Mercado Proveedor.....	44
III. ESTUDIO TÉCNICO.....	51
3.1 Ingeniería del proyecto (Proceso del servicio) .....	51
3.2 Localización.....	63
3.3 Tamaño.....	70
3.4 Equipamiento .....	72
IV. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....	73
4.1. Estudio Legal.....	73
4.2. Licencia de Funcionamiento .....	76
4.2.1. Registro de Marca .....	76
4.2.2. Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la empresa.....	79
4.2.3. Estudio Organizacional, estructural y funcional .....	80
4.2.4. Organigrama estructural.....	82

4.2.5. Estudio Funcional.....	82
V. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	84
5.1 Externalidades positivas del plan de negocio.....	86
5.2 Externalidades negativas del plan de negocio.....	87
5.3 Matriz de identificación de entradas y salidas.....	89
5.4 Metodología utilizada.....	94
5.5 Estrategias de manejo ambiental.....	96
VI. ESTUDIO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS.....	95
6.1. Ingresos del proyecto .....	95
6.1.1. Costos.....	98
6.2. Inversión del proyecto.....	99
6.3. Financiamiento del proyecto.....	102
6.4. Punto de equilibrio .....	105
VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	108
7.1. Flujos de caja .....	108
7.2. Flujo de caja económico .....	108
7.4. Determinación de la tasa de descuento.....	109
7.5. Indicadores de rentabilidad.....	115
7.6. Análisis de sensibilidad .....	118
VIII. CONCLUSIONES .....	122
XI. RECOMENDACIONES .....	124
X. REFERENCIAS .....	125
ANEXOS.....	132

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa geográfico de Perú y Croacia.....	4
Figura 2 Ranking de competitividad en América Latina con aporte del PBI % .....	6
Figura 3 Diagrama de Ishikawa .....	9
Figura 4. Ubicación geográfica de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas .....	16
Figura 5. Reserva paisajística Nor Yauyos Cochas .....	17
Figura 6. Cascadas de la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas .....	18
Figura 7. Primera ruta para ir de Lima a la Reserva paisajística Nor Yauyos .....	19
Figura 8. Segunda ruta para regresar de la Reserva paisajística Nor Yauyos a Lima .....	20
Figura 9. Indicadores del vacacionista Limeño .....	24
Figura 10. ¿A qué provincias de lima Viaja el vacacionista Limeño? .....	24
Figura 11. Características del vacacionista Limeño .....	25
Figura 12. ¿Cómo viaja el vacacionista Limeño? .....	25
Figura 13. Gasto del vacacionista Limeño .....	26
Figura 14 Fechas de preferencia que elige el vacacionista Limeño. ....	26
Figura 15. Ruta habitual de los competidores. ....	32
Figura 16. Análisis de regresión en el pronóstico de la demanda .....	35
Figura 17 Blog Viajero .....	43
Figura 18 Mapa del distrito de Lima .....	64
Figura 19 Evaluacilternativas de localización. ....	64
Figura 20 Ubicación de oficina .....	68



Figura 21 Layout de la agencia operadora de turismo .....	69
Figura 22. Formula de muestreo finito. ....	133

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modelo Canvas .....	12
Gráfico 2. Evolución del flujo de visitantes a la Reserva paisajista Nor Yauyos cochas hasta el 2018 .....	29
Gráfico 3. Demanda insatisfecha .....	40
Gráfico 4. Marketing Mix.....	41
Gráfico 5. Flujograma de proveedor.....	45
Gráfico 6. Proceso de reserva y pago del servicio.....	53
Gráfico 7. Proceso de reserva – hospedaje.....	54
Gráfico 8. Proceso de reserva - restaurantes.....	54
Gráfico 9. Flujograma de interacción cliente – guía de turismo. ....	60
Gráfico 10. Proceso de Post venta del servicio .....	61
Gráfico 11. Organi grama Estructural .....	82
Gráfico 12. Acondicionamiento de la implementación de la oficina y la reserva de viajes .....	88
Gráfico 13. Procedimiento del servicio .....	89
Gráfico 14 Punto de equilibrio para el paquete Llapam .....	107
Gráfico 15. Punto de equilibrio para el paquete aventurero .....	107
Gráfico 16 Variables sensibles .....	119
Gráfico 17. Interpretación de alfa de Crombach .....	132

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Países más competentes para el turismo 2017 .....	1
Tabla 2 Ranking de países más competentes del mundo.....	2
Tabla 3 Comparativo de competitividad del sector turismo entre Perú y Croacia 2017 ...	3
Tabla 4 Comparativo entre Perú y Croacia .....	5
Tabla 5 Ranking De Competitividad en América Latina con aporte del PBI % .....	6
Tabla 6. Factores De La Competitividad Del Sector Turismo De México, Argentina Y Chile, 2017.....	7
Tabla 7. Atractivos turísticos para cada Tour.....	21
Tabla 8. Traslados por vacaciones desde las principales ciudades emisoras .....	23
Tabla 9. Mercado disponible .....	27
Tabla 10. Identificación del Mercado Real .....	27
Tabla 11. Mercado potencial .....	28
Tabla 12. Evolución del flujo de visitantes a la Reserva paisajista Nor Yauyos cochas hasta el 2018 .....	28
Tabla 13. Características del servicio de la competencia .....	31
Tabla 14. Principales competidores directos .....	32
Tabla 15. Principales competidores indirectos .....	33
Tabla 16. Crecimiento anual de clientes en paralelo a la demanda anual. ....	34
Tabla 17. Número de Operadoras de Turismo .....	35
Tabla 18. Cálculo de la proyección de la demanda. ....	36

Tabla 19. Proyección del número de visitantes a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochabamba, del año 2019 al 2024.....	38
Tabla 20. Cálculo de la proyección de la oferta, visitantes a la RPNYC, con tour. ....	38
Tabla 21. Demanda insatisfecha a cubrir para el año 2020.....	39
Tabla 22. Principales restaurantes en el poblado de Vilcas y Huancaya .....	44
Tabla 23. Descripción de los hospedajes.....	45
Tabla 24. Servicios de soporte en oficina: .....	45
Tabla 25. Servicios de abastecimiento: .....	46
Tabla 26. Equipos y materiales para cada viaje.....	51
Tabla 27 Kit Viajero .....	55
Tabla 28. Tour Llapam – Día 1 .....	56
Tabla 29. Tour Llapam - Día 2.....	57
Tabla 30. Tour Aventurero – Día 1 .....	58
Tabla 31. Tour Aventurero - Día 2.....	59
Tabla 32. Requerimientos de equipo y material para el área administrativa y comercial. ....	62
Tabla 33. Matriz de enfrentamiento .....	67
Tabla 34. Evaluación de alternativas de localización.....	67
Tabla 35. Estimación mensual de vehículos para el año 2020 .....	71
Tabla 36. Gastos de constitución de Kawsay Aventuras.....	79
Tabla 37. Análisis FODA .....	81
Tabla 38. Requerimiento personal.....	84
Tabla 39. Lista con alguna de las especies de flora inventariadas por la RPNYC.....	86
Tabla 40. Lista alguna de las especies pertenecientes a la fauna silvestre que habitan la RPNYC.....	87
Tabla 41. Mamíferos registrados por zonas de vegetación .....	87
Tabla 42. Matriz de identificación de impactos ambientales .....	91
Tabla 43. Función del índice de riesgo ambiental .....	92
Tabla 44. Evaluación de riesgo ambiental.....	93
Tabla 45. Pronóstico de ventas anual del servicio turístico en unidades.....	95
Tabla 46 Preferencia anual por tipo de paquete turístico .....	95
Tabla 47 Ingresos anuales por tipo de paquete turístico.....	95
Tabla 48 Detalle de ingresos anuales por paquete turístico.....	96
Tabla 49 Costo total por paquetes turísticos.....	98
Tabla 50 Capital de trabajo.....	99
Tabla 51 Inversión en equipos de oficina .....	100
Tabla 52 Inversión en equipos de computo .....	100
Tabla 53 Inversión en mobiliarios.....	100
Tabla 54 Inversión en equipos de limpieza .....	101
Tabla 55 Inversión en instalación de servicios.....	101
Tabla 56 Inversión en posicionamiento de marca .....	101
Tabla 57 Inversión en trámites de constitución .....	102
Tabla 58 Estado de ganancias y pérdidas .....	102
Tabla 59 Inversión total .....	103
Tabla 60 Tipo de financiamiento .....	103
Tabla 61 Financiamiento para activos fijos.....	103
Tabla 62 Simulación de cronograma de pagos .....	104

Tabla 63 Clasificación de costos .....	105
Tabla 64 Cantidad de equilibrio de a vender de cada paquete al mes .....	106
Tabla 65 Modulo de IGV.....	108
Tabla 66 El Flujo de Caja económico y Financiero .....	109
Tabla 67 Costo real de la deuda $K_d$ .....	110
Tabla 68 Variables para calcular el COK mediante el método CAMP .....	111
Tabla 69 Beta ajustado de la industria.....	111
Tabla 70 Participación de la deuda patrimonio .....	112
Tabla 71 Tasa libre de riesgo $R_f$ .....	112
Tabla 72 Riesgo país $R_p$ .....	113
Tabla 73 Porcentaje de devaluación abs.....	113
Tabla 74 Costo de oportunidad COK .....	114
Tabla 75 Costo promedio ponderado de capital WACC .....	115
Tabla 76. Tasa de descuento según el tipo de evaluación .....	116
Tabla 77. VANE Y VANF .....	116
Tabla 78 Periodo de recuperación de inversión.....	117
Tabla 79 Variables empleadas para el análisis de sensibilidad .....	119
Tabla 80 Porcentaje de variación de precio paq 1 .....	120
Tabla 81 Escenario para el precio del paq 1 .....	120
Tabla 82 Porcentaje de variación de precio Paq. 2.....	120
Tabla 83 Escenario para el precio del Paq 2.....	121
Tabla 84 Porcentaje de variación de costo Paq 1 .....	121
Tabla 85 Escenario para el Costo del Paq 1 .....	121
Tabla 86. Interpretación de la prueba piloto.....	132

## RESUMEN

El Objetivo del presente plan de negocios es determinar la viabilidad comercial, técnica, legal para la creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas ubicado en Yauyos Provincia de Lima, como una nueva alternativa para el turista limeño que busca salir de la rutina a pocas horas de la capital Limeña. Siendo este un destino que se está convirtiendo en uno de los principales atractivos por los viajeros, debido a sus hermosos paisajes, cascadas y animales en su habitat natural.

Como característica principal del servicio es que el turista no tenga que preocuparse por los ajetreos que involucra planear un viaje y que solo disfruten del destino. Para ello se le brinda todas las comodidades que el viaje exige. Además, el turista tiene la ventaja de no repetir la ruta de regreso por lo que conocerá más lugares en un solo viaje, esta ruta de retorno, llevará el nombre de “ruta de los nevados”.

El servicio está dirigido a personas que comparten el gusto por hacer turismo, que tienen las edades entre los 23 a 47 años de edad y pertenecen al nivel económico A, B y C de la ciudad de Lima. Las estrategias de comercialización se realizarán a través de los medios digitales, mediante promociones de esa manera lograr que nuestro servicio se posicione en el mercado.

Nuestra oficina estará estratégicamente ubicada cerca de los principales centros comerciales en el distrito de los olivos, en un área de 35 m<sup>2</sup>. Teniendo una ubicación cercana a los principales centros comerciales del distrito. La empresa estará conformada por dos accionistas, una gerencia general, jefe comercial, asesor de ventas en servicios turísticos y guía turístico.

Desde el punto de vista ambiental se identificó las externalidades negativas y positivas que podrían afectar a los factores ambientales se utilizó una herramienta (IRA) correcta para identificar el índice de riesgo ambiental.

Mediante el estudio financiero se determinó que el financiamiento será de S/34,323.03 del cual un 58% es propio y un 42% financiado por una entidad bancaria y el capital de trabajo es de S/22,822.14; el punto de equilibrio mensual es de 1118 unidades de arreglos y en el detalle el punto de equilibrio de un ramo pequeño es de 93 paquetes de viajes, 56 del paquete 1 Llapam y 37 del paquete 2 Aventurero. Realizando una proyección a 5 años obteniendo un VAN E de S/. 67,103.07; VANF de S/. 66,081.30; TIR E de 64%, TIR F de 82% y un periodo de recuperación de 1 año 5 meses y 18 días.

**Palabras clave:** Plan de negocio, turismo, viabilidad.

## **ABSTRACT**

The Objective of this business plan is to determine the feasibility of commercial, technical, legal and for the creation of an operating company of tourism with destination to the Reserve Landscape Nor Yauyos Cochas located in Yauyos Province, Lima, as a new alternative for the tourist in Lima that seeks to get out of the routine to a few hours of the capital Lima. This being a destination that is becoming one of the main attractions for travelers, due to its beautiful landscapes, waterfalls and animals in their natural habitat.

As a main feature of the service is that the tourist does not have to worry about the hustle that involves planning a trip and just enjoy the destination. To do this, we provide all the amenities that the journey entails. In addition, the tourist has the advantage of not repeating the same route back so that you will learn more places in a single trip, this return path will carry the name of “route of the mountains”.

The service is aimed at people who share the taste for sightseeing, with ages between 23 to 47 years of age and belong to the economic level A, B, and C of the city of Lima. The marketing strategies will be carried out through the me-god digital, using promotions that way ensure that our service is positioned in the market.

Our office will be strategically located near the major shopping centers in the district of the olive trees, in an area of 35 m<sup>2</sup>. Having a location close to the main shopping centers of the district. The company shall be formed by two shareholders, a general manager, sales manager, sales consultant in tourism services, and tourist guide.

From the environmental point of view is identified externalities negative and positive that could affect the environmental factors, we used a tool (IRA) correct to identify the index of environmental risk.

Through the financial study it was determined that the financing will be S / 34,323.03 of which 58% is owned and 42% financed by a banking entity and the working capital is S / 22,822.14; The monthly equilibrium point is 1118 units of arrangements and in detail the equilibrium point of a small bouquet is 93 packages of via-jess, 56 of the package 1 Llapam and 37 of the package 2 Adventurer. Making a projection to 5 years obtaining a VAN E of S /. 67,103.07; VANF of S /. 66,081.30; IRR of 64%, IRR of 82% and a recovery period of 1 year 5 months and 18 days.

**Keywords:** Business plan, tourism, viability.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Planteamiento del problema u oportunidad.

A lo largo de los años, “el sector turismo ha tenido un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico (OMT, 2017, “¿Por qué el turismo?”, párr. 1).

Según datos del Foro Económico Mundial (2017), el turismo aportó 7.6 billones de dólares al Producto Bruto Interno (PBI) Mundial en el 2016, esto significa un 10.2% del PBI global, generando millones de empleos, ya que una de cada 10 personas trabaja en la industria.

El Foro Económico Mundial (FEM), presentó la edición 2017 del Índice de Reporte de Competitividad Viaje y Turismo. Este Índice comprende 136 países evaluados por sus políticas nacionales y factores que ayudan al desarrollo turístico, importante para la competitividad del país.

A continuación, los países que lideran esta lista:

Tabla 1. Países más competentes para el turismo 2017

10 países más competentes para el turismo 2017			
Top	País	Puntaje <sup>a</sup>	Turismo como porcentaje del PBI %
1	España	5.43	11.1% <sup>b</sup>
2	Francia	5.32	7.1% <sup>b</sup>
3	Alemania	5.28	3.9% <sup>c</sup>
4	Japón	5.26	1.9% <sup>c</sup>
5	Reino Unido	5.20	3.7% <sup>c</sup>
6	Estados Unidos	5.12	2.7% <sup>c</sup>
7	Australia	5.10	3.2% <sup>c</sup>
8	Italia	4.99	6.0% <sup>b</sup>
9	Canadá	4.97	2.0% <sup>c</sup>
10	Suiza	4.94	-

Fuente: Adaptado de Foro Económico mundial (2017)<sup>1</sup>

<sup>a</sup> FEM (2017) <sup>b</sup> Disponible en: <https://www.elboletin.com/noticia/166273/economia/en-que-paises-de-la-ocde-tiene-mas-peso-el-turismo-en-el-pib.html>

<sup>c</sup> Disponible en: <https://www.elcomercio.com/viajar/ranking-paises-mundo-beneficiados-turismo.html>



Tabla 2 Ranking de países más competentes del mundo

Country/Economy	Rank	Score	Change since 2015
Spain	1	5.43	0
France	2	5.32	0
Germany	3	5.28	0
Japan	4	5.26	5
United Kingdom	5	5.20	0
United States	6	5.12	-2
Australia	7	5.10	0
Italy	8	4.99	0
Canada	9	4.97	1
Switzerland	10	4.94	-4
Hong Kong SAR	11	4.86	2
Austria	12	4.86	0
Singapore	13	4.85	-2
Portugal	14	4.74	1
China	15	4.72	2
New Zealand	16	4.68	0
Netherlands	17	4.64	-3
Norway	18	4.64	2
Korea, Rep.	19	4.57	10
Sweden	20	4.55	3
Belgium	21	4.54	0
Mexico	22	4.54	8
Ireland	23	4.53	-4
Greece	24	4.51	7
Iceland	25	4.50	-7
Malaysia	26	4.50	-1
Brazil	27	4.49	1
Luxembourg	28	4.49	-2
United Arab Emirates	29	4.49	-5
Taiwan, China	30	4.47	2
Denmark	31	4.43	-4
Croatia	32	4.42	1
Finland	33	4.40	-11
Thailand	34	4.38	1
Panama	35	4.37	-1
Malta	36	4.25	4
Estonia	37	4.23	1
Costa Rica	38	4.22	4
Czech Republic	39	4.22	-2
India	40	4.18	12
Slovenia	41	4.18	-2
Indonesia	42	4.16	8
Russian Federation	43	4.15	2
Turkey	44	4.14	0
Bulgaria	45	4.14	4
Poland	46	4.11	1
Qatar	47	4.08	-4
Chile	48	4.06	3
Hungary	49	4.06	-8
Argentina	50	4.05	7
Peru	51	4.04	7
Cyprus	52	4.02	-16
South Africa	53	4.01	-5
Latvia	54	3.97	-1
Mauritius	55	3.92	1

Fuente: Foro Económico Mundial

En la tabla 1 y tabla 2 se observa que España lidera la lista, seguido de Francia, Alemania y quedando el Perú en el puesto 51.

## Factores de competitividad del sector turismo de Perú y Croacia, 2017

Tabla 3 Comparativo de competitividad del sector turismo entre Perú y Croacia 2017

COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISMO DE PERÚ Y CROACIA, 2017				
FACTOR	PERÚ		CROACIA	
	Posición (entre 136 países)	Puntaje (0 a 7)	Posición (entre 136 países)	Puntaje (0 a 7)
Seguridad	108	4.5	24	6.1
Salud e higiene	91	4.8	19	6.4
Tecnología	79	4.2	47	5.0
Infraestructura de puertos y transporte terrestre	109	2.4	46	3.9
Infraestructura de servicios turísticos	45	4.7	5	6.3
Recursos naturales	4	5.3	20	4.5
Recursos culturales y para viajes de negocios	24	3.3	39	2.8

Fuente: Adaptado de The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017

Se analizó la tabla 3 La comparación entre Perú y Croacia de los factores que influye en la calidad de servicio de turismo, a continuación, se detallara la posición de cada factor de acuerdo al país.

**Seguridad:** Al respecto Croacia destaca en seguridad, gracias a su sistema de lucha contra la delincuencia y cuenta con expertos internacionalmente reconocidos en el tema, mientras que Perú en el puesto 108 refleja la falta de manejo en políticas públicas que ayuden a combatir los altos índices de inseguridad ciudadana.

**Salud e higiene:** Croacia destaca con la posición 19, gracias a que cuenta con un gran número de médicos, acceso a saneamiento y a agua potable mejorada, mientras tanto Perú ocupa el puesto 91, ya que tiene un déficit en este factor.

**Tecnología:** Croacia destaca con la posición 47, gracias al uso de las TIC para transacciones, suscripciones a internet de banda ancha fija, mientras Perú ocupa en el puesto 79.

**Infraestructura de puertos y transporte terrestre:** Croacia destaca en el puesto 46, gracias a que cuenta con buenas carreteras, caminos pavimentados, calidad en infraestructura, eficacia del transporte terrestre. Mientras tanto Perú ocupa en el puesto 109 casi en los últimos puestos.

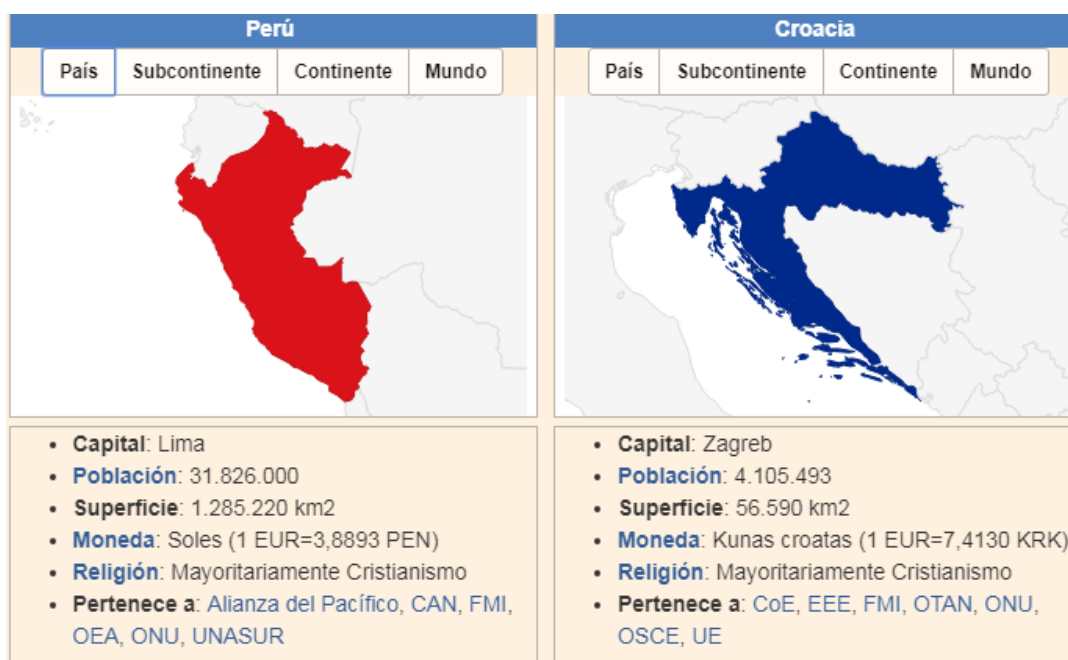
**Infraestructura de servicios turísticos:** Croacia destaca con una gran diferencia al territorio peruano con el puesto 5, gracias a que tiene un gran número de habitaciones del hotel, calidad de la infraestructura turística, presencia de las principales empresas de alquiler de vehículos y gran cantidad de cajeros automáticos. Mientras tanto Perú ocupa en el puesto 45.

**Recursos naturales:** Perú destaca en el puesto 4, gracias a que tiene gran número de especies, áreas protegidas y lugares atractivos pertenecientes al Patrimonio Mundial. Mientras tanto Croacia ocupa el puesto 20.

**Recursos culturales para viajes de negocios:** En este factor Perú destaca con el puesto 24, gracias a que cuenta con un gran número de lugares culturales tangibles e intangibles que dar a conocer en comparación de Croacia se ubica ubicado en el puesto 39.

Se elaboró un cuadro comparativo entre Perú y Croacia, detallando los siguientes campos; lugares atractivos, número de población y la debilidad.

Figura 1 Mapa geográfico de Perú y Croacia



Fuente: Datos Macro (2017)

Tabla 4 Comparativo entre Perú y Croacia

PAÍS	Lugares atractivos	Población	Debilidades
Perú	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Machu Picchu</li> <li>✓ Valle del Colca</li> <li>✓ Reserva nacional de Tambopata</li> <li>✓ Lago Titicaca</li> <li>✓ Valle sagrado de los Incas</li> <li>✓ Parque nacional Huascarán</li> <li>✓ Reserva Nacional Salinas y Aguada</li> <li>✓ Líneas de Nazca</li> <li>✓ Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas</li> <li>✓ Marcahuasi</li> <li>✓ Rupac</li> </ul>	31.826.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Seguridad</li> <li>✓ Salud e higiene</li> <li>✓ Tecnología</li> <li>✓ Infraestructura de puertos y transporte terrestre</li> <li>✓ Infraestructura de servicios turísticos</li> </ul>
Croacia	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los monumentos de Dubrovnik (Farmacia que funciona desde hace 7 siglos, Escenarios de la serie “Juegos de Tronos”)</li> <li>✓ Parque Nacional de los Lagos Plitvice</li> <li>✓ Parque Nacional Krka</li> <li>✓ Islas en Hvar, Elafiti, Lopud, Pag</li> </ul>	4.105.493	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Clima organizacional</li> <li>✓ Priorización del sector turístico</li> <li>✓ Infraestructura aérea</li> <li>✓ Recursos naturales</li> <li>✓ Recursos culturales</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Según el Foro Económico Mundial (2017), el Perú se encuentra en la posición 51 de 136 países, por detrás de otros de la región como Brasil (27), Chile (48) y Argentina (50). Nuestras fortalezas son la apertura internacional (puesto 12) y los recursos naturales (4), pero quedamos en la cola en seguridad y protección (108), infraestructura aérea (73) e infraestructura terrestre y ferroviaria (109).

El PBI que genera el turismo al Perú está por debajo de los países vecinos. A continuación, un Ranking de competitividad en América Latina con aporte del turismo al PBI.

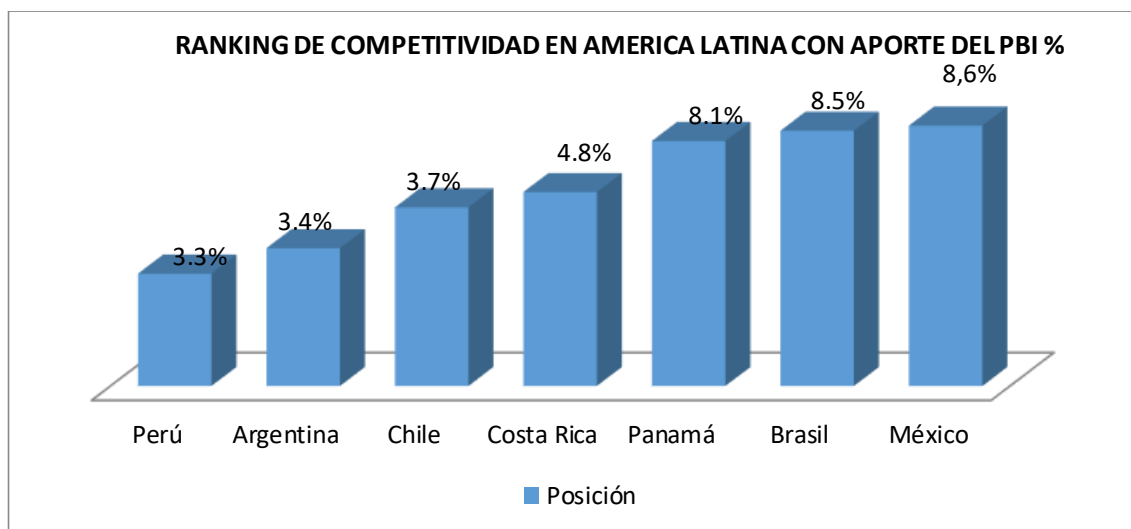
Tabla 5 Ranking De Competitividad en América Latina con aporte del PBI %

Ranking de Competitividad en América Latina con aporte del PBI %		
País	Posición	Turismo como aporte al PBI %
México	22	8,6%
Brasil	27	8,5%
Panamá	35	8,1%
Costa Rica	38	4,8%
Chile	48	3,7%
Argentina	50	3,4%
Perú	51	3,3%

Fuente: Adaptado de BBC Mundo

En el Cuadro N°5 Observamos que México tiene a nivel de América latina la mayor cifra con respecto al aporte del turismo al PBI con 8.6%, seguido de Brasil (8.5%), Panamá, Costa Rica (4.8%), quedando el Perú (3.3%) por debajo de Chile (3.4%) y Argentina (3.4%)

Figura 2 Ranking de competitividad en América Latina con aporte del PBI %



Fuente: Adaptado de BBC Mundo

Tabla 6. Factores De La Competitividad Del Sector Turismo De México, Argentina Y Chile, 2017

COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISMO DE MÉXICO ARGENTINA Y CHILE, 2017								
Factor	PERÚ		MÉXICO		ARGENTINA		CHILE	
	Posición (entre 136 países)	Puntaje (0 a 7)	Posición (entre 136 países)	Puntaje (0 a 7)	Posición (entre 136 países)	Puntaje (0 a 7)	Posición (entre 136 países)	Puntaje (0 a 7)
Ambiente para negocios	83	4.3	96	4.2	132	3.1	33	5.0
Seguridad	108	4.5	113	4.2	97	5.0	44	5.7
Salud e higiene	91	4.8	72	5.3	18	6.4	74	5.2
Recursos Humanos y mercado de trabajo	62	4.7	70	4.6	69	4.6	53	4.8
Tecnología	79	4.2	70	4.3	61	4.7	53	4.9
Prioridad de la industria de viajes y turismo	69	4.6	30	5.1	66	4.6	72	4.6
Apertura internacional	12	4.3	53	3.7	89	2.8	3	4.7
Competitividad en precios	127	3.8	63	4.9	119	4.1	39	5.3
Sostenibilidad ambiental	73	4.1	116	3.6	125	3.4	69	4.1
Infraestructura de transporte aéreo	73	2.5	39	3.7	66	2.7	64	2.7
Infraestructura de puertos y transporte terrestre	109	2.4	68	3.2	100	2.6	61	3.3
Infraestructura de servicios turísticos	45	4.7	43	4.7	54	4.5	56	4.4
Recursos naturales	4	5.3	2	5.6	25	4.4	59	3.3
Recursos culturales y para viajes de negocios	24	3.3	10	5.3	14	4.5	40	2.7

Fuente: Adaptado de The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017

Para definir el cuadro estadístico, Schwab [et al.] sostiene al respecto:

[...] Las Américas es la microrregión con el segundo desempeño TTCI más mejorado a nivel agregado, justo detrás de Asia-Pacífico. Las llegadas de turistas internacionales han crecido, creciendo de 170 millones en 2013 a más de 201 millones en 2015. De estos, América del Norte y Central reciben alrededor del 80% de estos visitantes y América Latina el 20% restante. La gran cantidad de los países de la región dependen de las riquezas naturales y la buena hospitalidad (infraestructura de servicios turísticos) para atraer a los turistas, y tienden a estar abiertos internacionalmente. Está claro que la mayoría de los gobiernos de la región comprenden el papel estratégico que desempeña el turismo, para el desarrollo y la creación de empleos y, por lo tanto, apoyan el sector de manera proactiva. Sin embargo, quedan algunas dificultades compartidas. La infraestructura terrestre es, con pocas excepciones, subdesarrollada, y los recursos culturales no están tan valorados como pueden ser. (2017, p. 14-15).

Al analizar la tabla 1, se logra diagnosticar que el **factor de hacer negocios** es elemento principal de la medida económica, de tal manera es posible que afecte directamente a las evoluciones de este sector. Chile subraya al ocupar 33, mientras que México se encuentra en el puesto 96 y Argentina se ubica entre los últimos del mundo (132 de 136); al respecto nuestro País (**PERÚ**) supera tanto a dos países vecinos (México y Argentina).

**Factor de Seguridad:** Chile destaca en seguridad, aspecto en el que ocupa en el puesto 44 a comparación Perú ocupa en el puesto 108 a causa que nuestro sistema de seguridad es pésimo.

**Salud e higiene:** Argentina destaca en el puesto 18 en salud e higiene, reconociendo a que no tiene incidencia de enfermedades, virus etc. También poseen con excelentes profesionales de medicina. Mientras Perú ocupa en el puesto 91.

**Infraestructura de Puertos y transporte terrestre:** Se validó que Chile tiene el puesto 61 en el mundo y esto posiblemente se debe a la ventaja que a nivel nacional se le da a la industria de viajes y turismo, mientras Perú ocupa en el puesto 109, porque no cuenta con buenas vías terrestres.

**Recursos naturales:** Al respecto México destaca con sus recursos naturales ya que posiciona en segundo lugar, por consiguiente, Perú en el cuarto puesto a nivel mundial, mientras que Argentina y Chile ocupan en el puesto 25 y 59.

**Recursos culturales y para viajes de negocios:** En este factor tanto México como Argentina resaltan en los puestos 10 y 14 individualmente, por ende, Perú ocupa el lugar 24 y Chile en el cuarentavo.

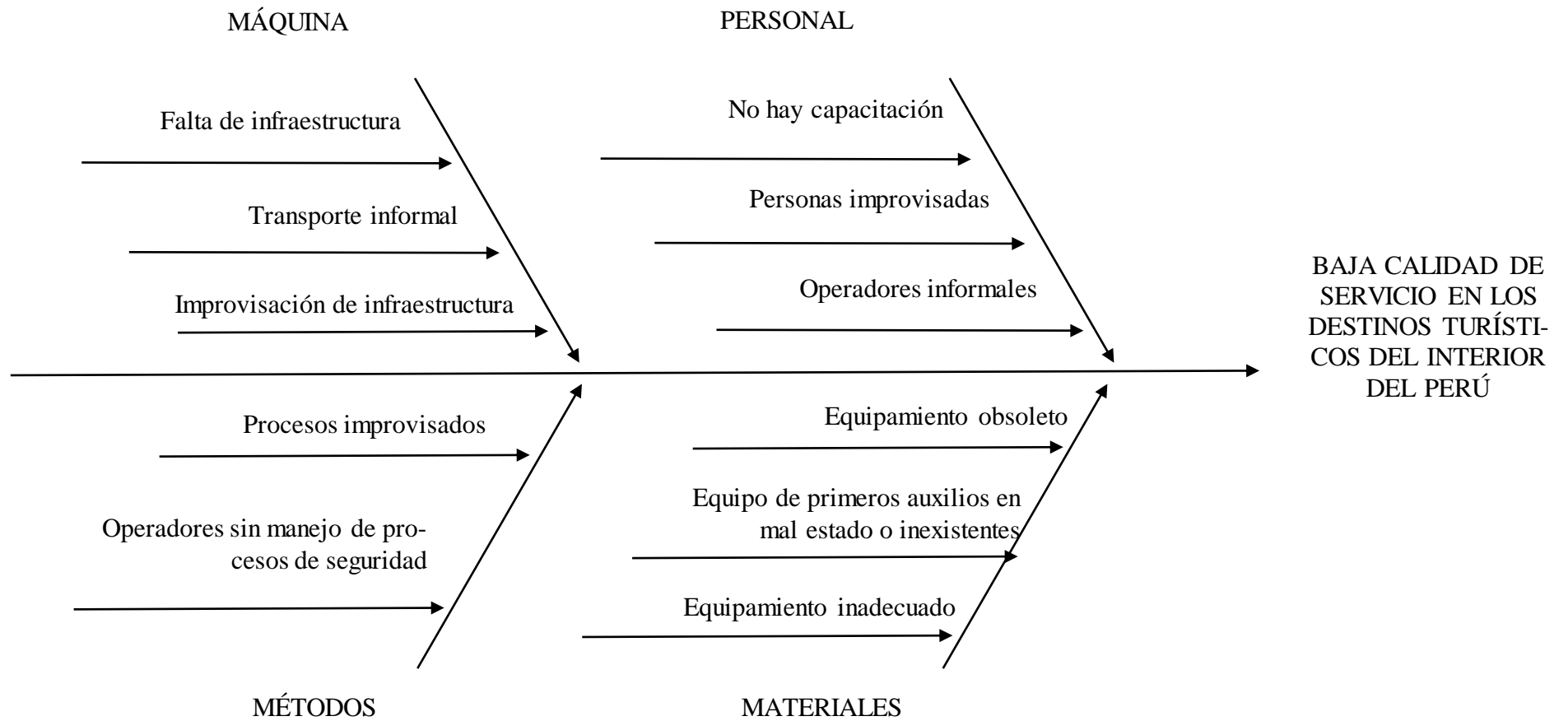
Para poder seguir creciendo en este sector es muy importante tomar en cuenta la estandarización de la calidad de servicio que se ofrecerá al turista, la cual identificamos el principal problema en el Sector turístico. Al respecto, José Rodas hace 3 pedidos: "Que todo operador turístico tenga una licencia de funcionamiento. Que el Mincetur haga normas consensuadas en mesas de trabajo y que tenga una unidad dedicada a deporte de aventura, para que realice capacitación y fiscalización.

Al respecto El Comercio (2015) informa, entre el 52% y 55% de estas empresas de turismo operan fuera de la ley y mueven US\$750 millones, afirma el titular de Apavit.

El destino con mayor informalidad en el Perú es, paradójicamente, el más importante: Cusco. En segundo nivel están Arequipa y Puno. En el centro tenemos Huaraz, y en el norte en Piura y Tumbes, concretamente en sus playas.

A continuación, se muestra en el Grafico 3 el Diagrama de Ishikawa identificando el problema y posibles causas en la baja calidad de servicio en los destinos turísticos del Perú.

Figura 3 Diagrama de Ishikawa



Fuente: Elaboración Propia



## 1.2. Formulación del problema u oportunidad

Por ello el principal problema es la baja calidad de atención a los turistas, la falta de planificación e innovación en el servicio, lo que repercute negativamente en la economía del sector. Considerando este tipo de problema, nos lleva a preguntarnos **¿Será viable invertir en la creación de una empresa operadora de turismo con destinos a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabambas considerando la rentabilidad generada?** También se formuló los problemas específicos, los cuales:

- ¿Será viable el estudio de mercado para la creación de la empresa?
- ¿Será viable el estudio técnico para la creación de la empresa?
- ¿Será viable el estudio legal y organizacional para la creación de la empresa?
- ¿Será viable el estudio económico para la creación de la empresa?

El presente plan de negocios, tiene como finalidad de responder a dicha pregunta mostrando la forma y procedimiento de brindar el servicio de operadora de turismo.

Además, nosotros al ser una empresa peruana, buscamos difundir un destino natural lleno de flora y fauna, cumpliendo y satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes.

Es por eso vemos como una oportunidad dar a conocer este destino como un novedoso atractivo paisajístico, natural y turísticos a pocas horas de Lima, brindando una experiencia y servicio único.

Es para nosotras una oportunidad, poder aprovechar el incremento de personas con ganas de salir de la rutina, vivir nuevas experiencias y que mejor que conociendo una nueva alternativa en destinos cerca de Lima, con un trato personalizado como es el que planteamos.

### **2.2.1. Modelo Canvas**

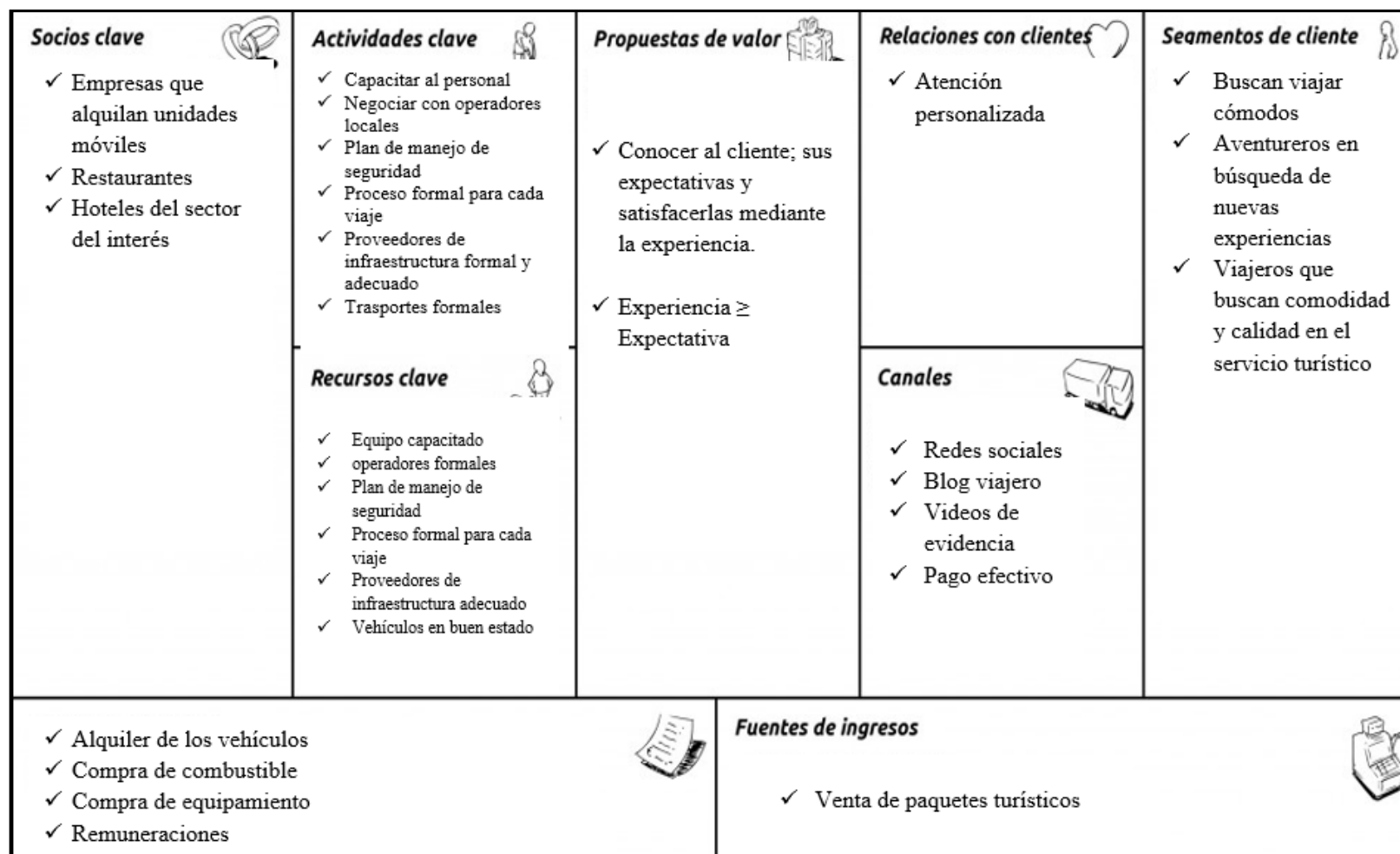
Según el modelo CANVAS nos ayudará a poder esclarecer ciertos aspectos iniciales del plan de negocio. Al respecto se analizó el modelo que se encuentra en gráfico 3.

Para Osterwalder, Pigneur (2011), “Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (p.14).

Por otro lado, Osterwalder, Pigneur sostiene al respecto:

[...] Creemos que la mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa (2011, p.15).

Gráfico 1. Modelo Canvas



Fuente: Elaboración Propia

### **1.3. Objetivos del proyecto**

#### **2.2.2. General**

- Determinar la viabilidad del plan de negocio para la creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba - 2019.

#### **2.2.3. Específicos**

- Determinar la viabilidad del estudio de mercado
- Determinar la viabilidad técnica para la creación de la empresa
- Determinar la viabilidad legal y organizacional para la creación de la empresa
- Determinar la viabilidad del estudio económico

### **1.4. Explicación del método de trabajo**

Se realizará un análisis del planteamiento del problema u oportunidad mediante el diagrama Ishikawa y el método Canvas.

Para el análisis de la demanda se empleará la siguiente segmentación del mercado: Demográfico, geográfico, generación, sexo y estrato socio económico. Mediante las encuestas se medirán las experiencias y las expectativas de los turistas. También se recolectará información mediante fuentes confiables como, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), Sernanp y Mincetur.

Para hallar la oferta se analizará a los competidores por medio de las encuestas.

Con respecto al estudio técnico, se desarrollará una matriz de ponderación para distribuir las instalaciones físicas, equipos y la localización de la oficina. También se diseñará el plano de la oficina de la agencia.

El tamaño se determinará mediante la demanda de atención

En el estudio legal y organizacional se revisará las normas, aspectos legales, legislación y permisos para poner en funcionamiento la empresa, por medio de las municipalidades y Entidades Gubernamentales.

## **II. ANÁLISIS DEL MERCADO**

El análisis del mercado es una investigación necesaria con la que respaldaremos el plan de negocio teniendo un mejor panorama respecto al cliente, competidor y el mercado en el cual desempeñaremos el servicio de operadores de turismo. Comprendiendo de mejor manera cuales son las oportunidades y amenazas del sector.

### **2.1. Definición del servicio**

La creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas se presenta como una propuesta diferente y una nueva alternativa en destinos de viaje al estar a pocas horas de Lima, que busca cumplir o superar las expectativas del cliente brindando un servicio personalizado y de calidad.

#### **Definición de operadora de turismo y agencia de turismo:**

El Centro Europeo de Postgrado (como se citó en La Organización Mundial de Turismo, 2019, párr.6), señala que “los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista o la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque pueden extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, etc.). “

Por otro lado, el Centro Europeo de Postgrado (2019, párr. 7), cabría diferenciar entre tour operadores y agencias de viajes. Los Tour operadores son empresas que ofrecen productos o servicios turísticos contratados por ellos y que incluyen aspectos como el transporte, el alojamiento o las excursiones, entre otros. Algunos trabajan en exclusiva con agencias de viajes y otros lo hacen también con el cliente, sin intermediación, en cambio las agencias de viajes actúan como intermediarias entre el consumidor final y los tours operadores o directamente con los prestatarios de servicios turísticos.

#### **Definición de turismo:**

Según el Centro Europeo de Postgrado (como se citó en La Organización Mundial de Turismo, 2019, párr.1), define al turismo como las actividades que realiza las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un periodo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otro.

**Atributos del servicio:** El servicio turístico se diferencia por proponer a los clientes diseñar su viaje, mayores lugares a conocer en su recorrido y no repetir la ruta al momento de retornar a la capital limeña lo que hace interesante y atractivo el viaje.

### **Reserva paisajística Nor Yauyos Cochas**

Ubicada en los distritos de Tanta, Miraflores, Laraos, Alis, Vitis, Tomas y Carania Yauyos, departamento de Lima y Distrito de Canchayllo, Provincia de Jauja, Junín. Con una altitud de 3554 msnm. y una extensión de 22.1628,48 hectáreas alberga ecosistemas paisajísticos que deslumbran por su belleza y armonía existente entre el paisaje y los habitantes del lugar.

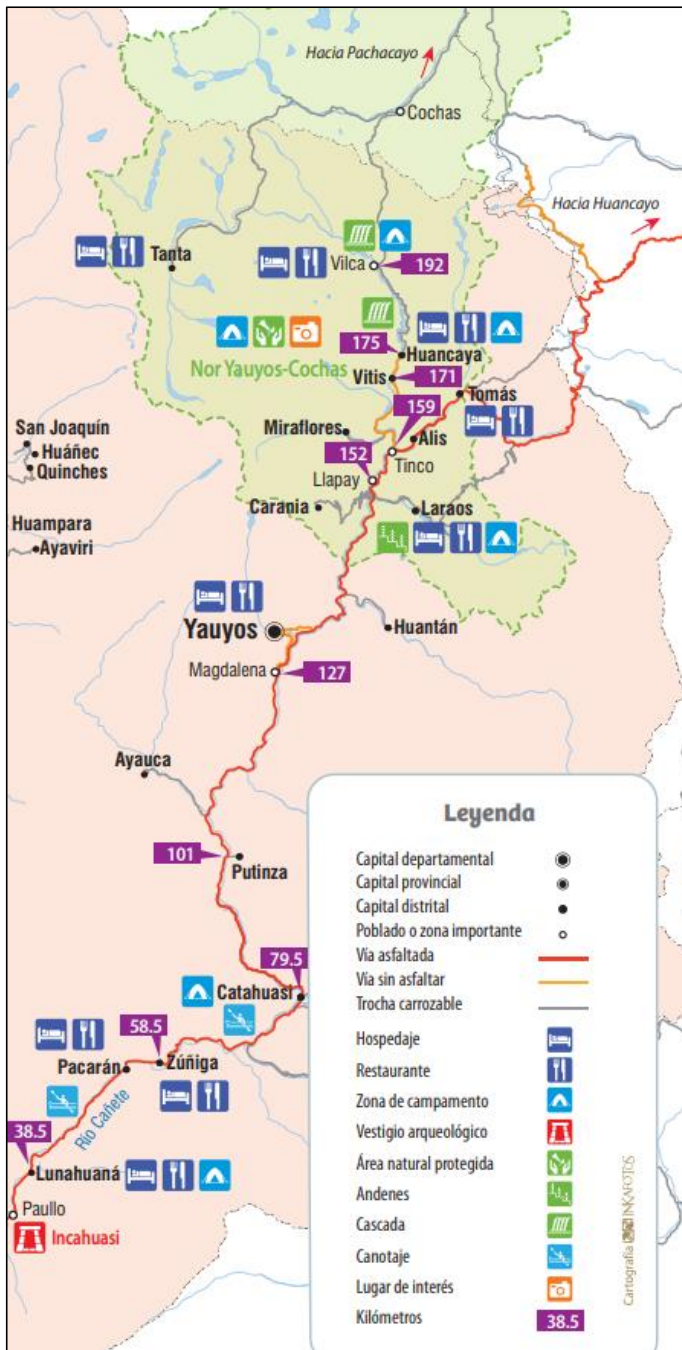
Cuenta con una amplia variedad en flora y fauna entre sus montañas como; lagunas, ríos, cascadas escalonadas de hermoso color verdoso, restos arqueológicos, puentes de calicanto, bosques de queñuales, caminos incaicos, diversidad de animales en su hábitat natural tales como vizcachas, zorros andinos, vicuñas, garzas. Los cuales forman un paisaje indescriptible y un infaltable destino para aquellos interesados en realizar turismo ecológico y deportes de aventura.

El Acceso a la Reserva Paisajística se da por la carretera Panamericana sur y por la Carretera Central, la segunda poco utilizada.

El clima y temperatura del lugar, alcanza como máximo 28°C durante el día y en la noche baja hasta los 16°C, siendo los meses de enero a marzo las más lluviosas.

Las mejores temporadas con un mejor clima se encuentra entre los meses de abril a diciembre

Figura 4. Ubicación geográfica de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas



Fuente: ¿Y tú que planes? (2017)

Figura 5. Reserva paisajística Nor Yauyos Cochas



Fuente: Mirsa Peña (2018)



Figura 6. Cascadas de la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas



Fuente: Mirsa Peña (2018)

**Rutas para llegar a la Reserva paisajística Nor Yauyos Cochas:**

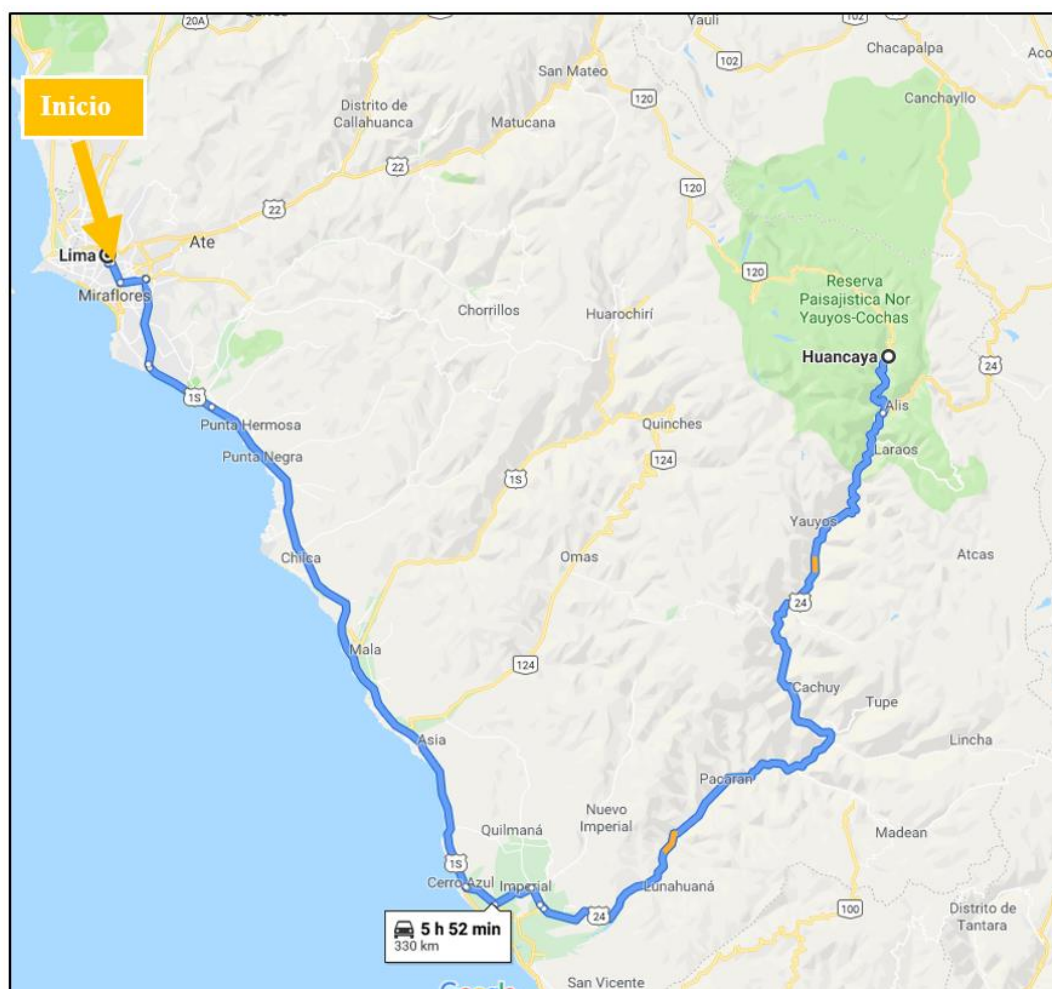
El servicio incluye ir por la ruta 1 y regresar por la ruta 2, las cuales se detallan a continuación.

### **Ruta 1 de Ida: Vía Panamericana Sur**

En total se llegan a recorrer 330 km partiendo por la Panamericana Sur hacia Cañete Km 146 que luego se toma el desvío para Lunahuaná Km 41 y se pasa por los poblados de Zuñiga, Llapay; tinco, Alis, Vitis para finalmente llegar a Huancaya. Donde se encuentra la mayor parte de las cascadas escalonadas de color verdoso.

El tiempo de viaje es un aproximado de 6 horas y 30 min.

Figura 7. Primera ruta para ir de Lima a la Reserva paisajística Nor Yauyos



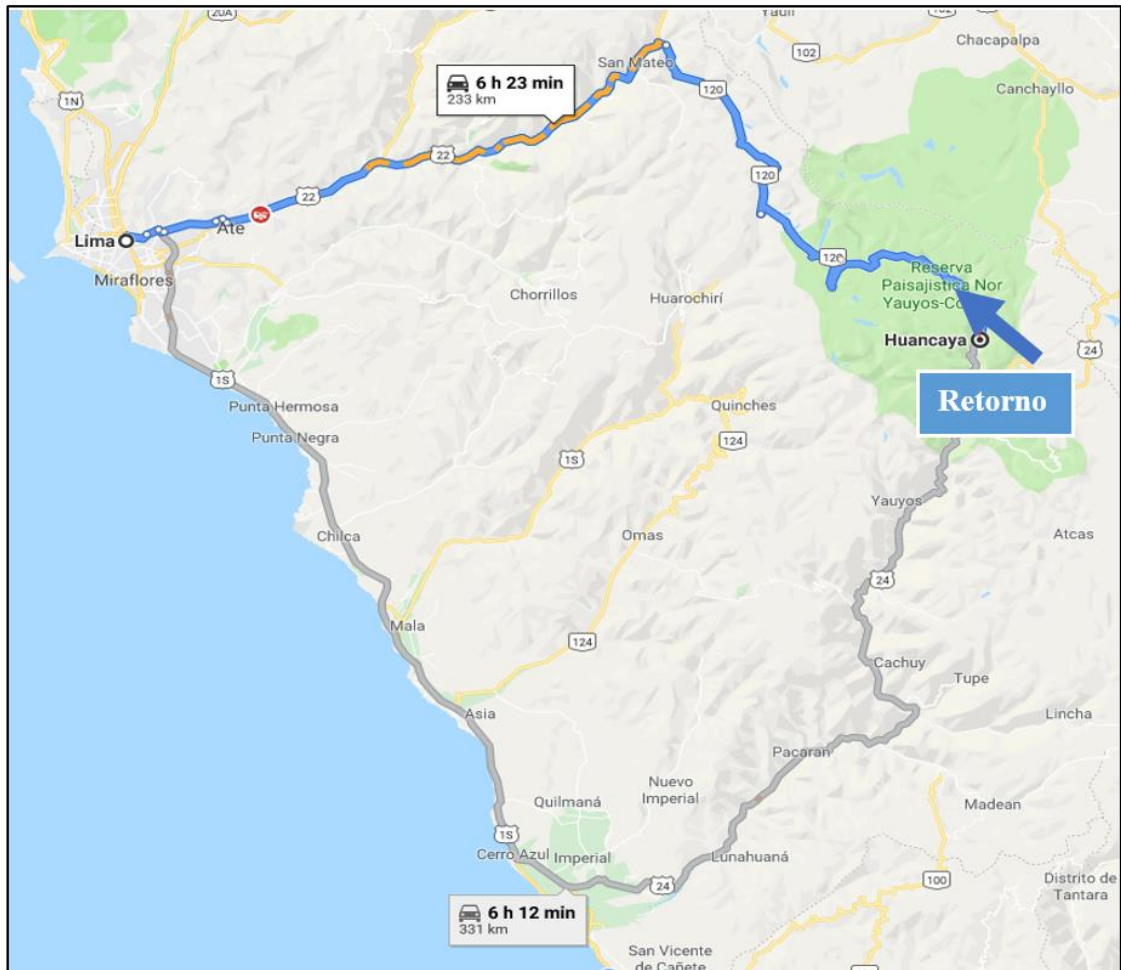
Fuente: Google Maps (2019)

### **Ruta 2 de regreso: Vía Carretera Central**

Partiendo de Huancaya al pueblo de Tanta, Yuracmayo, llegando a Rio Blanco para finalmente llegar a la carretera central de regreso a Lima. Haciendo un total de 233 Km

El tiempo de viaje es un aproximado de 7 horas.

Figura 8. Segunda ruta para regresar de la Reserva paisajística Nor Yauyos a Lima



Fuente: Google Maps (2019)

Una característica importante de esta ruta es que al no ser muy transitada aún se puede observar durante todo el trayecto vizcachas y zorrillos en su hábitat natural, como también se llega a observar al majestuoso Nevado Pariacaca del cual sus corrientes de agua llegan a confluir con el río cañete, Mantaro, Rímac y Junín.

### Características del servicio:

La empresa operadora de turismo ofrece 2 diferentes tipos de tours para que el cliente escoja la que más le conviene y se adecua a sus necesidades.

Tabla 7. Atractivos turísticos para cada Tour.

<b>Tour Llapan 2d/ 1N</b>	<b>Tour Aventurero 2d/1N</b>
+Trasporte de ida y vuelta + Guía +Hospedaje +Desayuno y Almuerzo +Entrada a la Reserva +Fotografía +Kit viajero	+Trasporte de ida y vuelta + Guía +Equipo de camping +Entrada a la reserva +Leña para fogata +Kit viajero
Recorrido por las 8 lagunas: Huachapata Huancacruz Laguna Grande Quimacocha Cajahore Papacocha Huallhua Huarimanca Las Rosas  Visita del valle de las cascadas Visita al balneario de Huachacara Paseo a caballo (Opcional) Visita a las cataratas Canotaje y Kayak (Opcional) Observación del nevado Pariacaca	Recorrido por las 8 lagunas: Huachapata Huancacruz Laguna Grande Quimacocha Cajahore Papacocha Huallhua Huarimanca Las Rosas  Campamento en los andes de Balsacucho Visita del valle de las cascadas Canotaje y Kayak (Opcional) Pesca Caminata por las 100 gradas de piedra Observación del nevado Pariacaca

Fuente: Elaboración propia.

### **TOUR LLAPAN 2 DÍAS/ 1 NOCHE:**

Llapan que en quechua significa “bastante” “abundante” hace referencia a que este servicio ofrece a las personas un todo incluido, para aquellas que buscan despreocuparse de los ajetreos que con lleva buscar guías, hoteles y restaurantes.

### **TOUR AVENTURERO 2 DÍAS/ 1 NOCHE**

Como ya menciona el nombre, va dirigido a personas que gusten de acampar bajo las estrellas y el cielo serrano, tener una noche de fogata y no tener que preocuparse por

alquilar los equipos de camping debido a que el nosotros nos encargamos de que tengas todo lo necesario para una estadía aventurera perfecta.

### **¿Cómo asegurara la calidad del servicio ofrecido?**

- ✓ Satisfaciendo las necesidades del cliente
- ✓ Hacer un seguimiento de la satisfacción del cliente
- ✓ Controlar todo el proceso administrativo de la organización que ofrece el servicio.
- ✓ Precio ajustado al valor real que el servicio aporta al cliente
- ✓ Buena comunicación o atención de quejas o sugerencias del cliente
- ✓ Garantía por el servicio ofrecido

## **2.3. Análisis de la demanda**

### **2.3.1. Demanda**

Se define como la cantidad de producto (Q) que un mercado requerirá en determinado tiempo y a determinado precio (P). (Fernández, p.21. 2014)

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido (Thompson, párr. 9. 2006)

¿A quiénes se quiere llegar?

- Clientes que desean conocer atractivos turísticos y salir de la rutina
- Clientes que buscan viajar con amigos y familia
- Clientes que buscan un mejor servicio de calidad
- Clientes que buscan la aventura a pocas horas de la ciudad de Lima

### **2.3.2. Segmentación**

Para Ciribeli y Miguelito (2015), "la segmentación del mercado consiste en identificar comportamientos similares entre personas en un determinado mercado, tratando de formar un grupo (o grupos) con características similares" (p.35).

**a) Geográfico:** Personas que gustan de viajar y residen en el distrito de Lima

Debido a que es considerada como principal ciudad emisora de vacacionistas nacionales alcanzando un total de 3 660 225 viajes en el año y generando un movimiento económico de S/. 1783 millones en el año 2017. (Prom Perú, 2017 pp.28).

Tabla 8. Traslados por vacaciones desde las principales ciudades emisoras

<b>Ciudad emisora</b>	<b>Porcentaje</b>
Lima	84%
Arequipa	6%
Piura	4%
Trujillo	3%
Chiclayo	2%
Huancayo	1%

Fuente: Prom Perú (2017)

En la Tabla 8. Observamos que una de las principales ciudades emisoras de vacacionistas es la ciudad de Lima con un 84% muy por encima de las otras ciudades del Perú.

Debido a esto, vemos como una oportunidad dirigir nuestros servicios a este segmento.

**b) Demográfico:** Personas entre los 22 a 54 años de edad pertenecientes a la generación Millennial y X pertenecientes al nivel socioeconómico A, B Y C

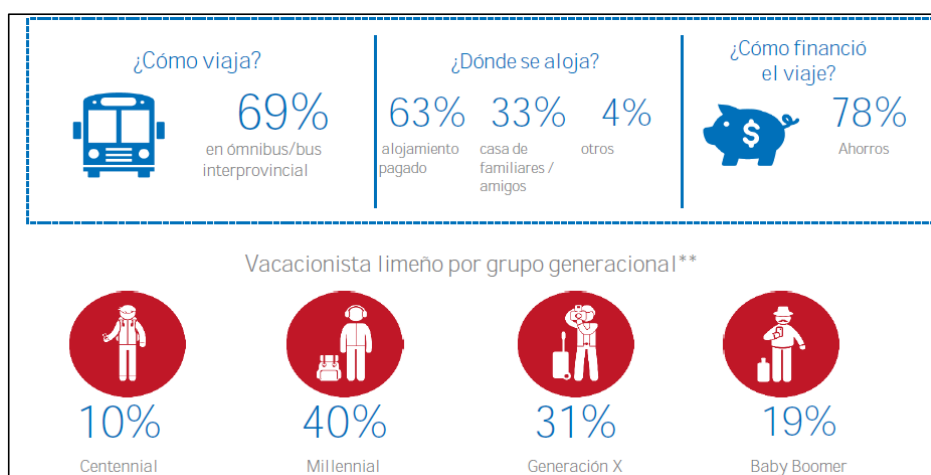
**c) Culturales**

- Viajeros
- Aventureros
- Interesados en conocer destinos cerca a Lima
- Interesados en conocer nuevos atractivos turísticos

**2.3.3. Perfil del vacacionista Limeño**

Según Prom Perú (2017). La población limeña objetivo que viaja es de 1 118 269 personas y gasta en promedio por persona S/ 4877 soles teniendo como destino Top Viajes a las provincias de Lima (24%), Ica (14%) Y Junín (8%)

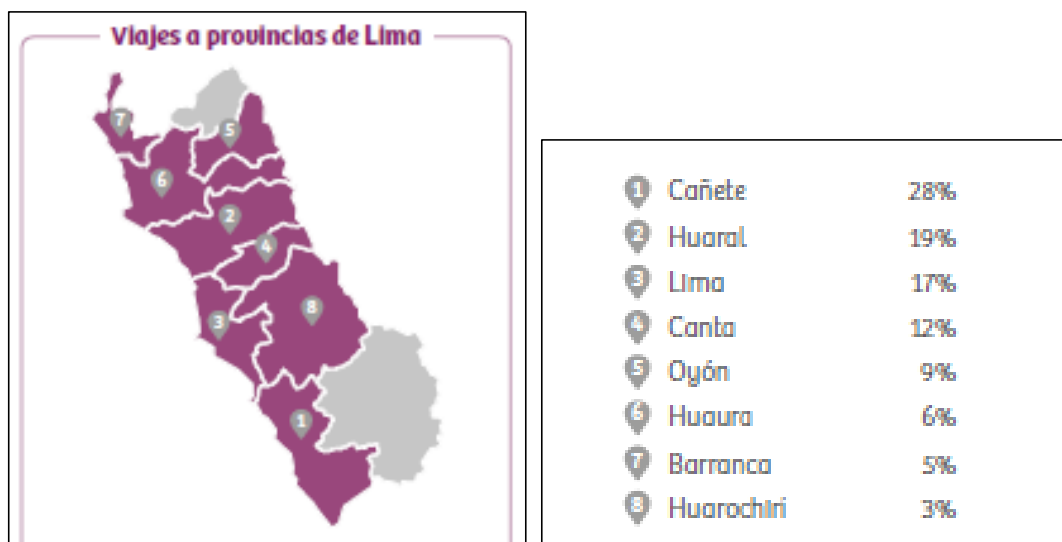
Figura 9. Indicadores del vacacionista Limeño



Fuente: Prom Perú (2017)

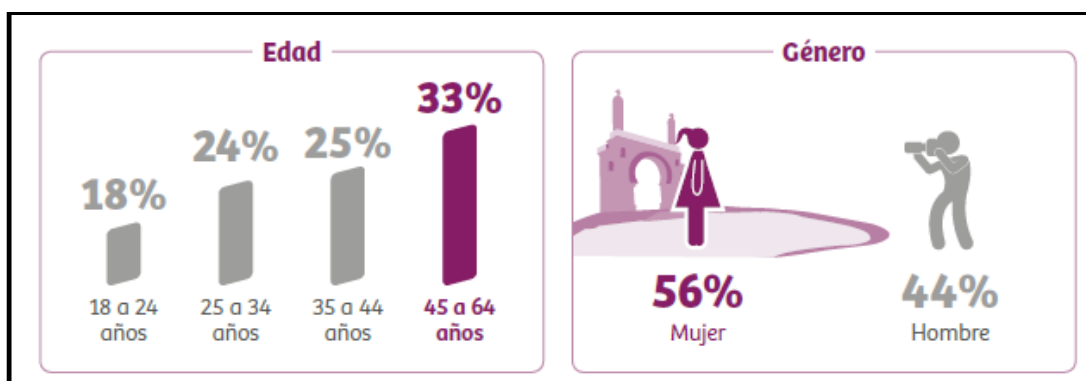
En la Figura 9. Se observa que el 69% viaja en ómnibus o bus interprovincial siendo el 40% y 31% de vacacionistas limeños pertenecientes a la generación Millennial y X respectivamente.

Figura 10. ¿A qué provincias de lima Viaja el vacacionista Limeño?



Fuente: Prom Perú (2017)

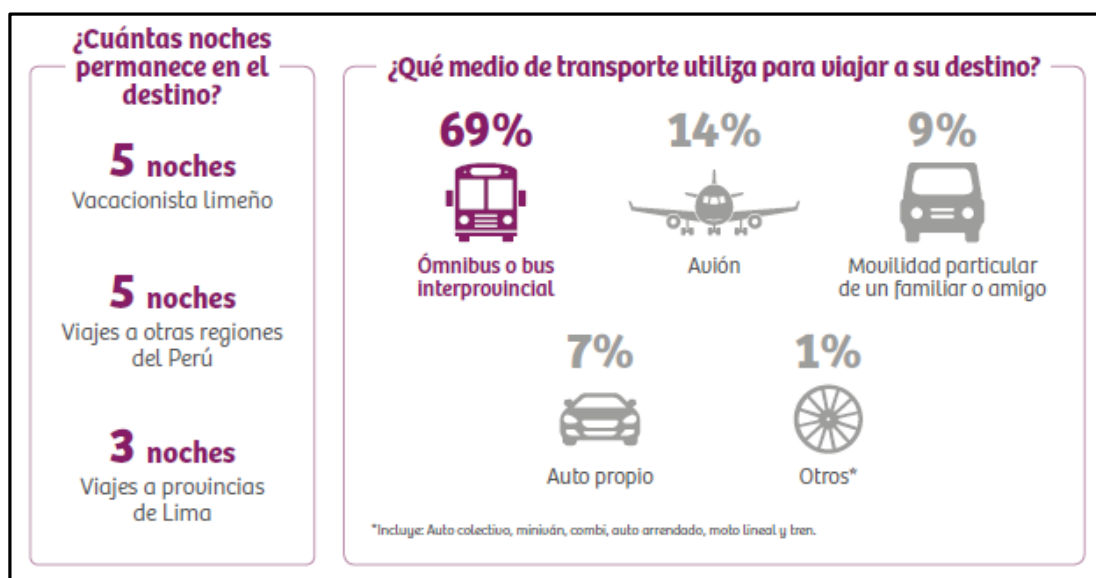
Figura 11. Características del vacacionista Limeño



Fuente: Prom Perú (2017)

En la figura 11. El mayor porcentaje de vacacionista limeños está entre las edades de 25 a 64 años y un 56 % son mujeres.

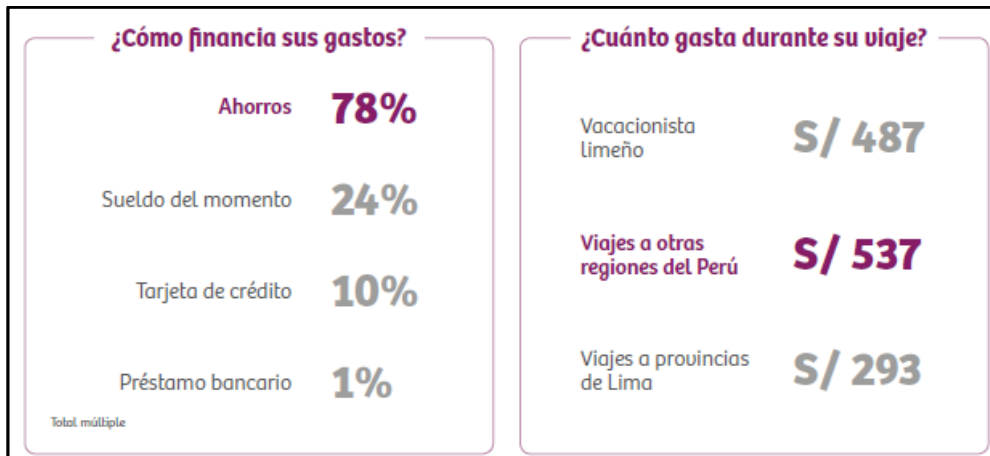
Figura 12. ¿Cómo viaja el vacacionista Limeño?



Fuente: Prom Perú (2017)

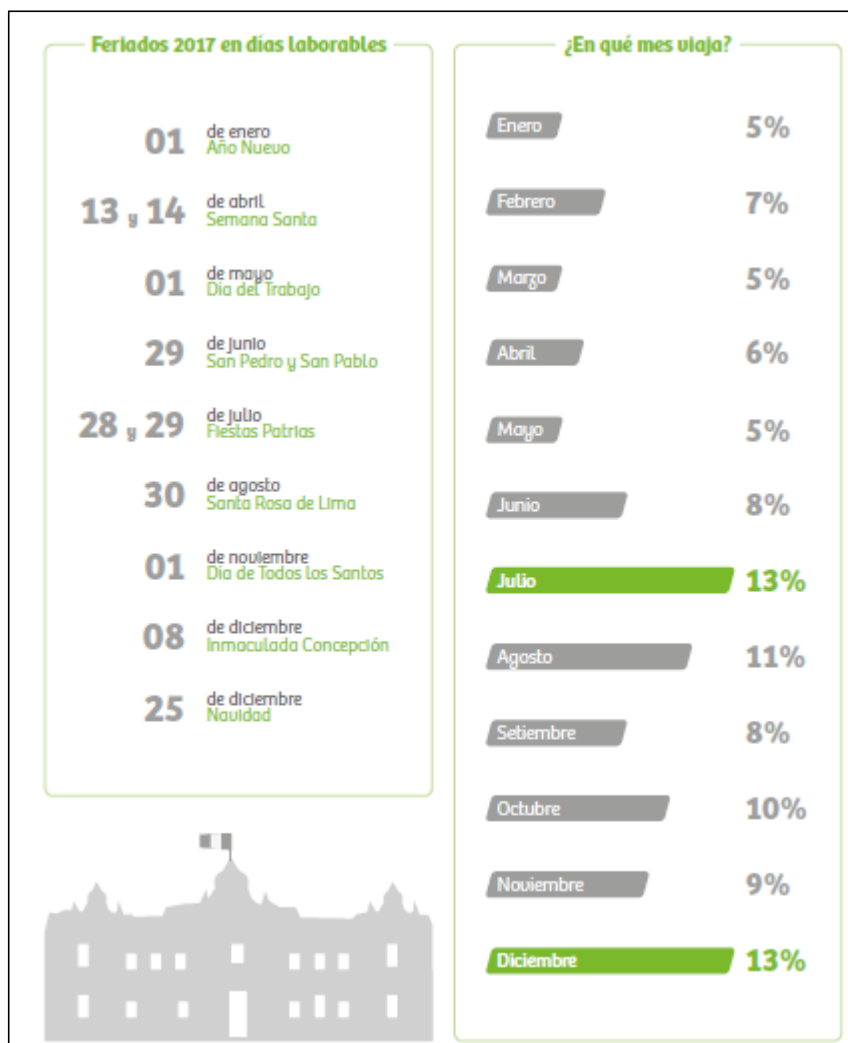


Figura 13. Gasto del vacacionista Limeño



Fuente: Prom Perú (2017)

Figura 14 Fechas de preferencia que elige el vacacionista Limeño.



Fuente: Prom Perú (2017)

### 2.3.4. Clasificación de mercados de acuerdo con el tipo de demanda

#### Mercado disponible

Tabla 9. Mercado disponible

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Población Región Lima	10 848 566
Población Ciudad Lima	9 886 647
Población objetivo (18 a 64 años de NSE ABC)	4 187 007
<b>Mercado disponible (Población de Lima que viaja)</b>	<b>1 118 269</b>

Fuente: Adaptado de Promperú (2017)

En la tabla 09 estudio realizado por Prom Perú, observamos que 1 118 269 son las personas que viajan a diversas regiones del Perú durante el año.

#### Mercado real

Son todos aquellos que viajan a diversas provincias de Lima, decimos que forman parte de nuestro mercado real porque el servicio que ofrecemos es con destino a la Reserva Paisajística Nor Yauyos cochas y se encuentra ubicada en una de las provincias de Lima – Yauyos

Población que viaja a las Provincias de Lima (24%) = 268 385 personas. (Ver Tabla 10)

Tabla 10. Identificación del Mercado Real

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Mercado disponible (Población de Lima que viaja)	1 118 269
<b>Mercado Real (Población que viaja a provincias de Lima 24%)</b>	<b>268 385</b>

Fuente: Adaptado de Promperú

En la Tabla 10 observamos que un 24% de la población Limeña que viaja es de 268 385 personas.

## **Mercado potencial**

Según Kotler & Keller (2016), el mercado potencial es aquel donde hay un grupo con capacidad de adquirir un producto o servicio y que están interesados en la oferta del mercado.

Está conformado por consumidores que no forman parte del mercado real, pero en ocasiones pueden formar parte del mercado disponible

Población objetivo que no viaja a las provincias de Lima, pero si a otras regiones del País

**Mercado Disponible – Mercado Real = Mercado Potencial**

Tabla 11. Mercado potencial

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Mercado Disponible	1,118,269
Mercado Real	268,385
<b>Mercado Potencial</b>	<b>849,884</b>

Fuente: Adaptado de Prom Perú

## **Mercado Meta o Mercado Objetivo**

El mercado meta estará constituido por personas interesadas en viajar a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba y son consumidores del mercado disponible (Personas que viajan a otras regiones del Perú) y queremos que formen parte de nuestros consumidores reales.

## **Demanda anual del mercado**

A continuación, se muestra la evolución del número de visitantes a la reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba entre los años 2010 y 2018.

Tabla 12. Evolución del flujo de visitantes a la Reserva paisajística Nor Yauyos Cochabamba hasta el 2018

<b>Año</b>	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Total</b>	7 694	9 763	7 035	12 185	12 878	19 156	23 187	22 838	28 660

Fuente: Adaptado de Sernanp

Gráfico 2. Evolución del flujo de visitantes a la Reserva paisajista Nor Yauyos cochas hasta el 2018



Fuente: Adaptado de Sernanp Perú

En el Gráfico 2, se puede observar que el flujo de visitantes que viajan a la RPNYC de manera particular o en tour, entre los años 2010 a 2018 se ha incrementado considerablemente siendo en el año 2018 el más notorio con 28 660 visitantes.

### **Variables que afectan la demanda**

#### **Precio:**

El precio es muy importante para poder conocer cuánto es que el cliente está dispuesto a pagar por el servicio de una operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas, ver los resultados de la encuesta, pregunta 5 y cuánto es que pagó por un servicio anterior, ver resultados de la encuesta, pregunta 9. (ver Anexo 5)

#### **Precio dispuesto a pagar:**

El 58% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 200 a 230 soles y un 27% entre 170 y 200 soles por el servicio turístico a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas.

#### **Precio que pagó por un tour a la RPNYC:**

Teniendo en cuenta que el estudio se realizó a personas que viajaron a la RPNYC, el 33% pagó entre 200 y 230 soles y el 48% respondió que pagó entre 170 a 200 soles

## **Preferencia de los consumidores con respecto al servicio**

### **Temporadas:**

Según el estudio realizado por Prom Perú (Ver figura 14) los limeños tienen como mayor preferencia viajar en feriados o en los meses de julio, agosto, octubre y diciembre.

### **Estadía en el destino:**

Según el estudio realizado por Prom Perú (Ver figura 12) el viajero Limeño permanece 3 noches en sus estadías en provincias de Lima.

### **Preferencia del visitante a la RPNYC para pasar la noche:**

Este tipo de preferencia es muy importante ya que nos ayudara en la elaboración del paquete turístico. Según el estudio realizado a través de las encuestas, pregunta 6 se llegó a la conclusión que un 60% de los encuestados prefiere pasar la noche en un hospedaje, mientras que un 40% prefiere pasar la noche en carpas de dormir (ver Anexo 5).

## **2.4. Análisis de la oferta**

El mercado de las empresas operadoras de turismo con destinos en el interior del Perú es una competencia perfecta, ya que el producto es homogéneo y existen varias empresas operadoras.

### **2.4.1. Identificación de la competencia**

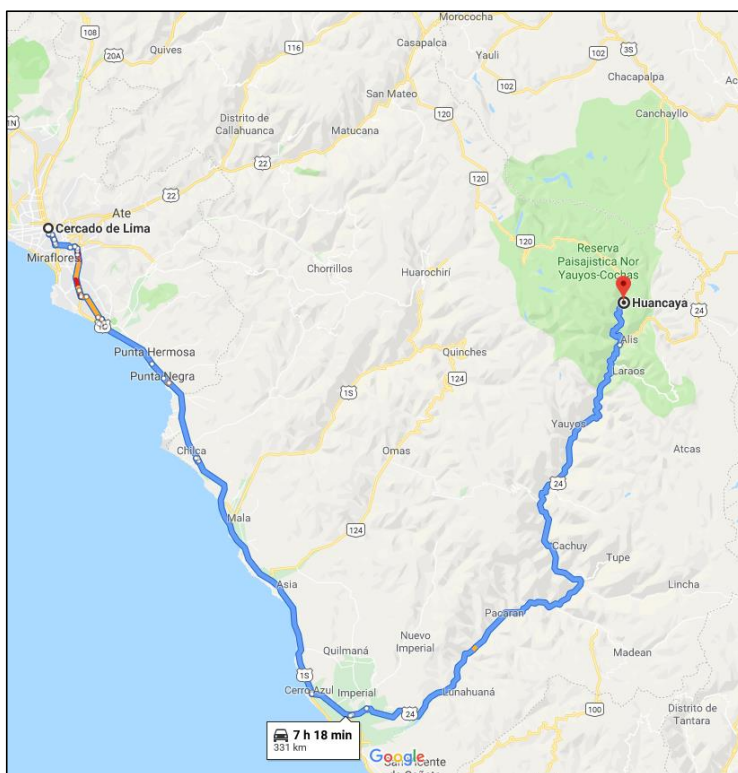
Para tener un mayor conocimiento de la competencia que vienen a ser empresas en el sector turismo que brinden servicios a los destinos como la reserva paisajística Nor Yauyos Cochas, se procede a investigar mediante testimonios e información de las mismas empresas de turismo. De esa manera conocer las ventajas y desventajas que tiene nuestro servicio en comparación con la competencia.

Tabla 13. Características del servicio de la competencia

	<b>Competidor 1</b>	<b>Competidor 2</b>	<b>Competidor 3</b>	<b>Nuestro servicio</b>
Empresas de turismo	Mundo Aventura Travel Internacional S.A.C.	Perú Aventura Travel E.I.R. L	Xplore Perú Servicios Turísticos S.A.C	Kawsay Aventuras S.A.C
¿Qué ofrece al cliente?	<p>Información turística de los destinos que promocionan.                      Cuentan con guía experto.                      Botiquín de primeros auxilios.                      Brindan el apoyo con acémilas (llamas).</p> <p>Disponibilidad de los paquetes de turismo</p>	<p>Paquetes de Viajes                      Trekking                      Pesca deportiva                      Canotaje y Kayak                      Fotos y videos de testimonio                      Boleto turísticos de entrada.</p>	<p>Tours de aventura                      Ecoturismo                      Alimentación completa                      Transporte Privado</p> <p>Boleto turísticos de entrada                      Botiquín de primeros auxilios                      City Tour nocturno                      1 Mate de coca de bienvenida                      Salidas programadas</p>	<p>Aventura (Experiencia agradable                      Alimento completo (Incluirá comida típica de la zona)                      Box lunch                      Mate de coca                      Alojamientos en hoteles rurales                      Guía profesional                      Equipo de Camping                      Vehículo monitoreado con GPS                      Amigable con el medio ambiente</p> <p>Ruta de los nevados                      Atención personalizada durante las excursiones                      Salidas programadas</p>
¿Dónde lo ofrecen?	Página web y redes sociales	-	-	Redes sociales y pagina web
¿A qué precio?	280.00 soles	250.00 soles	260. 00 soles	230.00 soles
¿Quiénes pagan por sus servicios?	Aventureros, personas interesadas en salir de la rutina.	Aventureros, personas interesadas en salir de la rutina, Colegios	Aventureros, personas interesadas en salir de la rutina, Colegios, empresas corporativas etc.	Aventureros, personas interesadas en salir de la rutina.

Fuente: Elaboración propia

Figura 15. Ruta habitual de los competidores.



Fuente: Google Maps (2019)

En la Figura 15. Observamos que la ruta más habitual y conocida por las operadoras de turismo en la que se dirigen y regresan de Huancaya es por la Panamericana Sur, limitando así al turista de conocer más destinos que ofrece la reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas

#### a. Competencia directa

Nuestras principales competencias directas del sector se encuentran ubicadas en el distrito de Miraflores, Surco, San Luis y son las siguientes:

Tabla 14. Principales competidores directos

N°	Operador de Turismo	Clientes Anuales (2018)	Ubicación
1	Mundo Aventura Travel Internacional S.A.C.	1356	Av. José Larco Nro. 345 Int. M-25/ Miraflores
2	Perú Aventura Travel E.I.R.L	1252	Bl. 68 Int. 101 - C.H. La Cruceta li Vi Etapa/Surco
3	Xplore Perú Servicios Turísticos S.A.C	1236	Av. Guardia Civil Sur Nro. 119 Int. 5/ San Luis
Total de clientes		3844	

Fuente: Adaptado de Mincetur y entrevistas al personal de cada empresa.

Las empresas mencionadas se dedican exclusivamente a realizar viajes a Huancaya que forma parte del circuito turístico hacia la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas

#### b. Competencia indirecta

Los principales competidores indirectos son las siguientes empresas que operan en el mismo destino, pero a su vez van a otras regiones del Perú. A continuación, se muestra una tabla en la que se observa la cantidad de clientes anuales en el año 2018 que visitaron la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas

Tabla 15. Principales competidores indirectos

Nº	Operador de Turismo	Clientes Anuales (2018)	Ubicación
1	Yungay Tours S.A.C	1558	Av. Arenales Nro. 1737 Int. 303 - Ce. Arenales/Lince
2	Costa Andina S.A.C	1189	Jr. Alfonso Ugarte Nro. 318 - Urb. Campoy/SJL
3	Viajes Y Aventuras Perú E.I.R.L.	1166	Jr. Rio Ica Nro. 194 - Urb. El Trebol/San Luis
4	Moda Tours S.A.C	1130	Av. Rafael Escardo Nro. 660 Int. 803 - Urb. Maranga/ San Miguel
5	Kay Pacha Perú Travel E.I.R.L.	1250	Calle Puerto Viejo Nro. 166/ San Miguel
7	Grupo Incatrek Perú S.A.C.	1147	Av. Benavides Nro. 255 Int. C -/Miraflores
8	Aventura Sin Limites S.A.C	1252	Via Nicolas Ayllón Nro. 535 Int. 2do. Piso/Chaclacayo
9	Illaq Global Tours E.I.R.L.	1350	Av. Aviación Nro. 5092 Int. 328 - Urb. Higuiereta/Surco
10	Jakuy Turismo Cultural S.R.L.	1140	Clle S/N Mz. I Lt. 37 - A.H. Héroes De San Juan/San Juan de Miraflores
12	Turismo Canta-Perú E.I.R.L.	1254	Jr. Pedro Paulet Nro. 168 - Urb. Ingenieria/SMP
Total de clientes		12436	

Fuente: Adaptado de Mincetur y entrevistas al personal de cada empresa.

Para la elaboración de las tablas 14 y 15 se realizaron entrevistas a colaboradores de las empresas ya mencionadas al respecto Palos y Aguayo. (como se citó en Crabtree, 1999, p.36), menciona que “el uso de entrevistas semiestructuradas permitió a los participantes expresar libremente sus puntos de vista y a la vez permite que el entrevistador tenga la oportunidad de seguir trayectorias que puedan ser tópicos cuando sea apropiado”.



Para definir Díaz et al. Sostiene al respecto:

Las entrevistas semiestructuradas son las que ofrecen un grado de flexibilidad aceptable, a la vez que mantienen la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones acordes con los propósitos del estudio. Este tipo de entrevista es la que ha despertado mayor interés ya que "...se asocia con la expectativa de que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista. de manera relativamente abierta, que en una entrevista estandarizada o un cuestionario. (2013, párr. 5).

Según el gerente general de la empresa operadora de turismo Yungay Tours, Loza Méndez Ricardo Segundo, el crecimiento anual de clientes que se dirigen a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochabamba ha aumentado en paralelo al crecimiento de su demanda.

Tabla 16. Crecimiento anual de clientes en paralelo a la demanda anual.

Visitantes reserva		Visitantes con tour	
Año	Total	Año	Total
2014	12878	2014	7315
2015	19156	2015	10881
2016	23187	2016	13171
2017	22838	2017	12973
2018	28660	2018	16280

Fuente: Elaboración propia.

Es por ello que en la tabla 16, se realizó una proyección histórica del número de visitantes con tour a la RPNYC considerando el crecimiento ya mencionado por Loza Méndez Gerente General de la Empresa operadora de turismo Yungay Tours.

#### **2.4.2. Oferta de operadoras de Turismo en Lima**

Se analizó los datos proporcionados por el repositorio del Ministerio de comercio Exterior y Turismo

Tabla 17. Número de Operadoras de Turismo

Descripción	Número	Clientes Anuales (2018)
Número de operadoras de turismo en Lima	784	-
Número de operadoras de turismo en Lima que se dirigen a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas y otras regiones del país	12	12436
Número de operadoras de turismo en Lima que se dirigen exclusivamente a "Huancaya"	3	3844
<b>Total de clientes</b>		<b>16280</b>

Fuente: Adaptado de MINCETUR

En la tabla 17 observamos el número de empresas operadoras de turismo operativas, llegando a ser un total de 784 agencias en Lima de las cuales 12 se dirigen a Huancaya y otras regiones y 3 de manera exclusiva a Huancaya.

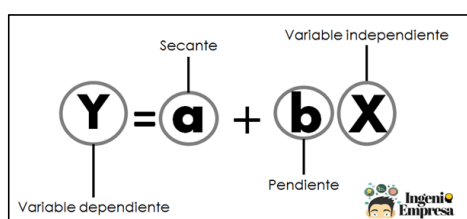
## 2.5. Proyección de la oferta y demanda

### Proyección de la demanda.

Para realizar la demanda proyectada hasta el año 2024 se utilizó la fórmula de regresión Lineal en base a información histórica desde el año 2010 al 2018 del número de visitantes a la reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas, la cual fue proporcionada por el servicio nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP).

El objetivo del análisis de regresión como método causal es pronosticar la demanda a partir de una o más causas (variables independientes), las cuales pueden ser, por ejemplo, el tiempo, precios del producto o servicio, precios de la competencia, economía del país, acciones del gobierno o fomentos publicitarios. (Quintero, 2016, párr.3).

Figura 16. Análisis de regresión en el pronóstico de la demanda



Fuente: Ingenio empresa (2016)

Esta es la ecuación de la recta. En ella:

- La b es la inclinación de la recta.
- La a es la secante o la altura en la que la recta corta al eje y.
- La X es nuestra variable independiente.
- La Y es nuestra variable dependiente, nuestro pronóstico calculado para un periodo.

Tabla 18. Cálculo de la proyección de la demanda.

x (año)	x(año)	y (Población)	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	xy	PRONOSTICO (Y)
2010	1	7694	1	59197636	7694	5108
2011	2	9763	4	95316169	19526	7815
2012	3	7035	9	49491225	21105	10521
2013	4	12185	16	148474225	48740	13227
2014	5	12878	25	165842884	64390	15933
2015	6	19156	36	366952336	114936	18639
2016	7	23187	49	537636969	162309	21345
2017	8	22838	64	521574244	182704	24051
2018	9	28660	81	821395600	257940	26757
	5	15933	285	2765881288	879344	
2019	10					29463
2020	11					32169
2021	12					34875
2022	13					37581
2023	14					40287
2024	15					42993

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de regresión lineal

b=	2706
a=	2403

Con los valores de la última fila de la tabla, podemos calcular a y b, con los cuales logramos calcular los valores de la última columna (Y) que es la recta que más se ajusta a la demanda Y.

SOLUCIÓN:

$$\bar{x}=5$$

$$\bar{y}=15933$$

$$n=9$$

$$\Sigma X^2 =285$$

$$\Sigma xy=879344$$

$$b= \frac{\Sigma xy - n \bar{x} \bar{y}}{\Sigma X^2 - n (\bar{x}^2)}$$

$$b= \frac{879344 - 9(5)(15933)}{285 - 9(5^2)}$$

$$b= \frac{879344 - 716985}{285 - 225}$$

$$b= \frac{879344 - 716985}{60}$$

$$b= 162359/60$$

$$b=2706$$

$$a= \bar{y} - b \bar{x}$$

$$a= 15933 - 2706(5)$$

$$a=2403$$

$$y=bx+a$$

$$y_{10}=2706(10) + 2403$$

$$y_{10}=29463$$

Con esta fórmula, se pudo hallar el pronóstico de la demanda del año 2019. A continuación, procedemos igual hallar para los siguientes años.

$$y_{11}=2706(11) + 2403$$

$$y_{11}= 32169$$

$$y_{12}=2706(12) + 2403$$

$$y_{12}= 34875$$

$$y_{13}= 2706(13) + 2403$$

$$y_{13}= 37581$$

$$y_{14}= 2706(14) + 2403$$

$$y_{14}= 40287$$

$$y_{15}= 2706(15) + 2403$$

$$y_{15}= 42993$$

Es así que observamos en el siguiente cuadro la proyección lineal de la demanda hasta el año 2024.

Tabla 19. Proyección del número de visitantes a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochabambas, del año 2019 al 2024.

Año	Demanda proyectada
2019	29 463
2020	32 169
2021	34 875
2022	37 581
2023	40 287
2024	42 993

Fuente: Elaboración propia

### Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se aplicó la fórmula de regresión lineal, misma que fue aplicada en la proyección de la demanda.

Tabla 20. Cálculo de la proyección de la oferta, visitantes a la RPNYC, con tour.

x (año)	x(año)	y (Población)	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	xy	PRONOSTICO (Y)
2014	1	7315	1	53512257	7315	8120
2015	2	10881	4	118403921	21763	10122
2016	3	13171	9	173478458	39513	12124
2017	4	12973	16	168295524	51892	14126
2018	5	16280	25	265038400	81400	16128
	3	12124	55	778728560.7	201883	
2019	6					18130
2020	7					20133
2021	8					22135
2022	9					24137
2023	10					26139
2024	11					28141

Fuente: Elaboración propia

x	3		
y	12124		
n	5		
$\Sigma X^2$	55	b=	2002
$\Sigma xy$	201883	a=	6118

Con los valores de la última fila de la tabla, podemos calcular a y b, con los cuales logramos calcular los valores de la última columna (Y) que es la recta que más se ajusta a la demanda Y.

SOLUCIÓN:

$$\begin{aligned}\bar{x} &= 3 \\ \bar{y} &= 15103 \\ n &= 5 \\ \Sigma X^2 &= 55 \\ \Sigma xy &= 251485\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}b &= \frac{\Sigma xy - n \bar{x} \bar{y}}{\Sigma X^2 - n (\bar{x}^2)} \\ b &= \frac{251485 - 5(3)(15103)}{55 - 5(3^2)} \\ b &= \frac{251485 - 15(15103)}{55 - 5(9)} \\ b &= \frac{251485 - 226545}{55 - 45} \\ b &= \frac{24940}{10} \\ b &= 2494\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}a &= \bar{y} - b \bar{x} \\ a &= 15103 - 2494(3) \\ a &= 7621\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}y &= bx + a \\ y_1 &= 2494(1) + 7621 \\ y_1 &= 10115\end{aligned}$$

### 2.5.1. Demanda insatisfecha a cubrir para el año 2020

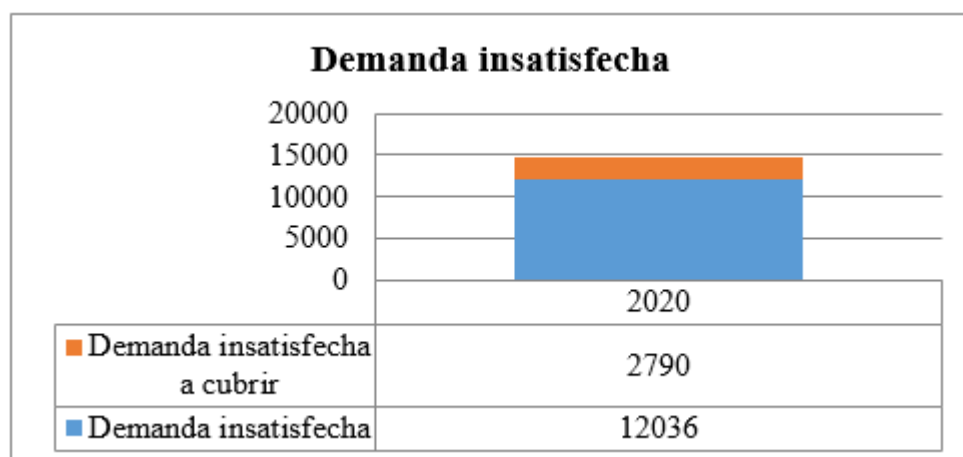
Tabla 21. Demanda insatisfecha a cubrir para el año 2020

Año	Visitantes hacia la RPNYC	Visitantes con tour	Demanda insatisfecha	%	Demanda insatisfecha a cubrir
2020	32169	20133	12036	23%	2790

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 21 observamos que existe una demanda insatisfecha de 12036 clientes que eligen viajar en tour de la cual cubriremos un 23% siendo 2790 para el año 2020.

Gráfico 3. Demanda insatisfecha



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 3 observamos que existe una demanda insatisfecha de 12036 personas y la empresa proyecta cubrir el 23% de dicha demanda, debido a que cuenta con la capacidad técnica y personal para atenderlas para el año 2020

## 2.6. Análisis de la comercialización

Para Cañada (2015, p.33), el análisis de la comercialización permite situarnos en el centro del debate sobre la viabilidad del turismo comunitario, pero también sobre sus posibles formas de evolución y algunos de los principales retos que afronta.

### 2.6.1. Plan Marketing Mix

Al respecto existen muchas razones que argumentan y sustentan la realización del marketing mix. En ese mismo orden, Martínez, Ruiz, Escrivá (2014) sostienen que “El marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan tanto objetivos individuales como de las organizaciones” (p.8).

Después de analizar los tipos de estrategias por las que se optará, se llevará a cabo un plan de acción, el cual, consistirá en detallar las variables de producto, precio, plaza o distribución y promoción. La combinación de las variables antes mencionadas, se le denomina Marketing Mix.

Gráfico 4. Marketing Mix



Fuente: Elaboración propia

**Producto:** Operadora de servicio turístico en el interior del Perú

Servicio personalizado con destino a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas “Huan-caya”. Para nuestros entrevistados, parte del estudio de mercado (ver anexo 5) la motivación principal con un 42% es buscar descanso y tranquilidad a pocas horas de Lima y el 21 % disfrutar del paisaje que lo rodea, que en conclusión son algunos de los factores muy importantes para el turista.

El servicio incluye:

- Alimentos: Incluirá en el servicio comida típicas de la zona.  
Al arribar el viaje se brindará un box lunch y 1 mate de coca
- Guía profesional
- Equipo de Camping: Sleeping, carpas adecuado al clima
- Vehículo monitoreado con GPS
- Amigable con el medio ambiente: Se tomará en cuenta antes, durante y después de cada viaje el cuidado y preservación del lugar visitado, ya que se facilitará bolsitas ecológicas a los clientes.



Cada viaje es una nueva e increíble experiencia para el viajero, dentro de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabambas los visitantes podrán disfrutar de las siguientes actividades:

- Aventura: Trekking, camping, noche de fogata, fotografía, pesca, paseo en Bote, canotaje en lagunas.

**Precio:** Según el estudio de mercado (Ver Anexo 5) del total de personas entrevistadas un 52% y 27% estaría dispuesto a pagar entre S/. 170.00 y S/. 200.00 respectivamente en promedio por el servicio.

**Plaza:** Contará con una oficina en el distrito de los Olivos. Se tendrá 3 puntos de recojo oficiales y otros tantos a solicitud del cliente (solicitar condiciones) para dar una atención más personalizada y lograr que el cliente esté lo más cerca posible a su domicilio. Se mencionará el siguiente punto de partida y de recojo:

Partida: Municipalidad Los Olivos-cruce Av. Palmeras con Antúnez de Mayolo

Recojo: San Luis /San Borja: Edif. Movistar- Av. Javier Prado

Recojo: Surco/Sn. J. Miraflores: Pte. Peatonal. Próceres (Fte. Mall Sur)

#### **Promoción:**

Emplearemos medios digitales como:

- Redes Sociales (Facebook, Instagram)
- Blog viajero

#### **Redes Sociales:**

Según el estudio de Prom Perú, el 86% de los turistas limeños buscan información en el internet. Por lo tanto, es conveniente hacer uso de ellos (Facebook e Instagram), en el cual se realizará concursos, sorteos e interacciones con influencers (personas con mucha presencia e influencia en redes sociales) que permitirán la difusión de la marca incrementando followers (seguidores)

En el estudio de mercado realizado (Ver anexo 5) el 63% de los entrevistados respondieron que se enteraron de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas por las Redes Sociales, lo que nos lleva a dar énfasis y elegir a este tipo de medio de digital para dar a conocer nuestros servicios y promociones.

### **Blog Viajero:**

Creado para dar a conocer el destino turístico ubicado en la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas e interactuar con la comunidad de viajeros, compartiendo sus experiencias, tips y fotografías del lugar y más.

Se ve conveniente la creación de un blog debido a que no incurre en gastos adicionales y funciona como publicidad gratuita.

Considerándose a futuro la creación de una página Web que facilite llegar a más personas mediante las herramientas de Google Adwords (Método utilizado por Google para realizar publicidad patrocinada) llegando a potenciales usuarios.

Figura 17 Blog Viajero



Fuente: Elaboración propia

## 2.7. Mercado Proveedor

Constituida por todas aquellas empresas que nos facilitaran los materiales, equipos, alojamiento y restaurantes que harán que la estadía de cada uno de nuestros clientes sea amena y cumpla con sus expectativas.

### Entidades de hospedajes y restaurantes

La reserva paisajista Nor Yauyos Cochabamba, tiene varios poblados que lo rodean, como Alis, Vilca, Tanta y Huancaya con pobladores muy amables y dispuestos a atender al turista con mucha empatía, eso hace que exista diversos alojamientos, restaurantes y tiendas para el que el visitante, en muchos casos el mismo alojamiento brinde el servicio de restaurante, en su mayoría con cuartos múltiples con baño compartido o común. Por lo tanto, optamos los servicios de las siguientes empresas:

Tabla 22. Principales restaurantes en el poblado de Vilcas y Huancaya

N.º	Empresa	Dirección	Contacto	Teléfono	Características
1	Hospedaje-Restaurante Tradición	Jr. Grau S/N	Jessica Salazar	064-212090 964153507	<b>Platos tipos:</b> -Trucha Frita -Ceviche de trucha -Pachamanca -Habitación con baño compartido
2	Hospedaje-Restaurante Brisas del Mar	Jr. Jorge Chavez S/N	Sonia Rivera	8100300 8100375	<b>Platos tipos:</b> -Platos a la carta
3	Hospedaje Huancaya	Jr. Túpac Amaru	Maribel Lara	Tel. Comunitarios de Huancaya	<b>Platos tipos:</b> - Pachamanca
4	Hospedaje Posada Don Pedro	Av. Lima N.º 2 y Grau	Familia Reynoso	3489013	<b>Platos tipos:</b> -Trucha Frita -Pachamanca
5	Hospedaje y Restaurante Las Cascadas	Jr. Lima - Jorge Chávez	Familia Sandoval	964692004 996181415	<b>Platos tipos:</b> -Trucha Frita -Ceviche de trucha -Pachamanca
6	Hospedaje Lima	Jr. Lima N.º 2	Demetria Matos	997493709	<b>Platos tipos:</b> -Trucha Frita -Ceviche de trucha -Caldos de gallina

Fuente: Elaboración Propia.

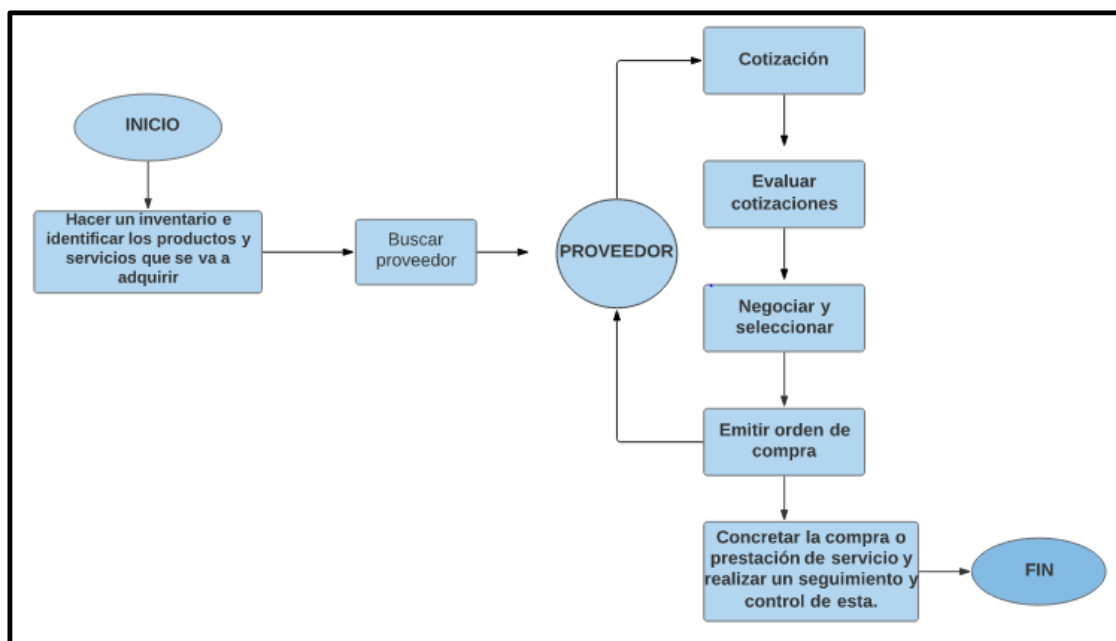
Tabla 23. Descripción de los hospedajes

Hospedaje Restaurante	Ubicación	Tipo de habitaciones			
		Tipo	Cantidad	Camas	Precio
Las cascadas	Vilca	Individual	2	2	35.00
		Compartida	4	12	40.00
Posada don Pedro	Vilca	Compartida	4	12	45.00
Tradicción	Vilca	Individual	3	3	35.00
		Compartida	3	6	40.00

Fuente: Elaboración propia

Para seleccionar al proveedor se continuará por medio de un flujograma que se diseñó.

Gráfico 5. Flujograma de proveedor



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detallará los principales servicios de abastecimiento importante para poder operar la empresa “Kawsay Aventuras”:

Tabla 24. Servicios de soporte en oficina:

Servicio	Empresa	Unidad de consumo	Costo de consumo (S/.)
Telefonía fija, cable e internet	Telefónica del Perú	Mensual	S/ 230.00
Agua y desague	Sedapal	Mensual	S/ 30.00
Eléctrico	Enel Perú	Mensual	S/ 50.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25. Servicios de abastecimiento:

Servicio	Empresa	Unidad de consumo	Costo de consumo (S/.)
Alquiler de buses incluido chofer, combustible y peajes.	Transporte Puris	Vehículos	S/ 1,700.00
Restaurantes y Hospedajes	Tradición	Habitaciones	S/ 40.00
	Brisas de Mar	Habitaciones	S/ 50.00
Lavandería	H2O Solutions	Por prenda	S/ 15.00

Fuente: Elaboración Propia

### Evaluación para proveedores de transporte

Para evaluar a los proveedores se recopiló información por medio de llamadas telefónicas, páginas web, correos electrónicos y visitas presenciales. Esto nos permite hacer una selección de las empresas que brindan servicio de alquiler de buses. También se desea diagnosticar que proveedor es la mejor opción para la empresa, por medio de una herramienta diseñada para comparar las ofertas de distintos proveedores en procesos de compra de cierta envergadura y/o carácter estratégico por medio de tres aspectos:

- Aspecto técnico
- Aspecto comerciales y económicos
- Aspectos empresariales

1. Se identifica de los proveedores a evaluar.

Proveedores	
1	Transporte Puris
2	Transporte Ríos
3	Perú Golden Bus

2. Se valoriza a los proveedores con las siguientes instrucciones: Valora de 1 (mínimo) a 5 (máximo) las ofertas y características de cada proveedor.

## Aspectos técnicos

Se evaluará a los proveedores con la siguiente rubrica de evaluación:

Aspectos Técnicos	Pautas de valoración				
	1	2	3	4	5
Calidad del servicio	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Capacidad técnica	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Capacidad de adaptación	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Plazos de entrega	Muy altos	Altos	Medios	Bajos	Muy bajos

Aspectos Técnicos	Transporte Puris	Transporte Ríos	Perú Golden Bus
Calidad del Servicio	5	2	5
Capacidad técnica	4	3	4
Capacidad de adaptación	4	2	4
Plazos de entrega	3	3	3

Para la evaluación se tomó en consideración a tres proveedores, Transporte Puris, Transporte Ríos y Perú Golden Bus.

**Calidad de servicio:** Las empresas de transporte Puris y Golden Bus destacan con una valoración de 4 puntos. Esto significa que la calidad de su servicio es **alta**. Porque cuentan con un reconocimiento otorgado por “Power Comunicaciones” debido a un excelente desempeño de comunicación, mediante el uso de las plataformas online como Trip Advisor. A diferencia de la empresa de la empresa de Transporte Ríos cuenta con una ponderación baja al no contar con servicios de valor agregado.

**Capacidad técnica:** Las empresas Puris y Golden Bus tienen la valoración de 4 puntos. Lo que nos demuestra la capacidad técnica de ambas empresas esto significa que su capacidad técnica y cumplimiento de las características requeridas. Caso contrario la empresa de Transporte Ríos no cuenta con toda la característica y es por eso que la calificación que obtienen es 2.

**Capacidad de adaptación:** Las empresas de transporte Puris y Golden Bus tienen una calificación 4 puntos, porque su visión hace referencia a lo más importante que es brindar seguridad, comodidad, flexibilidad con sus clientes. En cambio, la empresa de Transporte de Ríos, tiene un puntaje de 2 puntos. Esta calificación se basó en los comentarios de clientes realizadas por medio de las redes sociales.

**Plazos de entrega:** Dentro de este aspecto las tres empresas cuentan con el puntaje 3 debido a que cuentan con procedimientos accesibles y poco engorrosos para solicitar el alquiler de sus vehículos, todos en un plazo máximo de una semana.

A continuación, se evaluará los aspectos comerciales y económicos

### Aspectos comerciales y económicos

Rubrica de Valoración

	Pautas de valoración				
	1	2	3	4	5
Precios	Muy altos	Altos	Medios	Bajos	Muy bajos
Formas y plazos de pago	Muy malas	Malas	Medias	Buenas	Muy buenas
Servicio postventa	Muy malo	Malo	Medio	Bueno	Muy bueno
Garantías	Muy mala	Mala	Media	Buena	Muy buena

Aspectos comerciales y económicos	Transporte Puris	Transporte Ríos	Perú Golden Bus
Precios	3	4	1
Formas y plazos de pago	4	4	4
Servicio postventa	4	3	4
Garantías	4	4	4

**Precios:** La empresa Puris tiene una calificación de 3 puntos porque el precio del servicio es accesible y estratégico. Cuenta con chofer propio, documentos en regla y correctamente registrados en el Ministerio de transporte y comunicaciones. Mientras tanto la Empresa Golden Bus tiene un puntaje de 1, porque sus precios se exceden a nuestro presupuesto. Por último, la empresa Ríos, tiene costos bajos, pero la desventaja es que no cuenta con chofer propio.

**Formas y plazos de pago:** La ponderación para este aspecto es de 4 puntos para las tres empresas de transporte porque cuentan con una modalidad más confiable de pago, es decir, se realiza una reservación con el 50% de adelanto y cuando se realiza el check out se paga el 50% restante. Además, tienen varias cuentas de bancos de esa manera los clientes tienen la libertad de elegir su medio de pago.

**Servicio postventa:** Gracias al testimonio de varios clientes se logró calificar las empresas de Transporte Puris y Golden Bus con 4 porque ellos continúan con el seguimiento a cada cliente, por medio de los correos, llamadas y redes sociales ofreciendo nuevas promociones.

**Garantías:** Cada una de las empresas tiene un puntaje de 4, porque cumplen con un constante mantenimiento a los vehículos y supervisión a todas sus operaciones, ya que su objetivo es garantizar el cumplimiento de las necesidades de sus clientes.

## ASPECTOS EMPRESARIALES

Rubrica de Valoración

	Pautas de valoración				
	1	2	3	4	5
Estabilidad del proveedor	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Proximidad	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Facilidad de entendimiento	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Importancia como cliente	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Referencia de Terceros	Ninguna	Malas	Regulares	Buenas	Muy buenas

Aspectos comerciales y económicos	Transporte Puris	Transporte Ríos	Perú Golden Bus
Estabilidad del proveedor	4	2	4
Proximidad	3	3	5
Facilidad de entendimiento	3	2	2
Importancia como cliente	4	4	4
Referencia de Terceros	5	2	4

**Estabilidad del proveedor:** Transporte Puris y Golden Bus poseen la calificación de 4 porque brinda confianza. Tiene una gran cartera de clientes y solo se dedican al servicio de alquiler de buses. En cambio, la empresa Transporte Ríos, se dedica a varios rubros.



Lo que no le permite atender de manera adecuada y personalizada a sus clientes. Debido a esto, tiene un puntaje de 2.

**Proximidad:** Las empresas de transporte cuentan con oficinas ubicadas en diferentes distritos de Lima, por lo que se ve conveniente calificarlas por la cercanía que tengan con nuestra oficina que se ubicará en el distrito de Los Olivos.

La empresa Transporte Puris se ubica en la Av. Andrés Avelino Cáceres 80, Ate 15479.

Empresa de Transporte Ríos se ubica Jr. Francisco Vidal de Laos # 172, Urb. El Trébol, San Luis – Lima

Empresa de Transporte Golden Bus se ubica en la Av. universitaria N° 6116 Urb. Villa Sol- Los Olivos Lima.

Llegando a la conclusión que la empresa de transporte Golden Bus es la más cercana a nuestra oficina.

**Referencia de Terceros:** La empresa Puris destaca con 5 puntos, ya que cuenta una cartera de clientes conocidos:

- ✓ Fondo Mi vivienda
- ✓ Stanford
- ✓ Volvo

<b>Resultados</b>	<b>Transporte</b>		
	Puris	Ríos	Golden Bus
<b>Aspectos técnicos</b>	1.83	0.96	1.83
<b>Comerciales y económico</b>	0.78	0.47	0.73
<b>Empresariales</b>	0.78	0.47	0.73
<b>Total</b>	3.56	2.61	3.01
<b>Posición</b>	1	3	2

Fuente: Elaboración Propia

Después de analizar la ficha de calificación. El proveedor que cumple todas las características que necesita la empresa “Kawsay Aventuras”, es la Corporación Transporte Puris, ya que obtuvo mayor puntaje, gracias a que el precio es accesible. Y de esa manera no exceder el presupuesto, manteniendo la calidad de servicio y la garantía para ofrecer el servicio de Operadora de Turismo.

### III. ESTUDIO TÉCNICO

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además permite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales. pág.115. 2007)

#### 3.1 Ingeniería del proyecto (Proceso del servicio)

Este tipo de estudio tiene como intención analizar el proceso de crear el servicio turístico en condiciones de localización y tamaño. A continuación, se conocerá las características del sector turismo necesidades, gustos y experiencias de las personas interesadas por viajar. Se presenta a continuación los procesos importantes para el cumplimiento y resultado satisfactorio del servicio de operador turístico a la Reserva paisajista Nor Yauyos Cochas.

Para cumplir con las expectativas que el cliente espera del servicio es muy importante que cada proceso se lleve a cabo de manera minuciosa garantizando lo ofrecido. Pues para el cliente algunos de los aspectos muy importantes son que los operadores de turismo tengan un trato muy amable con ellos, así como las instalaciones del lugar del hospedaje se encuentre en buenas condiciones. (ver anexo 2. Preg 7)

**Tabla 26. Equipos y materiales para cada viaje**

Equipos de viaje	Ctd	Descripción	Precio	Precio total
Bolsas de dormir	15	Bolsa de dormir con cabezal 180 x 75 cm Klimber- rango de protecció 10° C/ 20°	S/ 54.00	S/ 810.00
Carpas de montaña	8	Hannah Convert 2 Tent - capacidad de 2 personas - Imprmeabilidad del suelo de la carpa 10000 mm- Impermeabilidad del sobretecho 4000 mmm	S/ 600.00	S/ 4,800.00
Colchoneta Camping	20	Colchoneta de camping 25 cm x 76 cm	S/ 30.00	S/ 600.00
Palos de trekking	15	De aluminio para exteriores portátiles ajustables de alta calidad al por mayor de 125 cm	S/ 40.65	S/ 609.75
Radio Portatil	2	100 milla impermeable digital potátil DMR radio de dos vías Walkie Talkie 20km 50km	S/ 241.60	S/ 483.20
Linterna	3	Linterna Super potencial de 3 W Dairu LED-120 M de distancia	S/ 69.90	S/ 209.70
Boutiquin	2	Botiquin lona Districol	S/ 11.90	S/ 23.80

Fuente: Elaboración propia

### **3.1.1 Proceso de reserva y pago del servicio – cliente**

Un 44% de los entrevistados en la investigación de mercado (ver anexo 2 preg. 12) consideran muy importante que las operadoras de turismo cumplan con los itinerarios pactados y un 56% considera muy importante que los alimentos y bebidas del lugar se encuentren en buen estado.

Bajo esta premisa y el interés por brindar un mejor servicio, se tiene como política de la empresa que los itinerarios pactado sean acordados y detallados previamente al viaje, así como los alimentos que se brindarán durante su estadía en la reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba, siempre informando los términos y condiciones al cliente interesado, de esa manera no existan malos entendidos.

Según el estudio de mercado realizado (ver anexo 2. Preg. 14) los entrevistados consideran muy importante que no se realicen cobros adicionales a lo establecido. Todo cambio o pago adicional será informado con anticipación.

En el siguiente proceso se realizará un flujograma con los procesos a través de los cuales todo cliente debe seguir para contratar de los servicios

**Inicio:** El proceso se inicia cuando el cliente busca información de destinos cerca de Lima, llegando a encontrar información en las, redes sociales, Blog o de manera física en la oficina de la empresa operadora de turismo “Kawsay Aventuras”.

Por las redes sociales será atendido por una asesora de ventas, la misma que atenderá y brindará información de manera física en la oficina.

Se le presenta al cliente los tours disponibles al destino en diversas fechas, para luego darle a conocer las tarifas que se manejan en cada tour.

Si el cliente está de acuerdo con las tarifas y horarios se pasa a realizar la reserva del tour, de caso contrario se le sigue presentando otras opciones y se inicia con el registro de la persona que reserva el tour.

Como condición se debe de solicitar al cliente realizar el pago del 50% del total y el restante se cobrará al momento de iniciar el viaje.

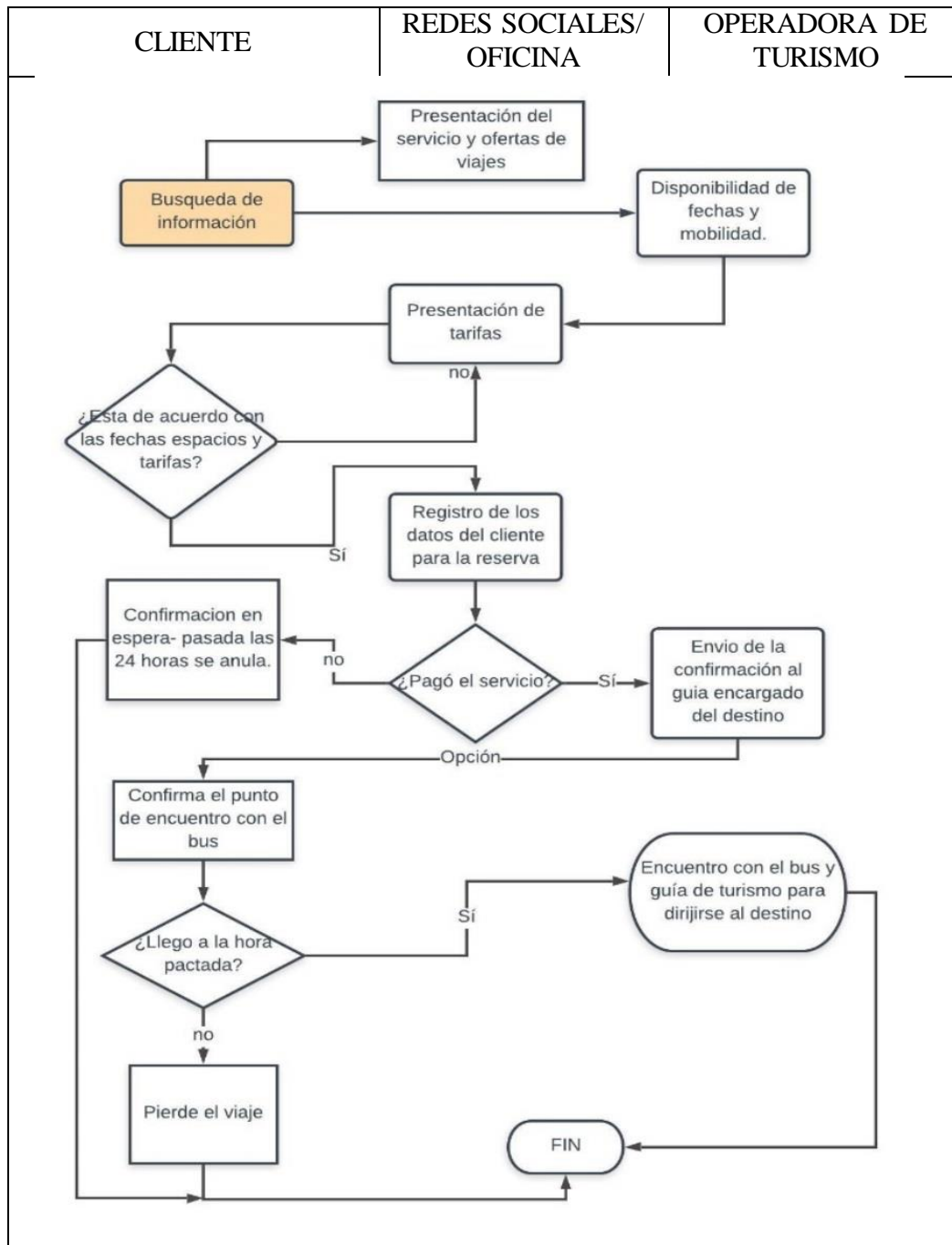
Si realiza la reserva tiene 24 horas para hacer el pago de la mitad del tour, caso contrario la reserva no se concluye.

En otra situación si se hace el pago de la reserva, la asesora de ventas confirma el pago y se coordina el punto de encuentro para iniciar el viaje.

El cliente debe llegar a la hora pactada de lo contrario podría perder su viaje.

Una vez que el cliente llega al punto de encuentro, el guía encargado del viaje confirma que todos los clientes estén presentes y se inicia el viaje al destino.

Gráfico 6. Proceso de reserva y pago del servicio

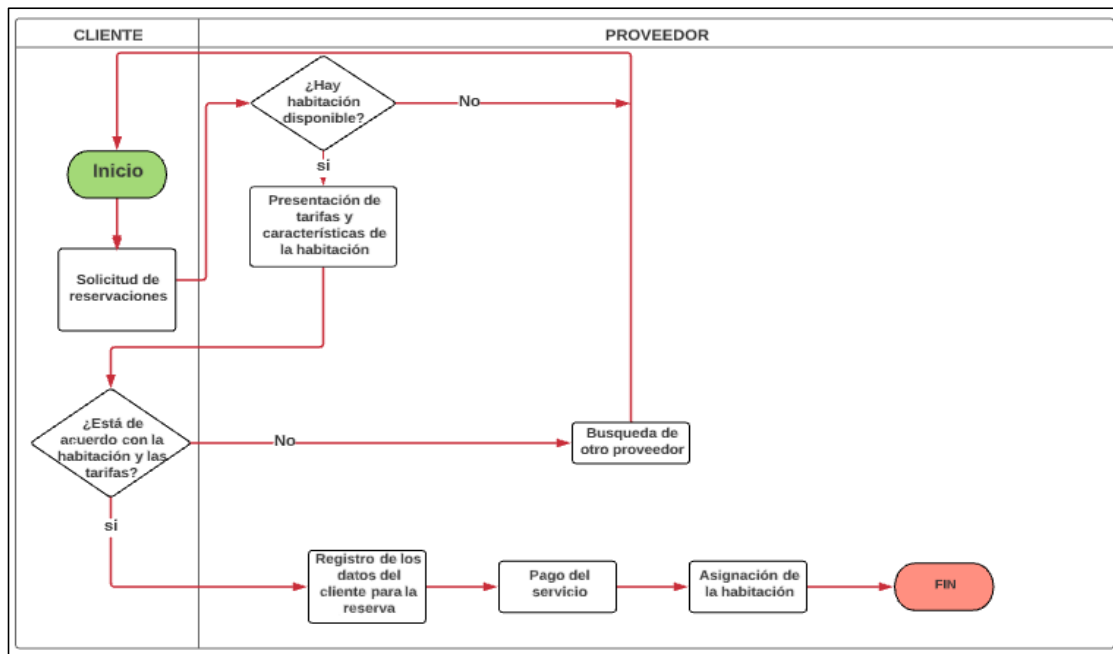


Fuente: Elaboración Propia

### 3.1.2. Proceso y desarrollo del servicio

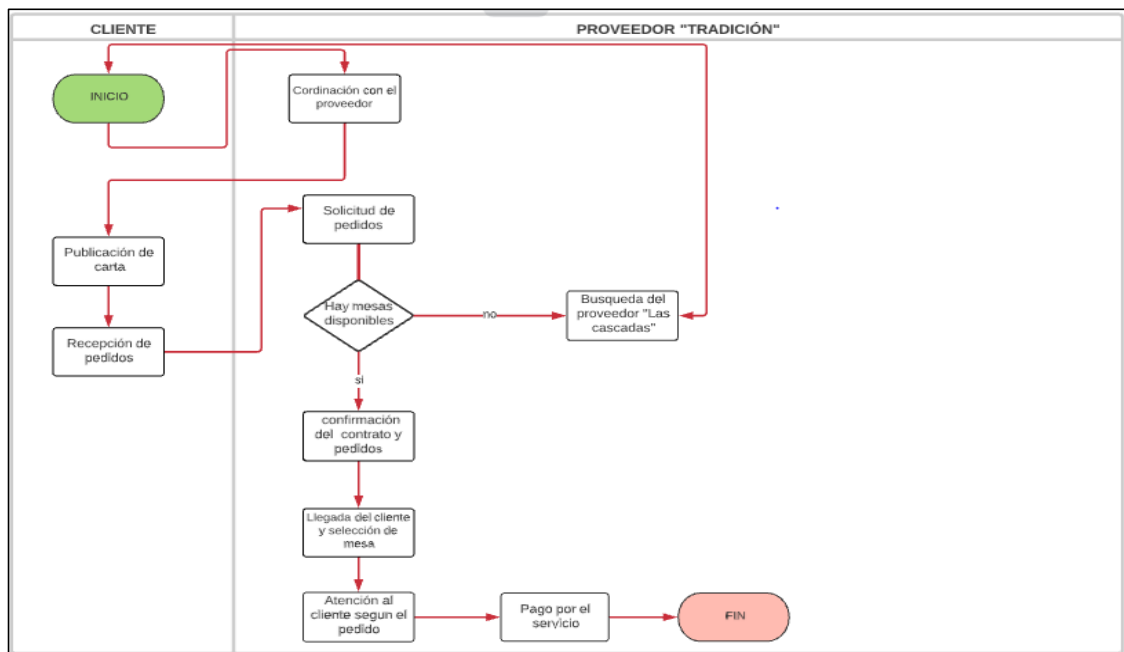
Antes de iniciar el viaje se realiza las reservaciones en hoteles y restaurantes de aquellos clientes que eligieron para su estadía en la RPNYC en un hotel. A continuación, se muestra el respectivo proceso.

Gráfico 7. Proceso de reserva – hospedaje



Fuente: elaboración propia

Gráfico 8. Proceso de reserva - restaurantes



Fuente: Elaboración propia

El día del viaje con destino a la reserva paisajista de la Reserva Nor Yauyos Cochas se recoge a los clientes en 2 puntos de encuentro.

- Oficina de la empresa ubicada en la Calle 14 Mz N Lte. 4 cooperativa Mariscal paralela a la Av. Alisos en el distrito de los Olivos
- Paradero frente al Centro Comercial Plaza Norte en la panamericana Norte.
- El tiempo de espera para los pasajeros en Lima norte es entre las 10:00 pm y 10:20 pm de la noche para luego pasar a recoger a los pasajeros de Lima sur entre las 11:00 pm y 11:15 pm. (Se viaja durante la noche)
- La hora de llegada al destino es entre las 6:00 am y 6:30 am del día siguiente.
- Una vez en el destino, el guía turístico brinda a todos los excursionistas una pequeña bolsa de yute llamada “kit de viajero” que tiene lo necesario para tener un viaje cómodo.
- Kit Viajero: (caramelos de limón, hoja de coca botella de agua, pin que los identifica al grupo y la bolsa de yute servirá para que depositen ahí sus desechos, manta ½, almohada para viaje)

Tabla 27 Kit Viajero

Kit de viaje	Ctd	Descripción	Precio	Precio total
Mantas	25	Mantitas de 1/2 plaza	S/ 13.00	S/ 325.00
Almohada de viaje	30	Masajeador Cojin para el cuello	S/ 13.00	S/ 390.00
Caramelos de limón	1	Ambrosoli	S/ 5.00	S/ 4.50
Bolsa de yute	100	Bolsa de yute	S/ 2.50	S/ 250.00
Hoja de coca	1	Hoja de coca	S/ 20.00	S/ 20.00
Pin identificador	100	Pin con el nombre de la empresa 30x20	S/ 0.80	S/ 80.00
				S/ 8,605.95

Fuente: Elaboración propia

## Itinerario Tour Llapam

Tabla 28. Tour Llapam – Día 1

Hora	Lugar y Actividad
6:30 am	- Pasaremos por el Centro poblado de Llapay
6:50 am	- Siguiendo el recorrido se llega a la Laguna llamada Piquecocha. - Nos detenemos a tomar fotos.
7:30 am	- Seguimos con el recorrido para luego llegar al pueblo llamado Vitis. - Se aprovecha para conocer el pueblo, hacer algunas compras, aclimatarse. - Desayuno.
8:30 am	- Llegamos al pueblo llamado Huancaya donde se tendrá tiempo libre para conocer y tomar fotos de: ❖ Las famosas Cascadas de Cabracancha. ❖ Puentes Coloniales. ❖ La iglesia del Huancaya. ❖ Mirador de Huachakaka.
11:00 am	- Continuamos con el recorrido y llegaremos a: ❖ Mirador de Carhuayno. ❖ Cascadas de Carhuayno. ❖ Laguna de Huallhua. ❖ Cascada de Chuchupasca.
1:30 pm	- Seguimos con el recorrido al pueblo de Vilca y en el transcurso pasaremos y observaremos la Laguna de Huarimanca y Huascacocha en las cuales nos detendremos para tomar fotos.
2:00 pm	- Llegamos al pueblo de Vilca - Conoceremos la Plaza de armas del pueblo que tiene un monumento a la trucha - Recepción e instalación en el Alojamiento
3:00 pm	- Almuerzo.
4:00 pm	- Tiempo libre para descansar u hacer otras actividades dentro del pueblo de Vilca.
6:00 pm	- Cena.
7:00 pm	- Se realizará una pequeña fogata, se podrá observar las estrellas y organizamos dinámicas y finalizamos con leyendas del lugar.
8:30 pm	- Descanso en el alojamiento.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29. Tour Llapam - Día 2

Hora	Lugar y Actividad
8:00 am	- Desayuno
9:15 am	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nos dirigimos al mirador de san Cristóbal.</li> <li>- Caminaremos a la Laguna de Papacocha</li> <li>- Conoceremos el Bosque del Amor</li> <li>- Mirador de Cantagallo</li> <li>- Conoceremos el criadero de truchas</li> </ul>
12:00 pm	- Almuerzo
2:30 pm	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retornamos a la ciudad de Lima</li> </ul> <p>En el transcurso nos detendremos a apreciar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Laguna de Huarimanca</li> <li>- Laguna de Cuchupasca</li> <li>- Chuspi Suyoc</li> <li>- Paucarcocha</li> <li>- Chuspicocha</li> <li>- Tototral</li> <li>- Paccha</li> </ul>
4:00 pm	<p><b>Inicio ruta de los nevados y diversa variedad de flora y fauna en su habitat natural.</b></p> <p>Podremos observar los siguientes nevados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pariacaca</li> <li>- Tunshu</li> <li>- Huallacancha</li> <li>- Carhuachuco</li> <li>- Tukumachay</li> <li>- Pachanqutu</li> <li>- Qullqayuq</li> <li>- Waqaypaka</li> </ul> <p>Continuamos de regreso tomando la carretera Central con destino a la ciudad de Lima</p>
9:30 pm	- Llegada a la Ciudad de Lima

Fuente: Elaboración Propia



## Itinerario Tour Aventurero

Tabla 30. Tour Aventurero – Día 1

Hora	Lugar y Actividad
6:30 am	- Pasaremos por el Centro poblado de Llapay
6:50 am	- Siguiendo el recorrido se llega a la Laguna llamada Piquecocha. - Nos detenemos a tomar fotos.
7:30 am	- Seguimos con el recorrido para luego llegar al pueblo llamado Vitis. - Se aprovecha para conocer el pueblo, hacer algunas compras, aclimatarse. - Desayuno.
8:30 am	- Llegamos al pueblo llamado Huancaya donde se tendrá tiempo libre para conocer y tomar fotos de: ❖ Las famosas Cascadas de Cabracancha. ❖ Puentes Coloniales. ❖ La iglesia del Huancaya. ❖ Mirador de Huachakaka.
11:00 am	- Continuamos con el recorrido y llegaremos a: ❖ Mirador de Carhuayno. ❖ Cascadas de Carhuayno. ❖ Laguna de Huallhua. ❖ Cascada de Chuchupasca.
1:30 pm	- Seguimos con el recorrido al pueblo de Vilca y en el transcurso pasaremos y observaremos la Laguna de Huarimanca y Huascacocha en las cuales nos detendremos para tomar fotos.
2:00 pm	- Llegamos al pueblo de Vilca - Conoceremos la Plaza de armas del pueblo que tiene un monumento a la trucha - Recepción e instalación en el Alojamiento
3:00 pm	- Almuerzo. -
4:00 pm	<b>Se prepara y arma todo el equipo de camping para pasar la noche</b> Tiempo libre para descansar u hacer otras actividades dentro del pueblo de Vilca.
6:00 pm	- Cena.
7:00 pm	- Se realizará una pequeña fogata, se podrá observar las estrellas y organizamos dinámicas y finalizamos con leyendas del lugar.

Fuente: Elaboración propia

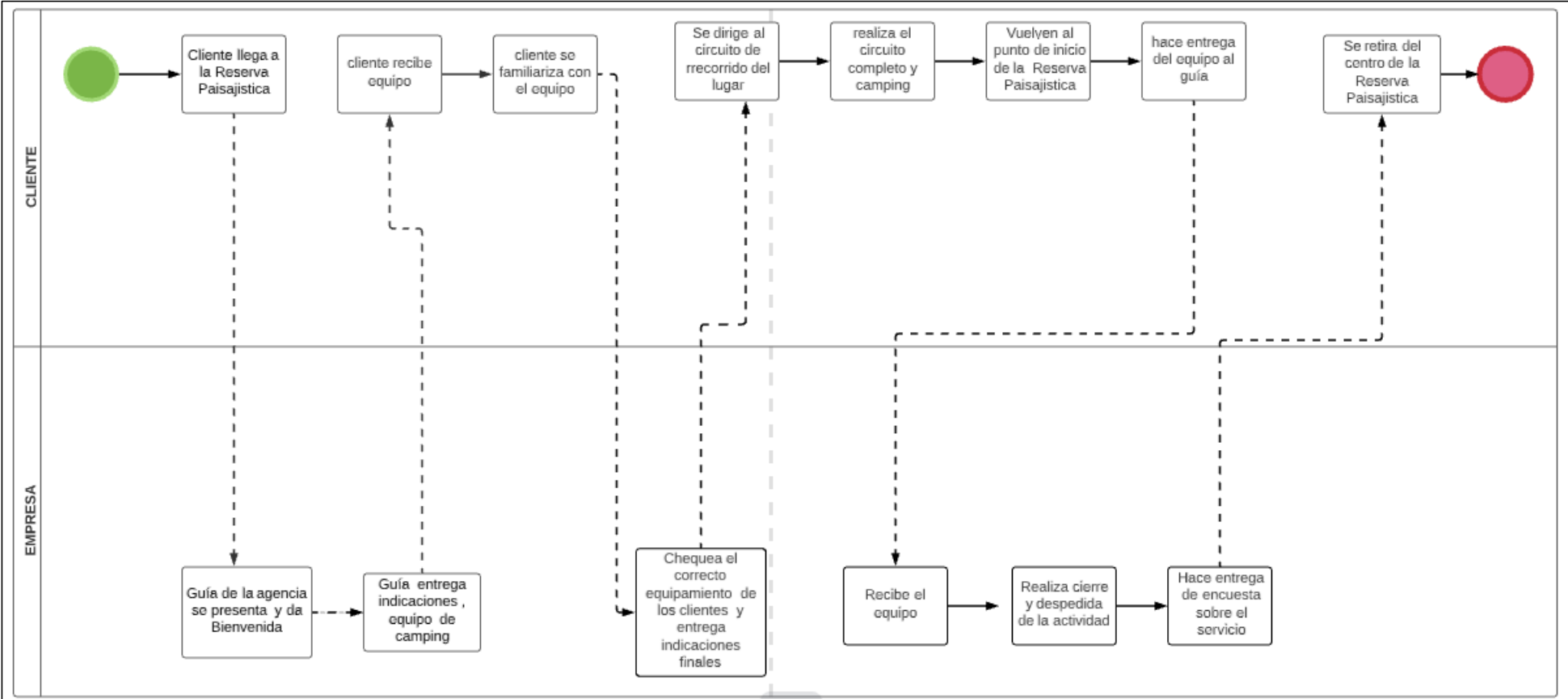
Tabla 31. Tour Aventurero - Día 2

Hora	Lugar y Actividad
8:00 am	- Desayuno
9:15 am	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nos dirigimos al mirador de san Cristóbal.</li> <li>- Caminaremos a la Laguna de Papacocha</li> <li>- Conoceremos el Bosque del Amor</li> <li>- Mirador de Cantagallo</li> <li>- Conoceremos el criadero de truchas</li> </ul>
12:00 pm	- Almuerzo
2:00 pm	- Recojo de todo el equipo de camping
2:30 pm	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retornamos a la ciudad de Lima</li> </ul> <p>En el trascurso nos detendremos a apreciar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Laguna de Huarimanca</li> <li>- Laguna de Cuchupasca</li> <li>- Chuspi Suyoc</li> <li>- Paucarcocha</li> <li>- Chuspicocha</li> <li>- Tototral</li> <li>- Paccha</li> </ul>
4:00 pm	<p><b>Inicio ruta de los nevados y diversa variedad de flora y fauna en su habitat natural.</b></p> <p>Podremos observar los siguientes nevados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pariacaca</li> <li>- Tunshu</li> <li>- Huallacancha</li> <li>- Carhuachuco</li> <li>- Tukumachay</li> <li>- Pachanqutu</li> <li>- Qullqayuq</li> <li>- Waqaypaka</li> </ul> <p>Continuamos de regreso tomando la carretera Central con destino a la ciudad de Lima</p>
9:30 pm	- Llegada a la Ciudad de Lima

Fuente: Elaboración Propia

Es muy importante recalcar que después del servicio, en un plazo no mínimo de una semana se hace envío de las fotografías del viaje a cada cliente por el correo electrónico.

Gráfico 9. Flujograma de interacción cliente – guía de turismo.



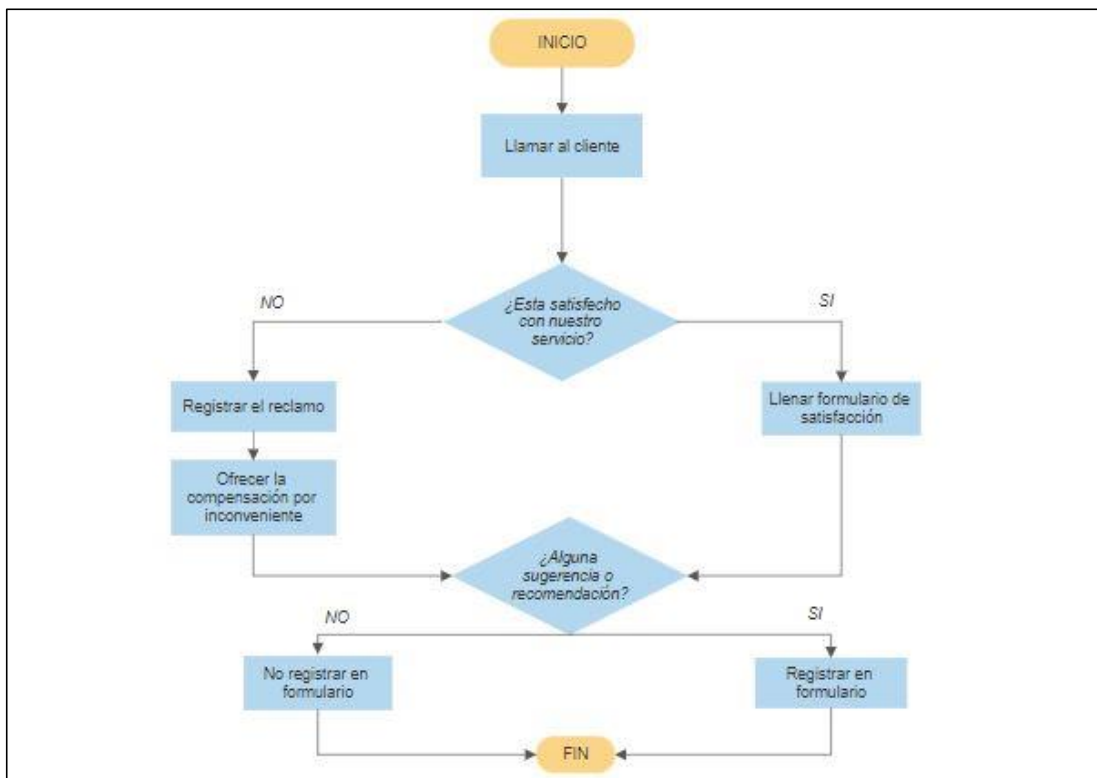
### Proceso de postventa:

Según León (como se citó en Rastrollo y Martínez, 2016, pág. 9). La marcada importancia del servicio de postventa en todas economías se está traduciendo en una mayor complejidad de sus empresas, lo que ha inducido a un interés creciente por abordar estudios estratégicos de estos cambios, entre las cuales resaltan las ramas de comercio, banca y turismo; que han sido, hasta ahora, las que más interés han despertado en los investigadores económicos.

Esto indica que el proceso de Postventa es una faceta completa del servicio o producto que cada año va impactando al sector turismo, es por ello que la empresa creara una conexión emocional con el cliente y un seguimiento como. Por ejemplo:

- ✓ Se enviarán a través de correos electrónicos, tarjetas de agradecimiento y de felicitaciones.
- ✓ Se enviará promociones e información sobre ofertas y eventos importantes
- ✓ Tips de viajes enviadas a sus correos.

Gráfico 10. Proceso de Post venta del servicio



Fuente: Elaboración propia

Mediante nuestro flujo de procesos “Postventa” podemos tener una solución proactiva por el cual sabremos cómo actuar, ya sea en caso de un cliente que esté muy satisfecho como clientes que puedan tener algún inconveniente o reclamo durante toda su experiencia brindada por nuestra empresa.

El tener nuestro canal postventa, nos ayudará a evaluar también nuestro servicio y saber en qué aspectos mejorar. Se inicia con una llamada a nuestro cliente luego de haber brindado el servicio y se realizarán algunas preguntas, las cuales registraremos y en caso de clientes insatisfechos, poder brindar alguna compensación por ello. Se finaliza por una última pregunta, la cual consiste en pedirle al cliente darnos una recomendación o una sugerencia y finalmente registrarla.

Tabla 32. Requerimientos de equipo y material para el área administrativa y comercial.

Equipos para oficina	Ctd	Descripción	Precio unid	Precio total
Ventilador	1	Ventilador Taurus Basbel 3Vel.	S/ 199.00	S/ 199.00
Televisión	1	TV LED Orizon HD 24" 62 cm x 41 cm x 14.8 cm	S/ 399.00	S/ 399.00
Parlantes	1	Parlante Blacksheep Smoke Bluetooth 6 cm x 18 cm	S/ 49.90	S/ 49.90
Desktop	1	PC Escritorio Advance - PC VO1012 Intel Celeron J3060 1.60 GHz+teclado + mouse.	S/ 1,299.00	S/ 1,299.00
Impresora multifuncional	1	Canon Pixma TS-9010	S/ 649.00	S/ 649.00
				S/ 2,595.90

Mobiliario	Ctd	Descripción	Precio	Precio total
Escritorio	3	Escritorio Axis Wengue/ Ártico Tuhome 76.5 x 151.5	S/ 489.90	S/ 1,469.70
Silla de oficina	3	Silla negra con pistón Karson 83 cm x 45 cm	S/ 59.90	S/ 179.70
Juego de sala	1	Sofá 3 cuerpos Brooklyn + 2 Puff	S/ 1,499.00	S/ 1,499.00
Mesa de centro	1	Mesa de Centro Fraktal - Habano+ Miel 36.3 cm x 104.3 cm	S/ 399.00	S/ 399.00
Tacho de basura	2	Papelera Tokio color 29,3 cm (L)x 22,5 (Anch) x 25x6 cm (Al)	S/ 12.00	S/ 24.00
Rack	1	Rack TV Fijo de 24" 15 kg	S/ 70.00	S/ 70.00
Archivador	1	Alpha	S/ 7.00	S/ 7.00
Alfombra	1	Alfombra Sisal Lino de 61 cm x 91 cm	S/ 87.20	S/ 87.20
Útiles de oficina	1	Hojas bond, lapiceros, revistas de turismo	S/ 56.00	S/ 56.00
				S/ 3,791.60

Articulos de Limpieza	Ctd	Descripción	Precio	Precio total
Franelas	3	Franela de limpieza Gaf Rojo 70cm x 45 cm	S/ 4.90	S/ 14.70
Toalla pequeña	1	Toalla de Mano Premium 600 gsm 45x65 cm	S/ 9.90	S/ 9.90
Jabón de manos	1	Jabón liquido con glicerina antibacteriano Aval Pasión citrica de 400ML	S/ 6.90	S/ 6.90
Escoba	2	Escoba VIRUTEX- Tamaño optimo	S/ 12.90	S/ 25.80
Recogedor	1	Recogedor ecológico VIRUTEX	S/ 6.90	S/ 6.90
Papel higiénico	1	Papel higiénico 1 hoja 4 unidades Elite de 280 metros	S/ 24.90	S/ 24.90
Desinfectante de baños	1	Desinfectante liquido para Baño Harpic Power Plus Frasco con Dosificador 500 ML	S/ 15.00	S/ 15.00
Ambientador	1	Ambientador Toque Glade Aroma Paraiso + 1 Respuesto	S/ 9.50	S/ 9.50
				104.1

### 3.2 Localización:

#### Macro localización

Actualmente el sector de turismo en el Perú ha ido creciendo constantemente y aportando al PBI del país. Por ende, ha llegado a tomar un papel muy importante para la economía peruana.

Según el estudio de mercado realizado por Prom Perú, se tomó en cuenta que la región de Lima es una de las más visitadas por los turistas. Además, tiene una gran población y el punto más importante se encuentra cerca al destino turístico.

Figura 18 Mapa del distrito de Lima



Fuente: Wikipedia (2019)

**Micro localización:** De acuerdo a la matriz de enfrentamiento se tomaron en cuenta los siguientes factores; zona comercial, disponibilidad de servicios, costo de alquiler, seguridad, estacionamiento para clientes y metros cuadrados. Después de haber realizado el análisis respectivo, se determinó, se determinó que la operadora de turismo se localizará en el distrito de Los Olivos, en la calle 14, entre av. Alisos y Universitaria (1er piso).

Para determinar la localización de la empresa se consideró y evaluó 3 alternativas en los diferentes distritos de la capital Limeña.

**Alternativa 1** Miraflores (Av. Del ejercito 1081, Miraflores, Lima) 2do piso

**Alternativa 2** Centro de Lima (Entre el Jr. Lampa y Jr. Rousbell) 2do piso

**Alternativa 3** Los Olivos (Calle 14, entre av. Alisos y Universitaria) 1er piso

Figura 18. Evaluación de alternativas de localización.

	<b>Zona comercial</b>	<b>Disponibilidad de servicios</b>	<b>Costos de alquiler</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Estacionamiento para clientes</b>	<b>m2</b>
<b>Alternativa 1</b> Miraflores	A cuadras del estadio Bonilla, cerca de bancos y a la espalda del malecón de la reserva, percibe un comercio moderado	Servicio de agua, luz, limpieza y Prosegur, 1 baño, amoblado, cocina. Pago de dos meses por adelantado y S/. 700.00 por mantenimiento	S/ 1760.00	Ubicada en una zona segura con permanente vigilancia por parte del serenazgo del distrito.	Si	20 m2
<b>Alternativa 2</b> Centro de Lima	A pocas cuadras del centro comercial real plaza del centro cívico, entidades financieras y empresas públicas que hacen que la afluencia de personas sea alta.	Cuenta con un intercomunicador, portero, 2 baños. Pago de un mes por adelantado, más un documento de Aval solitario, pago de renta mensual S/ 2200.00 por adelantado y mantenimiento	S/ 1500.00	La oficina se encuentra en una zona con poca frecuencia de vigilancia por parte de la policía y serenazgo.	No	60 m2
<b>Alternativa 3</b> Los Olivos	Entre la av. Alisos con Universitaria y Panamericana norte, lo que hace un fácil acceso desde los centros comerciales cercanos como mega plaza, plaza norte y la municipalidad de los Olivos, la afluencia de gente en esa zona.	Servicio de agua, luz, 1 baño, internet y tv por cable pago de un mes por adelantado	S/ 900.00	La oficina se encuentra en una zona segura que cuenta con vigilante durante todo el día	Si	37 m2

Fuente: Elaboración propia



### **Análisis del nivel de importancia de cada factor de localización**

Para el análisis y conocimiento del nivel de importancia relativa de cada uno de los factores se asigna una ponderación relativa a cada una de ellas.

### **Matriz de enfrentamiento**

La matriz de enfrentamiento evalúa el grado de importancia de un factor con respecto al otro. Considerando el valor de 1 al más importante y 0 al menos importante, en caso de que la importancia sea igual, se asigna a ambos factores el valor de 1.

Factores de Localización

<b>F1</b>	Zona Comercial
<b>F2</b>	Disponibilidad de servicios
<b>F3</b>	Costo de alquiler
<b>F4</b>	Seguridad
<b>F5</b>	Estacionamiento Para Clientes
<b>F6</b>	Metros Cuadrados

Donde los factores de la columna vertical son comparados con los factores de la columna horizontal

### **Interpretación:**

0: Factor de la columna vertical, tiene menor relevancia comparado al factor enfrentado en la fila horizontal

1: Factor de la columna vertical, es más o igualmente relevante comparado al factor enfrentado en la fila horizontal.

Tabla 33. Matriz de enfrentamiento

	<b>F1</b>	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>F4</b>	<b>F5</b>	<b>F6</b>	<b>Conteo</b>	<b>Peso %</b>
F1		1	0	1	0	0	2	17%
F2	1		0	0	0	0	1	8%
F3	0	1		1	0	0	2	17%
F4	1	0	0		0	0	1	8%
F5	1	0	0	1		1	3	25%
F6	1	1	0	1	0		3	25%
							12	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34. Evaluación de alternativas de localización

N°	Factores de Localización	Peso %	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
			Pts.	Total	Pts.	Total	Pts.	Total
<b>F1</b>	Zona Comercial	17%	3	0.51	4	0.68	5	0.85
<b>F2</b>	Disponibilidad de servicios	8%	4	0.32	3	0.24	4	0.32
<b>F3</b>	Costo de alquiler	17%	3	0.51	2	0.34	5	0.85
<b>F4</b>	Seguridad	8%	5	0.4	2	0.16	4	0.32
<b>F5</b>	Estacionamiento Para Clientes	25%	3	0.75	1	0.25	5	1.25
<b>F6</b>	Metros Cuadrados	25%	4	1	3	0.75	5	1.25
	<b>Resultados</b>	100%		3.49		2.42		<b>4.84</b>

Fuente: Elaboración propia

Para la calificación de cada alternativa se tuvo en cuenta lo siguiente:

<b>Muy malo.</b>	<b>Malo</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Muy bueno</b>
1	2	3	4	5

Después de realizar el análisis, se concluye que la alternativa 3 es muy cómoda en cuanto a su ubicación, costos de alquiler y seguridad. Lo cual favorece para la instalación de la empresa operadora de turismo “Kawsay Aventuras” en el distrito de Los Olivos.

Figura 20 Ubicación de oficina

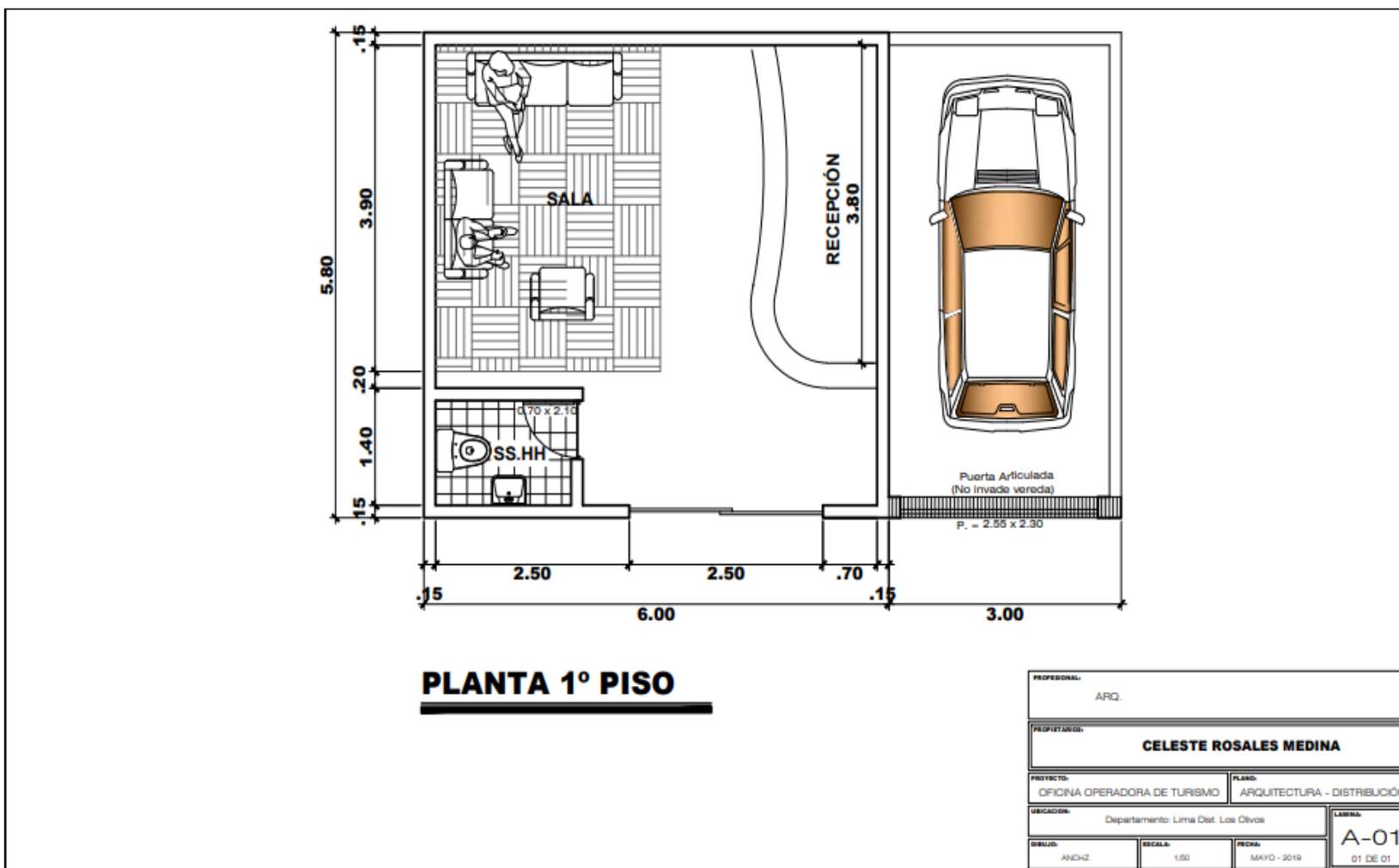


Fuente: Google Maps (2019)

- Cercanía a la Panamericana norte
- Fácil de ubicar por parte de los clientes
- Cercanía a los dos grandes malls “Mega Plaza y Plaza Norte y Mall del Sur”
- Aspecto sanitario de la parte externa de las oficinas
- Cuenta con una cochera
- Cuenta con un espacio cómodo

A continuación, se presenta el plano de la oficina de la agencia operadora de turismo, diseñado por el dibujante técnico Vásquez Medina, Luis Augusto.

Figura 21 Layout de la agencia operadora de turismo



### **Distribución de la oficina:**

Después de ubicar el local adecuado para la instalación de la operadora de turismo, el cual tiene un área de 9 m de frente x 5.80 de fondo para la comodidad de nuestros clientes y colaboradores. De igual manera, el lugar es adecuado para realizar las divisiones correspondientes a cada área. Tiene un baño, un espacio para ubicar el área de ventas y administrativa, incluyendo una cochera.

### **3.3 Tamaño**

Con respecto a la capacidad del proyecto para prestación de servicio. Se realiza un análisis para las siguientes variables:

**Unidad de Medida:** La unidad de medida que se puede tomar como referencia para poder estimar el tamaño de un negocio, es la cantidad de personas que asistirán en un día.

#### **Capacidad Diseñada, instalada y utilizada:**

##### **Oficina**

La capacidad del área está dada para 16 personas, la capacidad instalada sería una oficina y la capacidad utilizada es el número de personas que visitan nuestra oficina en los horarios de funcionamiento.

**Tamaño Óptimo:** El tamaño del proyecto se define teniendo en cuenta la capacidad financiera de los socios, pues se estima que la inversión inicial es alta y la capacidad adquisitiva de los socios es limitada.

Por este motivo, se especifica que el tamaño del proyecto será pequeño con relación a los otros negocios existentes.

## Vehículos de transporte:

### Capacidad utilizada para el año 2020

Los buses tienen una capacidad de 20 pasajeros, teniendo en cuenta que la proyección realizada para el año 2020 es de 2790 pasajeros. Por lo tanto, corresponde que cada bus realice de 2 a 5 viajes a la semana.

Tabla 35. Estimación mensual de vehículos para el año 2020

	PERSONAS		BUSES MES	BUSES
	MES	SEMANA	(20 Pasajeros)	SEMANA
ENERO	250	63	13	3
FEBRERO	145	36	7	2
MARZO	250	63	13	3
ABRIL	230	58	12	3
MAYO	210	53	11	3
JUNIO	200	50	10	3
JULIO	360	90	18	5
AGOSTO	385	96	19	5
SEPTIEMBRE	220	55	11	3
OCTUBRE	130	33	7	2
NOVIEMBRE	150	38	8	2
DICIEMBRE	260	65	13	3
ANUAL	2790	698	140	35

Fuente: Elaboración propia

### Capacidad instalada:

La capacidad instalada es el número de viajes máximo que puede realizar un bus a la semana.

Teniendo en cuenta que cada bus puede realizar hasta tres viajes a la semana. Se consideró alquilar dos buses al mes con un aproximado de seis viajes a la semana, llegando a cubrir los viajes proyectados para el año 2020

### 3.4 Equipamiento

A continuación, se detalla el equipamiento necesario para la oficina y desarrollo del servicio de la empresa operadora de turismo “Kawsay aventuras Travel”. El precio y detalle de cada uno de los equipos fueron cotizados en establecimientos comerciales y en páginas web.

<b>Equipos para oficina</b>			
Equipo	Ctd	Precio unid	Precio total
Ventilador	1	S/ 199.00	S/ 199.00
Televisión	1	S/ 399.00	S/ 399.00
			S/ 598.00

<b>Equipos de computo</b>			
Desktop	2	S/ 1,299.00	S/ 2,598.00
Impresora multifuncional	1	S/ 649.00	S/ 649.00
Parlantes	1	S/ 49.90	S/ 49.90
			S/ 3,296.90

<b>Mobiliario</b>	Ctd	Precio	Precio total
Escritorio	3	S/ 489.90	S/ 1,469.70
Silla de oficina	3	S/ 59.90	S/ 179.70
Juego de sala	1	S/ 1,499.00	S/ 1,499.00
Mesa de centro	1	S/ 399.00	S/ 399.00
Tacho de basura	2	S/ 12.00	S/ 24.00
Rack	1	S/ 70.00	S/ 70.00
Alfombra	1	S/ 87.20	S/ 87.20
			S/ 3,728.60

<b>Equipos de viaje</b>	Ctd	Precio	Precio total
Bolsas de dormir	15	S/ 54.00	S/ 810.00
Carpas de montaña	8	S/ 600.00	S/ 4,800.00
Colchoneta Camping	20	S/ 30.00	S/ 600.00
Palos de trekking	15	S/ 40.65	S/ 609.75
Radio Portatil	2	S/ 241.60	S/ 483.20
Linterna	3	S/ 69.90	S/ 209.70
Boutiquin	2	S/ 11.90	S/ 23.80
			S/ 7,536.45

kit	Ctd	Descripción	Precio unitario	Precio total
Mantas	25	Mantitas de 1/2	13	325
Almohada de viaje	30	Cojin para el cu	13	390
Caramelos de limón	1	Ambrosoli	5	4.5
Bolsa de yute	100	Bolsa de yute	2.5	250
Hoja de coca	1	Hoja de coca	13	13
Pin identificador	100	Pin con el nomb	0.8	80

1062.5

## **IV. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL**

El capítulo se divide en dos secciones, La primera trata del estudio legal en la que se detalla los procesos por la que debe de pasar la empresa para constituirse y empezar a operar en el sector turismo. La segunda parte describe la organización y estructura de la empresa, detallando las funciones en su área.

### **4.1. Estudio Legal**

#### **Tipo de sociedad**

La empresa “Kawsay Aventuras”, se encontrará constituida como Sociedad Anónima Cerrada porque se contará con solo dos accionistas, ya que a futuro se tiene como posibilidad el integrar a más accionistas

#### **Constitución de la Empresa**

Kawsay Aventuras iniciará con los siguientes documentos legales y permisos:

##### **a) Minuta de la empresa.**

La minuta de la empresa es un documento que garantiza la existencia en la Superintendencia Nacional de Registro Públicos, para obtenerla se sigue los siguientes pasos.

#### **Búsqueda de los índices**

En la SUNARP se solicita la búsqueda en el directorio nacional de personas jurídicas el nombre de la empresa que desea denominar, el resultado se entrega el mismo día. Después de haber realizado el pago de derecho de trámite es de S/. 4.00 soles.

##### **b) Escritura Pública**

La escritura pública es un documento que constata la minuta, contiene declaraciones de los intervinientes que el notario valida el contenido del documento.

Requisitos

- Minuta de constitución de la empresa y copia simple
- Pago de derechos notariales, costo representa un décimo de capital social

Derecho de trámite: S/. 4,000.00



### **c) Inscripción en registros públicos**

Obtenida la escritura pública se pasa a inscribir la empresa en la Oficina registral competente del registro de personas jurídicas de la SUNARP. La sociedad adquiere la personalidad jurídica, la oficina registral entregará:

- ✓ Constancia de inscripción
- ✓ Copia simple del asiento registral

Requisitos

- ✓ Formato de solicitud de inscripción llenado
- ✓ Copia de DNI del representante del título.
- ✓ Escritura pública que contenga el estatuto
- ✓ Pago de derechos registrales

Derecho de trámite

Corresponde el 1.08% UIT por derechos de calificación y 3/1000 del capital por derechos de inscripción.

Costo S/. 90.00 nuevos soles

### **d) Tramite del registro único del contribuyente (RUC)**

El procedimiento para la obtención del RUC como persona jurídica es el siguiente.

Paso 1. La inscripción en el registro único de contribuyente en las oficinas de la SUNAT.

Requisitos

- ✓ Fotocopia de DNI del titular
- ✓ Fotocopia de recibo de agua, luz o teléfono; última declaración jurada o autoevaluó donde funcionara la empresa.
- ✓ La partida registral certificada por los registros públicos.

Paso 2. Elección del régimen tributario

El régimen tributario para Kawsay Aventuras es el Régimen especial del impuesto a la renta, los impuestos obligados a este régimen son, la tasa del Impuesto a la Renta es un 1.5% sobre los ingresos netos mensuales; y la tasa del valor de la venta es el 18%.

Paso 3. Autorización para impresión de comprobantes de pago.

Solicitada la activación del RUC pasando 7 días hábiles y supervisado el domicilio donde funcionará la empresa, llegará el RUC y la clave SOL (Factura electrónica) permitiendo la impresión de comprobantes de pago.

#### **e) Registro en la REMYPE**

Realizar el registro en el Registro Nacional de Micro y Pequeñas empresas se hace a través de la página web Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Llenar la solicitud consta de tres pasos; el primero es el registro de la empresa, el segundo el registro de los trabajadores y el tercero guardando los registros.

Requisitos:

- ✓ Registro único del contribuyente (RUC) y clave SOL
- ✓ Contar con un mínimo de un trabajador

Derecho de trámite gratuito.

#### **f) Inscripción de trabajadores en ESSALUD**

Se registra en el programa de declaración telemática, afiliando los datos de los trabajadores a través de un formulario virtual de manera mensual en la SUNAT.

Derecho de trámite gratuito

#### **g) Autorización de planillas electrónicas ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo**

El registro de trabajadores que operan Kawsay Aventuras se realiza en la Planilla Electrónica, medio informático de la SUNAT. Este se presentará de manera mensual en lugar de usar libros de planillas.

Derecho de servicio del medio informático gratuito.

#### **h) Legalizado de libros contables**

Se solicita por escrito al notario la legalización de libros contables. La constancia se encuentra en la primera página y contiene la razón social, día, lugar, sello y firma del notario, posterior cada hoja debe tener el sello. Kawsay Aventuras contará con dos registros contables; el registro de compras y el registro de ventas.

Derecho de tramites S/. 15.00 a S/. 25.00 nuevos soles, por libro. Siendo un total de S/. 50.00 nuevos soles.

#### **4.2. Licencia de Funcionamiento**

Para tener la licencia de funcionamiento se deberán hacer trámites en la Municipalidad de Los Olivos en la cual se establecerá la planta de producción. Se necesita lo siguiente:

Plazo de otorgamiento: 15 días hábiles

Requisitos:

- ✓ Formato de la solicitud para la Licencia de funcionamiento.
- ✓ Vigencia de poder.
- ✓ Número de Ruc de la empresa.
- ✓ Copia DNI del representante legal
- ✓ El número del comprobante por el que se pagó el permiso

#### **Inspección técnica de seguridad edificaciones.**

- ✓ Formato de Declaración jurada de cumplimiento de las condiciones de seguridad.
- ✓ Plazo de otorgamiento: 7 días hábiles
- ✓ Vigencia: Indeterminada
- ✓ Costo de licenciamiento S/. 115.02
- ✓ Licencia de funcionamiento con un área de hasta 100 m<sup>2</sup>- con ITSE Básica Ex Post en forma conjunta con la autorización de anuncio publicitario simple adosado a fachada S/. 115.00

##### **4.2.1.Registro de Marca**

Se realiza el registro en la Dirección de registro distinto llenando el formulario de Solicitud de registro de marca de producto.

Requisitos

- ✓ Nombre del solicitante
- ✓ Nombre del Representante legal
- ✓ Dirección legal

- ✓ Información referente al poder de representación
- ✓ Datos relativos a la marca registrada; tipo de marca, copia denominativa con grafía
- ✓ Distinción del producto
- ✓ Firma del solicitante

Luego de ingresar la solicitud a la mesa de partes, esta es evaluada por la Dirección de signos distintos dentro de 15 días hábiles para ver si se ajusta a los requisitos. El trámite si está conforme se realiza una publicación en la gaceta electrónica en la página web de INDECOPI dentro de los 180 días hábiles.

Finalmente, dentro de los 30 días siguiente a la publicación cualquier persona podrá presentar alguna observación en la marca, si no sucede la marca queda registrada y aprobada. La vigencia del registro de la marca es de 10 años a partir que se expide la resolución.

Costos:

Búsqueda fonética por una clase: S/. 3099 nuevos soles.

Búsqueda figurativa por una clase: S/. 38.46 nuevos soles

### **Procedimiento N.º 31.- Otorgamiento de autorización para prestar servicio especial de transporte turístico con informe de certificadora.**

Tiene una vigencia de diez años. A continuación, se mencionará los procedimientos para contar con la autorización:

1. Solicitud simple con datos generales.
2. Anexo con términos del permiso solicitado.
3. Propuesta operacional que acredite matemáticamente la viabilidad de operar el número de servicios y frecuencias solicitadas, con el número de conductores y vehículos que habilita.
4. Estudio de factibilidad de mercado, financiero y de gestión, que señala el artículo 39º del Reglamento, para rutas que tengan como origen y/o destino a la provincia de Lima Metropolitana y/o a la provincia constitucional del Callao.
5. Copia legible de la Tarjeta de identificación vehicular de cada vehículo ofertado, y de corresponder, copia legible del contrato de arrendamiento financiero (leasing), operativo o de fideicomiso, en el cual debe estar indicado el número de placa de rodaje o número de serie o VIN.

6. Copia legible de Certificados SOAT vigente de cada vehículo.
7. Copia legible del Certificado de Inspección Técnica Vehicular vigente.
8. Copia legible de Testimonio de constitución del transportista en la que conste la denominación social, la prestación del servicio de transporte terrestre de personas como actividad principal, los nombres de los socios, accionistas, asociados, directores, administradores y representantes legales. Puede ser sustituida por copia literal emitida por SUNARP.
9. Copia legible de Documento que acredita el uso del terminal terrestre o estación de ruta que cuenta con Certificado de Habilitación Técnica, señalado en el anexo correspondiente.
10. Copia legible de Contrato respectivo que acredite el uso de los talleres de mantenimiento.
11. Copia legible de Documento que acredite el acceso al servicio de comunicación entre el transportista y sus unidades, suscrito con la empresa proveedora de dicho servicio.
12. Copia legible de Manual de Operaciones elaborado conforme a lo indicado en el numeral 42.1.5 del art. 42 del Reglamento.
13. Copia legible de Certificado del Limitador de Velocidad, elaborado conforme al RD N.º 843-2010-MTC/15.
14. Copia legible de Documento que es titular o contrato vigente que le permite el uso y usufructo de las oficinas administrativas del transportista.
15. Copia legible de Registros Contables y/o del documento declarado ante la SUNAT.
16. Copia del contrato vigente con la empresa prestadora del servicio de control y monitoreo inalámbrico que transmita a la Entidad, en forma permanente la información de la ubicación del vehículo en ruta.
17. Pago por Derecho de Tramitación (Banco de la Nación).

Costos:

Por la tarjeta Única de Circulación de cada vehículo: S/. 22.90 nuevos soles.

#### 4.2.2. Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la empresa

Antes de finalizar la constitución legal de la empresa se abrirá una cuenta corriente bancaria para persona Jurídica en el Banco Continental donde se administrará el capital de la empresa.

Requisitos:

- ✓ Copia simple de los documentos de identidad de los socios.
- ✓ Declaración Jurada
- ✓ Ficha RUC
- ✓ Copia simple de la copia Literal de la Partida Electrónica de la persona jurídica
- ✓ Copia simple de testimonio o acta de otorgamiento/ modificación de poderes bancarios (obligatorio de existir).
- ✓ Copia simple del último estatuto.
- ✓ File de Apertura de Cuenta Corriente Persona Jurídica

Derecho por Concepto de Bastanteo de Poderes: S/. 40.00

#### Gastos de constitución

Se le considera gastos a todo aquello que no genera inversión futura. Este será, registrado en el Estado de Resultados. El proyecto tiene los siguientes gastos en la constitución de la empresa.

Tabla 36. Gastos de constitución de Kawsay Aventuras

Procedimientos	Tiempo de tramitación	Costo en soles
Mínuta		S/. 2,000.00
Búsqueda de índice	1 día	S/. 4.00
Registro de nombre	30 días	S/. 18.00
Escritura Pública	1 día	S/. 2,000.00
Inscripción en Registros Públicos	1 día	S/. 90.00
Inscripción de Ruc	7 días	Gratuito
Legalizado de libros	15 días	S/. 50.00

Licencia de funcionamiento y asistencia técnica	30 días	S/115.00
Por la tarjeta Única de Circulación de cada vehículo	1 día	29.90
Registro de marca	15 - 225 días	S/. 69.45
Apertura de cuenta de banco	1 día	S/. 40.00
Total	112 – 322 días	S/. 4,346.9

Fuente: Elaboración propia (2019)

#### **4.2.3. Estudio Organizacional, estructural y funcional**

La organización de la empresa se realiza por áreas funcionales donde cada empleado cumple con un rol asignado, lo que permite que nuestra empresa pueda llevar a cabo sus actividades de forma sistémica.

La comunicación dentro de la empresa será continúa teniendo un comité con todo el personal, una vez por semana y de esa manera poder analizar el logro de los indicadores. La comunicación entre los colaboradores se realizará a través del correo electrónico y con nuestros clientes tendremos comunicación por redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp.

##### **a) Descripción de la empresa**

Kawsay Aventuras es una empresa operadora de turismo, que se dedica a brindar experiencia, aventura y tranquilidad. Se encontrará ubicada en la urb. Cooperativa mariscal Cáceres- Los Olivos.

##### **b) Misión**

Brindar los mejores servicios turísticos del mercado, superando las expectativas de nuestros clientes, brindando así confianza y tranquilidad a los mismos y respetando el medio ambiente para contribuir con su conservación.

##### **c) Visión**

Ser la empresa líder en el sector turístico, ofreciendo programas de viajes originales con precios competitivos, logrando posicionarnos por la calidad en el servicio ofrecido.

#### d) Valores

**Compromiso:** Alcanzar el objetivo establecido y cumplir responsablemente con las actividades propias del puesto.

**Responsabilidad:** Cumplir de manera oportuna y precisa con las actividades propias del puesto para escalar y llegar a las metas fijadas.

**Respeto:** Buscar mantener la armonía y la relación con compañeros de trabajo y clientes.

**Honestidad:** Siendo íntegros para recibir a cambio la confianza de clientes internos y externos.

**Disciplina:** Cumplir normas y políticas que apoyan nuestro trabajo.

**Espíritu de Servicio:** Promover el trabajo con ánimo positivo, de esta manera cumplir con el compromiso de servicio que refuerza la confianza de nuestro cliente.

Tabla 37. Análisis FODA

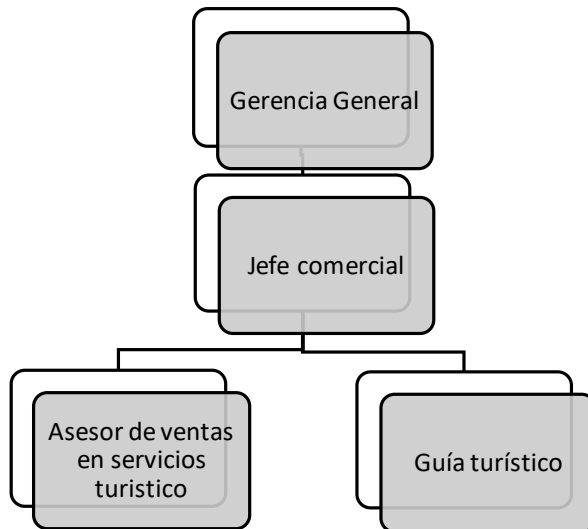
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Servicio de viajes turísticos personalizados.</li><li>- Ubicación estratégica.</li><li>- Adaptabilidad al cambio.</li><li>- Lineamientos claro en misión, visión y objetivos.</li><li>- Valor agregado CD de experiencia con la grabación de todo el viaje).</li><li>- Posters y calendarios personalizados</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tendencia de jóvenes por conocer lugares turísticos extremos.</li><li>- Mercado con altos índices de crecimiento.</li><li>- Feriados largos decretados por el gobierno.</li><li>- Tendencia de la población de aventurarse a lugares nuevos.</li><li>- Presencia de más turistas en el Perú.</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Ser una empresa nueva.</li><li>- Manejo de información</li><li>- Falta de imagen corporativa</li><li>- Falta de agresividad y constancia en las ventas de los paquetes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ingreso de competidores con mayor inversión.</li><li>- Servicios sustitutos de viajes de aventura (realidad virtual).</li><li>- Cambios en el sector transporte.</li><li>- Recesión de la economía peruana.</li><li>- Alta tasa de desempleo en Lima metropolitana.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia



#### 4.2.4. Organigrama estructural

Gráfico 11. Organigrama Estructural



Fuente: Elaboración propia (2019)

#### 4.2.5. Estudio Funcional

A continuación, se detallará los cargos y funciones de los colaboradores de Kawsay Aventuras.

##### a) Gerencia General

La gerencia estará a cargo de un Ingeniero Empresarial, que se encargará de las siguientes funciones:

Planificar, controlar y administrar la organización de la empresa, establecer las medidas correctivas para el cumplimiento de los objetivos de las áreas, aprobar las ventas de montos grandes, autorizar los movimientos financieros. Realizar el control de contratos, facturas y liquidaciones.

Se encargará del reclutamiento, evaluación de desempeño, despido de personal y preparación del rol de pagos.

## **b) Jefe comercial**

Esta área está a cargo de tomar las decisiones administrativas requeridas para el crecimiento de las actividades turísticas por medio de un plan estratégico y organización de todo el paquete turístico.

Evaluar a los competidores: Generar técnicas, cambios en los procesos a mejorar para tener una gran ventaja en comparación con la competencia.

Evaluar el nivel de ventas: Se medirá las ventas con respecto a los objetivos planteados para aumentar los ingresos y disminuir los egresos.

Contratar la publicidad: Establecer y negociar las estrategias de publicidad para mejorar la participación en el mercado.

Evaluar el servicio al cliente: Realizar una auditoria en el área de recepción.

## **c) Asesor de ventas en servicios turísticos**

La persona responsable de este cargo coordinará, llevará un control de asistencia, conducirá, informará y guiará a los turistas

La persona encargada se comunicará con los clientes, realiza el seguimiento a través de las actividades de post-venta, acuerda la presentación del paquete turístico; resuelve las inquietudes de los clientes, atiende quejas y sugerencias.

## **d) Guía turístico**

El encargado de administrar el flujo de insumos desde los centros de los proveedores hasta el área administrativa y turismo donde será preparado todo el proceso de actividades para la visita de la Reserva. Además, se encargará de mantener el estado óptimo a través de un correcto almacenamiento de los equipos de viaje y control de ellos.

## **e) Servicio Tercerizado**

Se tercerizará algunos servicios debido a que no será necesario contar con ellos dentro de la oficina y de esta manera nosotros podemos dedicarnos únicamente al giro de nuestro negocio.

- Servicio de limpieza

Tabla 38. Requerimiento personal

Área	Cargo	Cant.	Sueldo Mensual	Modalidad
Área administrativa	Gerente General	1	S/ 2,000.00	Planilla
	S/ 2,000.00			
	Jefe de administración y Turismo	1	S/ 1,300.00	Recibo por honorarios
Área comercial	Asesor de ventas en servicios turísticos	1	S/ 980.00	Recibo por honorarios
	Guía turístico	1	S/ 980.00	Recibo por honorarios
S/ 4,240.00				
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 6,240.00</b>	

Fuente: Elaboración propia (2019)

## V. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Para el Ministerio del Ambiente (2016), “el estudio de impacto ambiental es la herramienta de gestión ambiental en la cual se plasman los compromisos por parte de los titulares de proyectos con respecto a la conservación o protección del entorno y la no afectación de la salud de las poblaciones como resultado de sus actividades” (p.23).

Todo proyecto turístico está inmerso a tener consecuencias ya sea de manera positiva como negativa en el medio ambiente donde se realiza. Es por eso que el estudio de impacto ambiental nos brinda una idea más clara de las actividades que ponen el riesgo y la manera de minimizarlo.

En primer lugar, describiremos las externalidades positivas y negativas del plan de negocio para luego analizar el grado de impacto que conllevará el realizar y proponer alternativas que las mitiguen.

### 5.1. Externalidades positivas del plan de negocios

Según Arévalo et al (como se citó en Laffón, 2015, p.7), [...] Las externalidades son efectos indirectos de las actividades de consumo o producción, es decir, los efectos sobre

agentes distintos al originador de tal actividad que no funciona a través del sistema de precios.

Se define que una externalidad puede ser un efecto negativo o positivo de la elaboración o consumo de algún producto o servicios por los cuales no se realiza pago o cobro.

A continuación, se describirá los factores sociales, económicos y servicios de los escenarios socioeconómicos de la empresa que han sido afectados positivamente por la empresa.

- **Social**

El proyecto tiene un impacto social debido a que generará empleo a personas que residen cerca de la reserva Paisajística Nor Yauyos cochas generando una cadena laboral.

La reserva Paisajística al hacerse más conocida recibirá mayor cantidad de turistas, lo cual generará mayor empleo.

Al respecto es muy importante que el turista se dirija a un destino en el cual recibirá el servicio (alojamiento, restaurantes, feedback, transporte, etc.) cabe señalar también que el turista no tiene una relación con las empresas turísticas (cliente-empresa) sino se trata de una relación con el destino (cliente-destino). Por lo mencionado es esencial asumir la responsabilidad social desde una visión sistemática, ya que favorece la creación de valor en el lugar (Martos, 2018, p.30).

- **Empleo**

Es un factor trascendente porque el que se desempeña es una persona que trabaja en forma dependiente o independiente prestando servicios a un empleador público o privado. Recibe una remuneración, seguridad y protección de los derechos laborales.

Este proyecto dará oportunidad a la comunidad local brindando el incremento del turismo de naturaleza, generando oportunidades de empleo y beneficios económicos para la población local.

- **Económico**

El distrito de los Olivos se caracteriza por tener mayor proporción comercial en los rubros de comercio y servicios.

Este factor se aplica por que los ingresos de la empresa son destinados para cubrir las obligaciones contraídas por la prestación de bienes y servicios de los trabajadores.

## 5.2. Externalidades negativas del plan de negocio

- **Flora silvestre**

Importante dentro del ecosistema, es un recurso natural muy importante para la existencia del hombre, debido a que permite encaminar las políticas nacionales y locales a conservarla y darle un manejo sostenible, tal como sucede dentro de la reserva Paisajística Nor Yauyos cochas (RPNYC) que cuenta con más de 300 especies de flora inventaradas.

Durante las actividades dentro de la RPNYC provocará pequeños impactos adversos a la vegetación debido a que algunas personas no seguirán las señalizaciones indicadas.

Tabla 39. Lista con alguna de las especies de flora inventariadas por la RPNYC

N°	FAMILIA	ESPECIE
1	Agavaceae	Agave americano
2		Fourcraea andina
3	Amaranthaceae	Alternanthera macbridei
4	Loranthaceae	Ligaria
5		Tristerix
6	Malvaceae	Malva
7	Bigniniaceae	Delostoma dentatu
8	Polemoniaceae	Cantua buxifolia
9	Rosaceae	Polylepis incana
10	Genyianaceae	Gentianella carneorubra

Fuente: Ministerio del ambiente (2011)

- **Fauna silvestre**

La reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas cuenta con una amplia variedad de aves silvestres y en menor cantidad mamíferos, reptiles, peces y anfibios que lo hace atractivo y a su vez propenso a perturbaciones a su ambiente ejercidas por las actividades humanas. A continuación, las especies que habitan el lugar:

Tabla 40. Lista alguna de las especies pertenecientes a la fauna silvestre que habitan la RPNYC

N°	NOMBRE CIENTÍFICO
1	Nothoprocta ornata
2	Plegadis ridayi
3	Chloephaga melanoptera
4	Anas flavirotris
5	Iophonetta specularioides
6	Buteo polyosoma
7	Metriopelia melanoptera
8	Polyonymus caroli
9	Lagidium peruanum
10	Odocoileus peruvianus
11	Rhinella spinulosa
12	Liolaemus awlkeri
13	Hyaellidae Hyaella

Fuente: Ministerio del ambiente (2011)

Tabla 41. Mamíferos registrados por zonas de vegetación

Orden	Familia	Especie
Rodentia	Cricetidae	<i>Akodon</i> sp.
	Cricetidae	<i>Auliscomys pictus</i>
	Cricetidae	<i>Calomys sorellus</i>
	Cricetidae	<i>Neotomys ebriosus</i>
	Cricetidae	<i>Phyllotis andium</i>
	Chinchillidae	<i>Lagidium peruanum</i>
Chiroptera	Phyllostomidae	<i>Desmodus rotundus</i>
	Vespertilionidae	<i>Histiotus montanus</i>
Cetartodactyla	Cervidae	<i>Hippocamelus antisensis</i>
	Cervidae	<i>Odocoileus peruvianus</i>
	Camelidae	<i>Vicugna vicugna</i>
Carnivora	Canidae	<i>Lycalopex culpaeus</i>
	Mephitidae	<i>Conepatus chinga</i>

Fuente: Ministerio del ambiente (2011)

- **Aire**

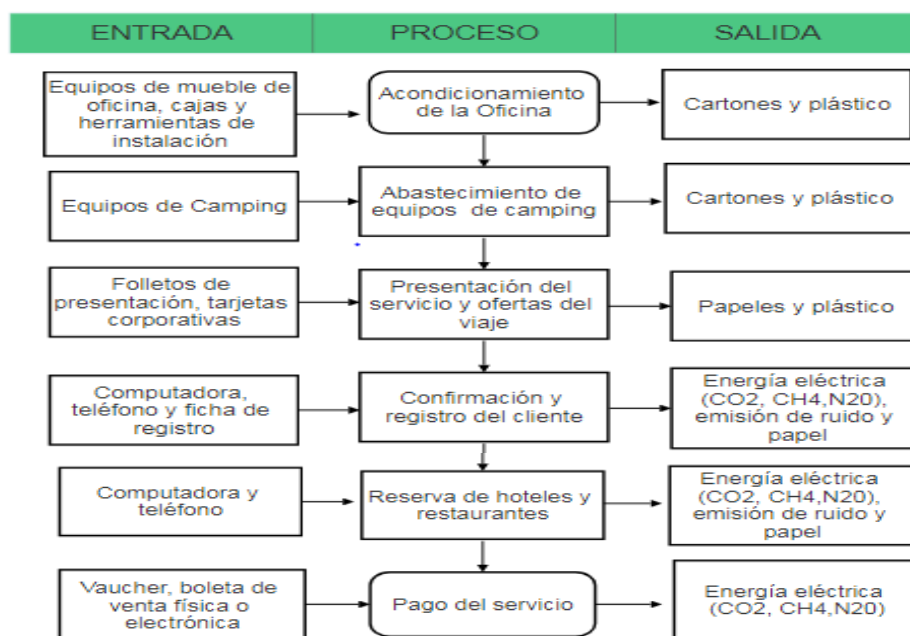
Con la actividad de transportar hacia a la RPNYC se emitirán gases de combustión provenientes de los vehículos de transporte lo cual generará un efecto adverso sobre la calidad de aire.

### 5.3. Matriz de identificación de entradas y salidas

Para identificar las entradas y salidas del proceso de cada servicio que se va brindar al cliente, se utilizó un flujograma que permitirá seleccionar con mayor facilidad las entradas de materia prima y salidas de residuos, emisiones y producto terminado.

Cabe mencionar que el agua es destinada para la limpieza de equipos, vehículos y superficies; y energía eléctrica, se utiliza durante los 3 procesos.

Gráfico 12. Acondicionamiento de la implementación de la oficina y la reserva de viajes



Fuente: Elaboración propia

#### Equipamiento de la instalación

**Acondicionamiento de la Oficina:** La persona quien va acondicionar la oficina deberá contar con equipos de seguridad. Los desperdicios de cada material (cartones y plástico) afectaran lo mínimo al factor ambiental.

**Abastecimiento de equipos de Camping:** Al respecto el factor ambiental será afectado directamente al suelo porque se dejarán posibles residuos como cartones, plásticos.

**Presentación del servicio:** Para poder dar a conocer nuestro servicio al público general es importante utilizar folletos, tarjetas de turismo: Por tal motivo, se generará desperdicios

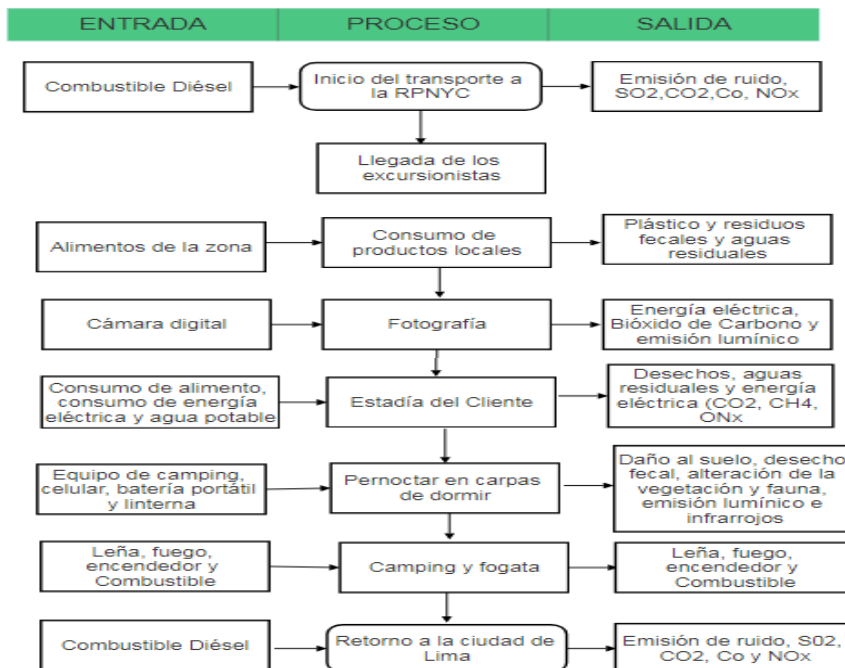
como: papeles, cartones, plásticos, etc. El factor ambiental (suelo) será afectada directamente.

**Confirmación y registro del cliente:** Al tener la respuesta positiva del cliente se registrará en nuestra base de datos. Para realizar este proceso se hará uso de computadoras, teléfono, energía eléctrica, etc. Lo que implicaría un impacto negativo en el ambiente porque al utilizar estos aparatos, la electricidad aumenta las emisiones de los gases tóxicos.

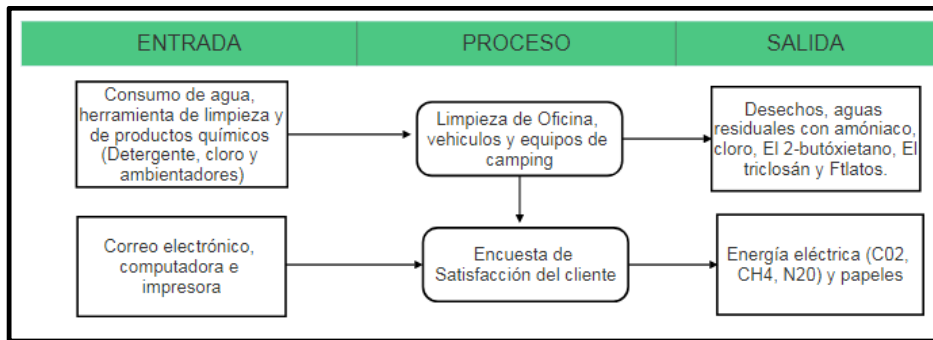
**Reserva de hoteles y restaurantes:** Después que el cliente haya confirmado y lo hayamos registrado. Reservará el hotel y el restaurante de acuerdo al paquete que eligió cada cliente. Para poder comunicarnos con los proveedores para la reserva se empleará el teléfono y la computadora. Al ser utilizados, incurrimos en un impacto negativo debido a los materiales con los que fueron fabricados, hechos de plásticos y tántalo.

**Pago del servicio:** Después que el cliente haya reservado su paquete de viaje realizará el pago del servicio. Para esta acción se va a necesitar boletas de venta física o electrónica. Consecuentemente Lo que va a generar alto consumo de electricidad y papel. Así que también afectará al medio ambiente.

Gráfico 13. Procedimiento del servicio







Fuente: Elaboración propia

**Inicio del Transporte a la RPNYC:** La agencia Kawsay trasladará a sus clientes en un vehículo de capacidad para 20 personas. Los vehículos tienen como combustible el Diésel, el cual estaría afectando el factor ambiental aire debido a que emite, gases de efecto invernadero; tales como el monóxido de carbono, los óxidos de nitrógeno, el dióxido de azufre.

**Consumo de productos locales:** Dentro de la RPNYC el factor aire, agua, flora y fauna se vería afectada por el consumo de alimentos que a su vez deja como restos desecho sólidos como (envolturas de alimentos, plásticos, botellas). Si no se maneja, controla y orienta de manera adecuada al visitante.

Según Dulce Montes, P. Del total de las 23 mil toneladas generadas diariamente en el Perú, solo el 10% son productos plásticos poliméricos, que nos son tratados ni reciclados, siendo vertidos en forma discriminada en calles, mares, lagos, ríos. (2018, pág.5)

**Estadía del Cliente:** Dependerá de la cultura ambiental de nuestros clientes, el factor ambiental agua, aire, suelo, flora y fauna se verían afectados debido a que los turistas consumirían alimentos, energía eléctrica, agua potable o podrían maltratar las plantas e invadir el hábitat de las especies.

**Fogatas:** Al realizar esta actividad se utilizará leña, encendedor y combustible, por ello el factor ambiental aire y suelo se encontrarán afectados, por medio de las propiedades que contiene un combustible y el encendedor, por otro lado, la combustión de la leña.

Tabla 42. Matriz de identificación de impactos ambientales

ASPECTOS AMBIENTALES  ACCIONES DEL PROYECTO		MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES														
		MEDIO FÍSICO						MEDIO BIÓTICO				SOCIOECONÓMICO Y CULTURAL				
		AIRE		SUELO		RECURSO HÍDRICO		FLORA		FAUNA		SOCIAL	ECONÓMICO		CULTURAL	
		Deterioro en la calidad de aire	Aumento en decibeles de ruido	Calidad del suelo por presencia de	Erosión de la zona de visita	Alteración del cause	Calidad de agua	Disminución del recurso hídrico	Estructura y composición florística	Pérdida de biodiversidad	Afectación de especies focales	Especies terrestres en peligro	Agotamiento del recurso natural	Potencial turístico y recreación	Cambio en las actividades económicas	Cambio en los ingresos de la población
FASE DE EQUIPAMIENTO	Acondicionamiento de la oficina															
	Abastecimiento de equipos de camping															
FASE DE PROCESO DEL SERVICIO - FUNCIONAMIENTO	Presentación del servicio															
	Confirmación y registro del cliente															
	Pago del servicio															
	Inicio del transporte a la RPNYC															
	Llegada de los incursionistas a la RPNYC															
	Consumo de productos locales															
	Estadía del turista															
	Pemoctan en carpas de dormir															
	Fogatas en sitios de visita															
	Limpieza de oficina, vehículos y equipo de camping															
POST SERVICIO	Encuesta de satisfacción de cliente															
				IMPACTOS POSITIVOS												
				IMPACTOS NEGATIVOS												

Fuente: Elaboración propia

## 5.4. Metodología utilizada

### Índice de riesgo ambiental (Matriz IRA)

La evaluación del riesgo consiste en medir a nivel de riesgos para los distintos factores que puedan presentarse en función de su probabilidad de existencia e intensidad en la que se manifiesten (Sánchez, 2015, p. 33).

Existe una amplia variedad de métodos utilizados para evaluar cada uno de los procesos que generan impacto dentro del proyecto. Es así que elegimos usar el método de Índice de riesgo ambiental debido a que se adapta mejor a nuestro plan de negocio.

Tabla 43. Función del índice de riesgo ambiental

Descripción	Alcance (AL)	Descripción	Frecuencia (IF)
Área de trabajo	1	Rara vez	1
Toda la planta	2	Anual	2
Áreas vecinas	3	Mensual	3
Comunidad	4	Semanal	4
Regiones	5	Diario	5

Índice de control (IC)	Criterio de significancia	Descripción
5	Muy baja	No posee documentación, ni procesos reconocidos ni asociados a aspectos ambientales. No hay entrenamiento, conocimiento del trabajador es por experiencia y empírico
4	Baja	Existen procedimientos no documentados, el entrenamiento del personal es incipiente, casi nulo.
3	Media	Existen procedimientos no documentados, el entrenamiento del personal es mínimo.
2	Alta	Existen procedimientos documentados, son satisfactorios, no se aplica a supervisión. El personal directo de operaciones ha sido entrenado, trabajan con responsabilidad.
1	Muy Alta	Completamente documentado mediante procedimientos y criterios operacionales que son conocidos por todos los trabajadores. Personal sensibilizado y consciente de su responsabilidad respecto a cumplimiento de procedimientos.

Índice de severidad (IS)	Criterio de significancia	Descripción
1	Muy Baja	Incidencia de impacto insignificante, casi no visible.
2	Baja	Impacto visible con incidencia insipiente.
3	Media	Presencia del impacto sin causar efectos sensibles.
4	Alta	Incidencia del impacto con nítida precisión, causantes de efectos sensibles en el medio ambiente.

Fuente: FAO (2019)

## Parámetros:

Parámetros	Descripción
<b>AL: Alcance</b>	Evaluación en espacio o radio de acción que genera impacto
<b>IF: Índice de frecuencia</b>	Frecuencia de ejecución de las actividades asociadas al aspecto ambiental
<b>IC: Índice de control</b>	Existencia de sensibilización de respecto a los procedimientos
<b>IS: Índice de severidad</b>	Grado de incidencia del impacto

Fuente: Adaptado de FAO (2019)

A partir de los parámetros ya visualizados se realiza el siguiente cálculo:

$$IRA = (IC + IF + AL) * IS$$

Si el resultado da un número mayor a 32 el riesgo es significativo. Por lo tanto, se tiene que mejorar ese proceso y de esa manera disminuir el impacto.

Tabla 44. Evaluación de riesgo ambiental

PROCESO/AREA	ACTIVIDAD DE PROCESO QUE GENERA EL ASPECTO	DESCRIPCION DEL ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	Evaluación del Riesgo Ambiental Base				IRA: Índice Riesgo Ambiental	Significativo SI/ NO
				IA: Alcance	IF: Frecuencia	IC: Control	IS: Severidad		
FASE DE EQUIPAMIENTO	Acondicionamiento de la oficina	Residuos de cartones y plástico	Calidad del suelo por presencia de desechos	1	1	2	1	4	NO
	Abastecimiento de equipos de camping	Residuos de papeles y cartones	Calidad del suelo por presencia de desechos	1	5	2	1	8	NO
FASE DE PROCESO DEL SERVICIO - FUNCIONAMIENTO	Presentación del servicio	Residuos de papel, consumo de energía	Agotamiento de recursos naturales	1	4	1	1	6	NO
	Confirmación y registro del cliente	Energía eléctrica, papel	Agotamiento de recursos naturales	1	4	1	1	6	NO
	Pago del servicio		Agotamiento de recursos naturales	1	4	1	1	6	NO
	Inicio del transporte a la RPNYC	Ruido, dióxido de carbono	Calidad del aire	4	4	1	4	36	SI
	Llegada de los incursionistas a la RPNYC	Ruido	Calidad del aire	3	4	1	3	24	NO
	Consumo de productos locales	Plástico, residuos fecales y aguas residuales	Agotamiento de recursos naturales	4	4	1	4	36	SI
	Estadía del turista	Desechos, aguas residuales, energía eléctrica	Especies terrestres en peligro	4	4	1	3	27	NO
	Pernoctar en carpas de dormir	Desechos fecales, alteración de la vegetación	Afectación especies focales	3	4	2	4	36	SI
Fogatas en sitios de visita	Carbón, humo, suelo infértil, emisión luminosa	Calidad de suelo	2	4	1	4	28	NO	
FASE DE POST SERVICIO	Limpieza de oficina, vehículos y equipo de camping	Desechos, aguas residuales	Calidad del agua	1	4	1	3	18	NO
	Encuesta de satisfacción de cliente	Energía eléctrica	Agotamiento de recursos naturales	1	3	1	3	15	NO

Fuente: Elaboración propia

De la tabla 44 llegamos a la conclusión que existen 3 procesos con un índice de riesgo que superaban lo permitido siendo así muy significativos en relación al impacto que causa en el ambiente.

### **5.5. Estrategias de programa de manejo ambiental**

Después de realizar el análisis respectivo de cada uno de los procesos y los impactos que generan al medio ambiente, se llega a la conclusión que debemos tomar medidas correctivas en aquellos procesos con alto índice de riesgo ambiental, los cuales afectan al aire, recursos naturales, y a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba.

#### **Acciones a aplicar para el manejo de contaminación del aire**

- Antes de cada viaje el guía ya capacitado se encargará de dar las pautas e indicaciones para que cada uno de los turistas tenga mucho cuidado y respete el área que visitará.
- Se brindará una bolsita de yute para que cada turista visitante deposite ahí sus residuos. Luego serán depositados en tachos de basura correctamente señalizados.
- Se controlará el uso del petróleo como combustible para los vehículos de transporte, alternándolo con vehículos de gas natural que es menos contaminante.
- Al momento de realizar fogatas dentro de la zona, evitaremos quemar basura o artículos de plástico. Se pondrán reglas y orientará para que los visitantes usen solo leña y tengan mayor cuidado con las áreas verdes.

## VI. ESTUDIO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

### 6.1. Ingresos del proyecto

El proyecto tiene una demanda ya descrita y que está relacionada a los ingresos de cada viaje mensual por persona. La oferta del proyecto al año 2024 proviene de la diferencia de la demanda proyectada con la demanda insatisfecha a la reserva paisajística Nor Yauyos cochas del año 2020 al 2024 (Ver tabla 14) concluyendo que se cubrirá un 23% de la demanda insatisfecha, para el servicio de operador de turismo.

El crecimiento anual que se estableció por la empresa operadora de turismo será de 5%, porcentaje determinado de acuerdo a la capacidad de nuestros vehículos.

Tabla 45. Pronóstico de ventas anual del servicio turístico en unidades

Año	2020	2021	2022	2023	2024
Cientes anuales	2790	2930	3076	3230	3391

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46 Preferencia anual por tipo de paquete turístico

Preferencia	2020	2021	2022	2023	2024
Paq 1 60%	1674	1758	1846	1938	2035
paq 2 40%	1116	1172	1230	1292	1357

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 46 observamos que el paquete turístico número 1 tiene un 60 % de preferencia y que el paquete turístico número 2 un 40% de preferencia, valor obtenido del resultado de la encuesta realizada pregunta 14.

Tabla 47 Ingresos anuales por tipo de paquete turístico.

Ingresos S/. Ambos paq.	2020	2021	2022	2023	2024
Con IGV	S/ 558,095.00	S/ 585,999.75	S/ 615,299.74	S/ 646,064.72	S/ 678,367.96
Sin IGV	S/ 457,637.90	S/ 480,519.80	S/ 504,545.78	S/ 529,773.07	S/ 556,261.73
IGV	S/ 100,457.10	S/ 105,479.96	S/ 110,753.95	S/ 116,291.65	S/ 122,106.23

Fuente: Elaboración propia

En la tabla número 47 se observa los ingresos a obtener por cada paquete turístico hasta el año 2024

Tabla 48 Detalle de ingresos anuales por paquete turístico.

		Año1												
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Ingresos (S/.)	S/ 49,500	S/ 28,710	S/ 49,500	S/ 45,540	S/ 41,580	S/ 39,600	S/ 73,080	S/ 78,155	S/ 43,560	S/ 26,390	S/ 29,700	S/ 52,780	S/ 558,095	
Número de cliente	250	145	250	230	210	200	360	385	220	130	150	260	2790	
Precio Paq 1	210	210	210	210	210	210	215	215	210	215	210	215		
60% Pref. Paq 1	150	87	150	138	126	120	216	231	132	78	90	156	1674	
Precio paq 2	180	180	180	180	180	180	185	185	180	185	180	185		
40% Pref. Paq 2	100	58	100	92	84	80	144	154	88	52	60	104	1116	

		Año2												
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Ingresos (S/.)	S/ 51,975	S/ 30,146	S/ 51,975	S/ 47,817	S/ 43,659	S/ 41,580	S/ 76,734	S/ 82,063	S/ 45,738	S/ 27,710	S/ 31,185	S/ 55,419	S/ 586,000	
Número de cliente	263	152	263	242	221	210	378	404	231	137	158	273	2930	
Precio Paq 1	210	210	210	210	210	210	215	215	210	215	210	215		
60% Pref. Paq 1	158	91	158	145	132	126	227	243	139	82	95	164	1758	
Precio paq 2	180	180	180	180	180	180	185	185	180	185	180	185		
40% Pref. Paq 2	105	61	105	97	88	84	151	162	92	55	63	109	1172	

		Año3												
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Ingresos (S/.)	S/ 54,574	S/ 31,653	S/ 54,574	S/ 50,208	S/ 45,842	S/ 43,659	S/ 80,571	S/ 86,166	S/ 48,025	S/ 29,095	S/ 32,744	S/ 58,190	S/ 615,300	
Número de cliente	276	160	276	254	232	221	397	424	243	143	165	287	3075.98	
Precio Paq 1	210	210	210	210	210	210	215	215	210	215	210	215		
60% Pref. Paq 1	165	96	165	152	139	132	238	255	146	86	99	172	1845.59	
Precio paq 2	180	180	180	180	180	180	185	185	180	185	180	185		
40% Pref. Paq 2	110	64	110	101	93	88	159	170	97	57	66	115	1230.39	

		Año4												
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Ingresos (S/.)	S/ 57,302	S/ 33,235	S/ 57,302	S/ 52,718	S/ 48,134	S/ 45,842	S/ 84,599	S/ 90,474	S/ 50,426	S/ 30,550	S/ 34,381	S/ 61,099	S/ 646,065	
Número de cliente	289	168	289	266	243	232	417	446	255	150	174	301	3230	
Precio Paq 1	210	210	210	210	210	210	215	215	210	215	210	215		
60% Pref. Paq 1	174	101	174	160	146	139	250	267	153	90	104	181	1938	
Precio paq 2	180	180	180	180	180	180	185	185	180	185	180	185		
40% Pref. Paq 2	116	67	116	107	97	93	167	178	102	60	69	120	1292	

Descripción	Año 5												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos (S/.)	S/ 60,168	S/ 34,897	S/ 60,168	S/ 55,354	S/ 50,541	S/ 48,134	S/ 88,829	S/ 94,998	S/ 52,947	S/ 32,077	S/ 36,101	S/ 64,154	S/ 678,368
Número de cliente	304	176	304	280	255	243	438	468	267	158	182	316	3391
Precio Paq 1	210	210	210	210	210	210	215	215	210	215	210	215	
60% Pref. Paq 1	182	106	182	168	153	146	263	281	160	95	109	190	2035
Precio paq 2	180	180	180	180	180	180	185	185	180	185	180	185	
40% Pref. Paq 2	122	70	122	112	102	97	175	187	107	63	73	126	1357

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 48 observamos a detalle el ingreso obtenido por la preferencia de cada paquete y su precio de venta para cada año. Se observa que en los meses de enero, marzo, julio, agosto y diciembre la afluencia de clientes aumenta, debido a que en esas fechas son las preferidas para viajar al interior de Lima según el estudio realizado por Prom Perú.



### 6.1.1. Costos

Por otro lado, Muñoz et al. (2017), El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o prestación de un servicio. Al determinar el Costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del Costo) más un margen de utilidad (p. 16).

#### Costos Fijos

Al respecto Muñoz et al. (2017), es aquel que se mantiene invariable a cualquier nivel de producción o de ventas y las características que ayuda a su identificación es que están dados o calculado en función al tiempo como: renta del local, sueldos administrativos, servicios públicos, amortizaciones, etc. (p.29).

#### Costos variables

Por otro lado, Muñoz et al. (2017) Los costos variables son aquellos que se modifican en proporción a los cambios en la base de actividad. Cuando la base de actividad es unidades producidas los Costos de materiales directos y de MOD por lo general se clasifican como costos variables (p.28).

Al tener claras las definiciones de los costos fijos y variables se logró hacer la clasificación siguiente:

Tabla 49 Costo total por paquetes turísticos

Costos Paq 1 S/.	2020	2021	2022	2023	2024
Con IGV	S/ 285,711.36	S/ 305,570.53	S/ 326,873.39	S/ 349,728.59	S/ 374,253.13
Sin IGV	S/ 234,283.32	S/ 250,567.84	S/ 268,036.18	S/ 286,777.44	S/ 306,887.57
IGV	S/ 51,428.05	S/ 55,002.70	S/ 58,837.21	S/ 62,951.15	S/ 67,365.56
Promedio inflación	1.03				

Costos Paq 2 S/.	2020	2021	2022	2023	2024
Con IGV	S/ 128,658.70	S/ 135,091.64	S/ 147,234.95	S/ 157,551.15	S/ 129,628.55
Sin IGV	S/ 105,500.14	S/ 110,775.14	S/ 120,732.66	S/ 129,191.95	S/ 106,295.41
IGV	S/ 23,158.57	S/ 24,316.49	S/ 26,502.29	S/ 28,359.21	S/ 23,333.14

Costos Ambos paq	2020	2021	2022	2023	2024
Con IGV	S/ 414,370.07	S/ 440,662.17	S/ 474,108.35	S/ 507,279.74	S/ 503,881.68
Sin IGV	S/ 339,783.45	S/ 361,342.98	S/ 388,768.85	S/ 415,969.39	S/ 413,182.98
IGV	S/ 74,586.61	S/ 79,319.19	S/ 85,339.50	S/ 91,310.35	S/ 90,698.70

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 49, se observa el resumen al año 2024 del costo total de cada paquete turístico. se clasifico los costos de acuerdo a su comportamiento ver anexo 7 y anexo 8.

El costo total anual del paquete 1 se obtuvo de multiplicar el costo unitario de la tabla del Anexo 7 por el número de clientes a atender de manera mensual. Ver tabla 48, lo mismo sucedió con el costo total del paquete 2 que se obtuvo de multiplicar el costo unitario de la tabla del anexo 8 por el número de clientes a atender de manera mensual ver tabla 48.

### **Capital de trabajo**

Menciona Mathuve D. (2015), la gestión del capital circulante es un ámbito muy delicado en la gestión financiera. Se trata de la decisión sobre el importe y la composición de los activos correspondientes y la financiación de estos activos (p. 2).

Tabla 50 Capital de trabajo

Capital de trabajo		66%
Costo de paquete 1	S/	17,788
Costo de paquete 2	S/	8,084
Sueldo de personal	S/	3,471.60
Servicios básicos	S/	717.85
Papelería	S/	25.61
Publicidad	S/	38.41
Total	S/	30,125
IGV	S/	5,422.54
SIN IGV	S/	24,702.68

Fuente: Elaboración propia

## **6.2. Inversión del proyecto**

### **Inversión**

Según Cadenas, Morillo y Rosales. (Como se citó en Parra y Calero, 2014, p. 89), una inversión es la renuncia o sacrificio de una satisfacción inmediata y cierta, a partir de la adquisición o uso de bienes y servicios, a cambio de la utilidad o esperanza de un beneficio futuro.

### **Inversiones en el sector Turístico**

Por otro lado, Cadenas, Morillo y Rosales. (Como se citó en Parra y Calero, 2014, p.90), [...] las inversiones productivas turísticas pueden clasificarse en inversiones de mantenimiento, remplazo, crecimiento, estratégicas (de accesibilidad, servicios de infraestructura y de equipamiento), e inversiones impuestas por legislaciones laborales, ambientales, entre otras.

La inversión del proyecto está representada por el capital de trabajo, activos fijos tangible e intangibles.

### **Inversión en activos fijos tangibles**

Los equipos están destinados para la oficina administrativa, y comercial.

Tabla 51 Inversión en equipos de oficina

<b>Equipos para oficina</b>				
Equipo	Ctd	Precio unid		Precio total
Ventilador	1	S/ 199.00		S/ 199.00
Televisión	1	S/ 399.00		S/ 399.00
				S/ 598.00

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 46 La inversión de los equipos para el área comercial será de un televisor y ventilador.

Tabla 52 Inversión en equipos de computo

<b>Equipos de computo</b>				
Equipo	Ctd	Precio unid		Precio total
Desktop	2	S/ 1,299.00		S/ 2,598.00
Impresora multifuncional	1	S/ 649.00		S/ 649.00
Parlantes	1	S/ 49.90		S/ 49.90
				S/ 3,296.90

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53 Inversión en mobiliarios

Mobiliario	Ctd	Precio unid		Precio total
Escritorio	3	S/ 489.90		S/ 1,469.70
Silla de oficina	3	S/ 59.90		S/ 179.70
Juego de sala	1	S/ 1,499.00		S/ 1,499.00
Mesa de centro	1	S/ 399.00		S/ 399.00
Tacho de basura	2	S/ 12.00		S/ 24.00
Rack	1	S/ 70.00		S/ 70.00
Alfombra	1	S/ 87.20		S/ 87.20
				S/ 3,728.60

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54 Inversión en equipos de limpieza

Equipos de Limpieza	Ctd	Precio	Precio total
Franelas	2	S/ 4.90	S/ 9.80
Toalla pequeña	1	S/ 9.90	S/ 9.90
Jabón de manos	1	S/ 6.90	S/ 6.90
Escoba	2	S/ 12.90	S/ 25.80
Recogedor	1	S/ 6.90	S/ 6.90
Papel higiénico	1	S/ 24.90	S/ 24.90
Desinfectante de pisos	1	S/ 7.10	S/ 7.10
Ambientador	1	S/ 9.50	S/ 9.50
			91.3

Fuente: Elaboración propia

TOTAL CON IGV	S/ 7,838.89
IGV	S/ 1,411.00
SIN IGV	S/ 6,427.89

### Inversión en activos fijos intangibles

Tabla 55 Inversión en instalación de servicios

Descripción	Costo en soles
Telefonía	S/ 20.00
Cable	S/ 20.00
Internet	S/ 20.00
Cableado y conexiones	S/ 50.00
Intalación de equipos de oficina	S/ 20.00
	S/ 130.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56 Inversión en posicionamiento de marca

Descripción	Costo en soles
Folleto	S/ 20.00
Participación en ferias	S/ 20.00
Tarjetas de presentación	S/ 35.00
Anuncios en redes sociales	S/ 50.00
Derecho de hosting (dominio de página web y correo electrónico)	S/ 240.00
	S/ 365.00

Fuente: Elaboración propia

## Inversión e trámites de constitución

Tabla 57 Inversión en trámites de constitución

Descripción	Costo en soles
Mínuta	S/ 1,500.00
Búsqueda de índice	S/ 4.00
Registro de nombre	S/ 18.00
Escritura Pública	S/ 1,300.00
Inscripción en Registros Públicos	S/ 90.00
Inscripción de Ruc	S/ -
Registro en el regimen general	S/ -
Legalizado de libros	S/ 50.00
Licencia de funcionamiento y asistencia técnica	S/ 115.00
Registro de marca	S/ 50.00
Apertura de cuenta de banco	S/ 40.00
<b>Total</b>	<b>S/ 3,167.00</b>

Fuente: Elaboración propia

TOTAL	S/ 3,662.00
IGV	S/ 659.16
SIN IGV	S/ 3,002.84

Tabla 58 Estado de ganancias y perdidas

Estado de Ganancias y Pérdidas					
	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas Netas	S/ 457,637.90	S/ 480,519.80	S/ 504,545.78	S/ 529,773.07	S/ 556,261.73
Costo de Ventas (sin IGV)	S/ 339,783.45	S/ 361,342.98	S/ 388,768.85	S/ 415,969.39	S/ 413,182.98
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>117,854</b>	<b>119,177</b>	<b>115,777</b>	<b>113,804</b>	<b>143,079</b>
Gastos Administrativos	S/ 36,556.61	S/ 36,599.86	S/ 36,642.30	S/ 36,685.18	S/ 36,728.49
Gastos de Ventas	S/ 48,704.92	S/ 48,769.78	S/ 48,833.45	S/ 48,897.77	S/ 48,962.74
<b>Utilidad Operativa EBITDA</b>	<b>32,593</b>	<b>33,807</b>	<b>30,301</b>	<b>28,221</b>	<b>57,388</b>
Depreciación + Amortización	S/ 3,393.89	S/ 3,393.89	S/ 3,393.89	S/ 2,294.93	S/ 2,145.43
Gastos Financieros	S/ 1,897.84	S/ 965.68	S/ 143.10	S/ -	S/ -
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>S/ 27,301.18</b>	<b>S/ 29,447.61</b>	<b>S/ 26,764.20</b>	<b>S/ 25,925.82</b>	<b>S/ 55,242.09</b>
Impuesto a la Renta	S/ 8,053.85	S/ 8,687.04	S/ 7,895.44	S/ 7,648.12	S/ 16,296.42
<b>Utilidad Neta</b>	<b>S/ 19,247.33</b>	<b>S/ 20,760.56</b>	<b>S/ 18,868.76</b>	<b>S/ 18,277.70</b>	<b>S/ 38,945.68</b>
Dividendos (%)		15%	15%	15%	15%
Dividendos para los accionistas		S/ 3,114.08	S/ 2,830.31	S/ 2,741.66	S/ 5,841.85
Reserva Legal					
<b>Utilidad / Pérdida Retenida</b>	<b>S/ 19,247.33</b>	<b>S/ 40,007.89</b>	<b>S/ 58,876.65</b>	<b>S/ 77,154.35</b>	<b>S/ 116,100.03</b>

Fuente: Elaboración propia

### 6.3. Financiamiento del proyecto

Al respecto Torres, Guerrero y Paradas, “Consiste en las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, mantenimiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa” (2017, p.288).

## Inversión total

Tabla 59 Inversión total

Activo Fijo Tangible	S/. 7,838.89
Activo Fijo Intangible	S/. 3,662.00
Capital de Trabajo	S/. 22,822.14
<b>Total</b>	<b>S/. 34,323.03</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 59 observamos que la inversión total para los activos fijos, tangibles y capital de trabajo es de S/. 34,323.03.

Tabla 60 Tipo de financiamiento

Tipo de Financiamiento	Activos (%)	Activos (S/.)	Total	Total (%)
Aporte Propio	58%	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	58%
Financiamiento	42%	S/. 14,323.03	S/. 14,323.03	42%
<b>Total</b>		<b>S/. 34,323.03</b>	<b>S/. 34,323.03</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 60 observamos que el aporte realizado por los socios será de 20 000 soles, pero se solicitará un financiamiento de S/. 14,323.03 soles. Para ello se analizó las siguientes entidades bancarias.

Tabla 61 Financiamiento para activos fijos

Institución Bancaria	Compartamos	Crediscotia	Mi Banco
Monto Mínimo	1000	1500	300
Monto Máximo	50000	120000	300000
Plazo Máximo	6 años	5 años	5 años
TEA MÍNIMA	20.13%	21%	14.97%
TEA MÁXIMA	94.27%	77%	90.12%
Requisitos	6 meses de experiencia en rubro, documentos que acrediten propiedad	Contrato de alquiler, estado de cuenta de préstamos vigentes	6 meses de experiencia en rubro, Documentos del negocio, no tener deudas morosas

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 60 se realizó un cuadro comparativo con tres diferentes financieras, concluyendo que la institución financiera mi banco es la que brinda mayores facilidades para obtener un préstamo.

Tabla 62 Simulación de cronograma de pagos



Nº	FECHA PAGO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA SIN IIF	CUOTA
		14323.03				
1	27/02/2020	14044.67	278.36	299.24	577.6	577.6
2	27/03/2020	13629.96	414.71	162.89	577.6	577.6
3	27/04/2020	13221.41	408.55	169.05	577.6	577.6
4	27/05/2020	12802.47	418.94	158.66	577.6	577.6
5	26/06/2020	12378.5	423.97	153.63	577.6	577.6
6	30/07/2020	11969.39	409.11	168.49	577.6	577.6
7	27/08/2020	11525.8	443.59	134.01	577.6	577.6
8	28/09/2020	11095.79	430.01	147.59	577.6	577.6
9	27/10/2020	10646.88	448.91	128.69	577.6	577.6
10	27/11/2020	10201.33	445.55	132.05	577.6	577.6
11	28/12/2020	9750.26	451.07	126.53	577.6	577.6
12	27/01/2021	9289.67	460.59	117.01	577.6	577.6
13	26/02/2021	8823.55	466.12	111.48	577.6	577.6
14	26/03/2021	8344.74	478.81	98.79	577.6	577.6
15	27/04/2021	7874	470.74	106.86	577.6	577.6
16	27/05/2021	7390.89	483.11	94.49	577.6	577.6
17	28/06/2021	6907.93	482.96	94.64	577.6	577.6
18	30/07/2021	6418.79	489.14	88.46	577.6	577.6
19	27/08/2021	5913.05	505.74	71.86	577.6	577.6
20	27/09/2021	5408.79	504.26	73.34	577.6	577.6
21	27/10/2021	4896.1	512.69	64.91	577.6	577.6
22	26/11/2021	4377.26	518.84	58.76	577.6	577.6
23	27/12/2021	3853.95	523.31	54.29	577.6	577.6
24	27/01/2022	3324.15	529.8	47.8	577.6	577.6
25	28/02/2022	2789.12	535.03	42.57	577.6	577.6
26	28/03/2022	2242.75	546.37	31.23	577.6	577.6
27	27/04/2022	1692.06	550.69	26.91	577.6	577.6
28	27/05/2022	1134.77	557.29	20.31	577.6	577.6
29	27/06/2022	571.24	563.53	14.07	577.6	577.6
30	01/08/2022	0	571.24	8.01	579.25	579.25
			14323.03	3006.62		17329.65

Fuente: Adaptado de Mi Banco

En la tabla 62 se observa la simulación realizada por el banco de crédito Mi banco para un capital de 17533.84 soles en un plazo de 30 meses, con una cuota mensual de 577.6 soles

#### 6.4. Punto de equilibrio

Según Kampf, Majerčák, & Švagr (como se citó en Mazón, Villao, Nuñez, Serrano, 2016, p. 3) es el nivel de producción donde los ingresos totales de producción son igual a los costos totales, es decir no hay ganancias ni pérdidas.

Para calcular el punto de equilibrio de cada paquete turístico en unidades se realizó con la siguiente fórmula:

$$Q_e = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Margen de contribución ponderada}}$$

$Q_e$  = Volumen de ventas cuando la utilidad es 0.

En unidades monetarias el punto de equilibrio se determinó multiplicando la cantidad de equilibrio a vender de cada paquete por su precio de venta.

Se clasificó en costos fijos y variables para determinar el punto de equilibrio, de manera que la cantidad a vender y el ingreso a obtener no genere ganancias o pérdidas.

Tabla 63 Clasificación de costos

	<b>Costos mensuales</b>	
<b>Costos Fijos</b>		
Transporte (VAN)	S/	5,450.00
Otros gastos	S/	104.70
Guía	S/	980.00
Gastos administrativos	S/	2,473.86
Gastos de ventas	S/	3,970.79
<b>Total</b>	S/	<b>12,979.35</b>
<b>Costos Variables</b>		
KITS de viaje	S/	1.35
Pago de entrada	S/	10.00
Equipos de camping	S/	5.00
Pago por derecho de acampar	S/	10.00
Leña para fogata	S/	5.00
Hospedaje	S/	35.00
Desayuno y almuerzo	S/	13.00
<b>Total</b>	S/	<b>79.35</b>
CVu llapam (hotel)	S/	59.35
CVu Aventrurero (camping)	S/	31.35

Fuente: Elaboración propia



Tabla 64 Cantidad de equilibrio de a vender de cada paquete al mes

Paquete	Precio de venta unidad	Costo variable unitario	Contribucion marginal unitaria	% de participacion en ventas	Contribucion Marginal pondera	Cantidad a equilibrio general	Cantidad a equilibrio a vender unit	Cantidad de equilibrio monetario	Costo fijo mensual
CVu Ilapam (hotel)	200	59.35	141	60%	84	93	56	S/ 11,137.44	S/ 7,832.16
CVu Aventurero (camping)	170	31.35	139	40%	55		37	S/ 6,311.22	S/ 5,147.19
Total		90.71	279.29	100%	139.85	93	92.81	S/ 17,448.66	S/ 12,979.35

Fuente: Elaboración propia

Se obtuvo la contribución marginal unitaria de cada paquete turístico restando el precio de venta con el costo variable unitario. Para obtener la contribución marginal ponderada se multiplicó la contribución marginal unitaria por el porcentaje de preferencia de cada paquete.

La cantidad de equilibrio a vender son 93 paquetes turísticos. Para el paquete 1 Llapam se deberá vender 56 paquetes y para el paquete 2 Aventurero 37 paquetes.

$$Qe = \frac{12657}{139,85} = 93$$

Cantidad de paquetes unitarios para el paquete 1

$$Qe_{paquete\ 1} = 93 \times 60\%$$

$$Qe_{paquete\ 1} = 56$$

Cantidad de paquetes unitarios para el paquete 2

$$Qe_{paquete\ 2} = 93 \times 40\%$$

$$Qe_{paquete\ 2} = 37$$

Cantidad de equilibrio en unidades monetarias para el paquete 1

$$Qe(s/. )_{paquete\ 1} = 56 \times 200$$

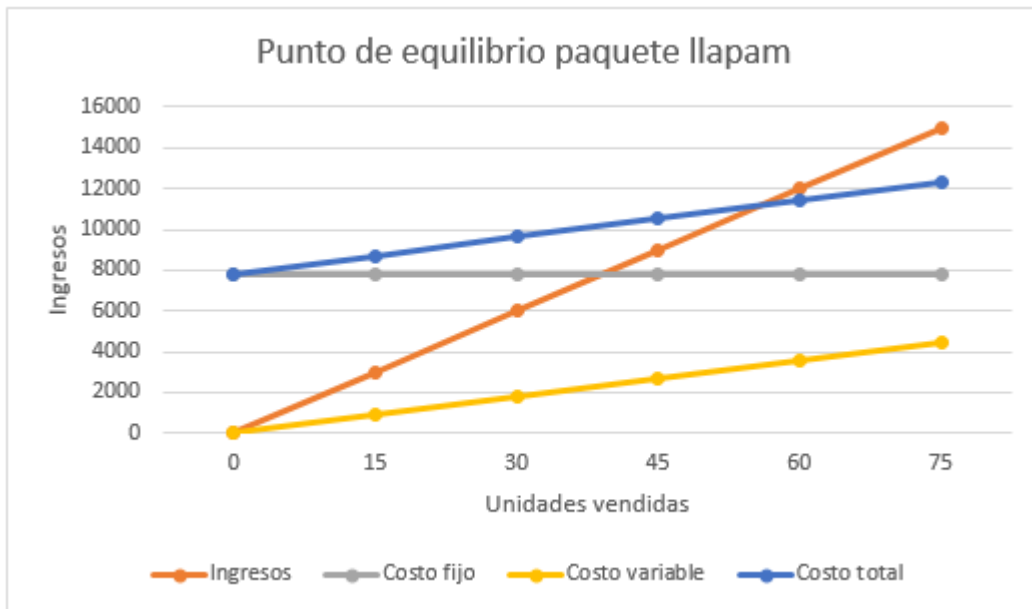
$$Qe(s/. )_{paquete\ 1} = S/.11,137.44$$

Cantidad de equilibrio en unidades monetarias para el paquete 2

$$Qe(s/. )_{paquete\ 2} = 37 \times 170$$

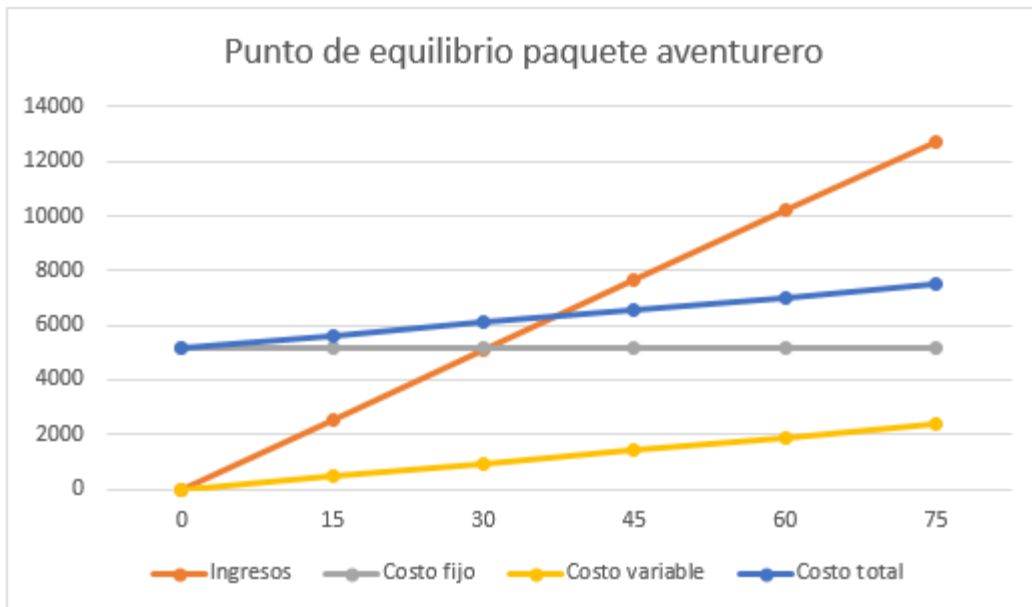
$$Qe(s/. )_{paquete\ 2} = S/ 6,311.22$$

Gráfico 14 Punto de equilibrio para el paquete Llapam



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15. Punto de equilibrio para el paquete aventurero



Fuente: Elaboración propia

## VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

### 7.1. Flujos de caja

El flujo de caja es la entrada y salida de efectivo de la compañía y se clasifican en flujo de **caja financiero** y flujos de **caja económico**. Existe diferencia entre ellos, los primeros muestran egresos de amortizaciones e interés del financiamiento y el segundo no. También se proyectan a través de los años (Año 1, Año 2, Año 3..., etc. (Moyano, 2015, p. 90).

### 7.2. Flujo de caja económico y financiero

En el flujo de caja económico y financiero se considera el IGV como egreso y se obtiene de restar el IGV de ventas con el IGV de compras.

Tabla 65 Modulo de IGV

	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Ventas</b>						
IGV de ingresos		100,457	105,480	110,754	116,292	122,106
IGV por recuperación de capital de trabajo						5,423
<b>Total IGV Ventas</b>		<b>100,457</b>	<b>105,480</b>	<b>110,754</b>	<b>116,292</b>	<b>127,529</b>
<b>Compras</b>						
<b>Inversiones</b>						
IGV activos fijos tangibles	S/ 1,411.00					
IGV activos fijos intangibles	S/ 659.16					
IGV capital de trabajo	S/ 5,422.54					
<b>Operaciones</b>						
Costo Paq 1		S/ 51,428.05	S/ 55,002.70	S/ 58,837.21	S/ 62,951.15	S/ 67,365.56
Costo Paq 2		S/ 23,158.57	S/ 24,316.49	S/ 26,502.29	S/ 28,359.21	S/ 23,333.14
IGV gastos administrativos		S/ 925.60	S/ 935.09	S/ 944.41	S/ 953.82	S/ 963.33
IGV gastos de ventas		S/ 1,388.40	S/ 1,402.64	S/ 1,416.61	S/ 1,430.73	S/ 1,444.99
<b>Total IGV Compras</b>	<b>7,493</b>	<b>76,901</b>	<b>81,657</b>	<b>87,701</b>	<b>93,695</b>	<b>93,107</b>
Diferencia	-7,493	23,556	23,823	23,053	22,597	34,422
Crédito Fiscal	7,493	0	0	0	0	0
<b>IGV por pagar</b>		<b>16,064</b>	<b>23,823</b>	<b>23,053</b>	<b>22,597</b>	<b>34,422</b>

Fuente: Elaboración propia

Para elaborar flujo de caja económico y financiero se consideró la amortización y el interés del préstamo. Se obtuvo el resultado del primer año S/. 25.101, entre la resta del “Flujo de caja Económico y el Flujo de caja Financiero Neto”. También aplica para los siguientes años (5 años).

Tabla 66 El Flujo de Caja económico y Financiero

		2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL
Saldo inicial			25,101	18,189	18,938	20,573	
Ingresos							
Ingresos por ventas		S/ 558,095.00	S/ 585,999.75	S/ 615,299.74	S/ 646,064.72	S/ 678,367.96	S/ 3,083,827.17
Recuperación de capital de trabajo						S/ 24,702.68	
<b>Total de ingresos</b>		<b>S/ 558,095.00</b>	<b>S/ 585,999.75</b>	<b>S/ 615,299.74</b>	<b>S/ 646,064.72</b>	<b>S/ 703,070.64</b>	<b>S/ 3,108,529.85</b>
Egresos							
Inversión en activos fijos Tangible	S/ 7,838.89						
Inversión en activos intangibles	S/ 3,662.00						
Capital de trabajo	S/ 30,125.22						
Costo Paq 1		S/ 285,711.36	S/ 305,570.53	S/ 326,873.39	S/ 349,728.59	S/ 374,253.13	S/ 1,642,137.01
Costo Paq 2		S/ 128,658.70	S/ 135,091.64	S/ 147,234.95	S/ 157,551.15	S/ 129,628.55	S/ 698,165.00
Gastos administrativos		S/ 37,482.21	S/ 37,534.95	S/ 37,586.71	S/ 37,639.00	S/ 37,691.82	S/ 187,934.69
Gastos de ventas		S/ 50,093.32	S/ 50,172.42	S/ 50,250.06	S/ 50,328.50	S/ 50,407.73	S/ 251,252.03
IGV por pagar		S/ 16,063.79	S/ 23,823.04	S/ 23,053.43	S/ 22,596.75	S/ 34,421.75	S/ 119,958.76
Impuesto a la renta		S/ 8,053.85	S/ 8,687.04	S/ 7,895.44	S/ 7,648.12	S/ 16,296.42	S/ 48,580.86
<b>Total de egresos</b>	<b>S/ -41,626.11</b>	<b>S/ 526,063.24</b>	<b>S/ 560,879.62</b>	<b>S/ 592,893.99</b>	<b>S/ 625,492.10</b>	<b>S/ 642,699.40</b>	<b>S/ 2,948,028.34</b>
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>S/ -41,626.11</b>	<b>S/ 32,031.76</b>	<b>S/ 25,120.13</b>	<b>S/ 22,405.75</b>	<b>S/ 20,572.63</b>	<b>S/ 60,371.24</b>	<b>S/ 160,501.51</b>
Préstamos							
Préstamos	S/ 14,323.03						
Aporte Inicial							
Amortizaciones		S/ 5,033.36	S/ 5,965.52	3,324			S/ 14,323.03
Interés		S/ 1,897.84	S/ 965.68	143			S/ 3,006.62
Escudo Tributario							
<b>Flujo de Caja Financiero Neto</b>	<b>41,626</b>	<b>6,931</b>	<b>6,931</b>	<b>3,467</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>17,330</b>
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-27,303.08</b>	<b>25,101</b>	<b>18,189</b>	<b>18,938</b>	<b>20,573</b>	<b>60,371</b>	

Fuente: Elaboración propia

En resumen, el flujo de caja tendrá un resultado positivo desde el primer año, tomando en cuenta que la evaluación se hace en un periodo de 5 años por ser una inversión relativamente accesible y no requiere de maquinarias, por lo que la depreciación de los activos es normal.

Cabe resaltar que la proyección de las ventas se hace teniendo como base la acogida de visitantes hacia a la RPNYC y entrevistando al gerente de unos de nuestros competidores. El crecimiento anual de los clientes es de 5 % y los ingresos se obtiene los 2 tipos de paquetes y teniendo en cuenta que el paquete con un 40% de acogida es el básico y el lujoso con un 60%.

### 7.3. Determinación de la tasa de descuento

La tasa de descuento es para descontar el dinero futuro. Es muy utilizada al momento de evaluar proyectos de inversión pública y privada. También nos indica cuánto vale ahora el dinero de una fecha futura. (Vázquez, 2019, párr.2).

Para el cálculo de la tasa de descuento se utilizó el guía de valoración de los activos financieros CAPM, logrando el Beta de la página web (by Sector US), en relación a la industria recreativa en Estados Unidos, ya que es una industria que tiene trayectoria desde el punto de vista del riesgo sistemático por lo que se consideró como base para nuestro

proyecto aplicado en Lima. Asimismo, se utiliza una tasa de libre de riesgo a 10 años en dólares y el rendimiento del mercado de Estados Unidos. Asimismo, se utiliza una tasa de riesgo del país que fue obtenido de la fuente del ámbito economico.com.

Las tasas de descuento se identifican de acuerdo al tipo de financiamiento, con su respectiva formula.

### **Financiamiento con fondos ajenos.**

Costo de la deuda (Kd)

La unidad de deuda está relacionada con los activos que son financiados mediante acreedores, entre los que se encuentran bonos, obligaciones financieras de corto y largo plazo, financiación con proveedores. Para el cálculo del costo solo se emplea las deudas que de forma evidente contiene una tasa de interés, teniendo en cuenta los beneficios fiscales del endeudamiento.

Se calculó con la siguiente ecuación:

Dónde:

Kd: Costo de la deuda

i: La tasa de interés aplicada por la financiación

IR: Impuesto a la renta

El costo real de la deuda considera la tasa de interés de los bancos (kd) y se considera la tasa impositiva (IR) el impuesto a la renta, la fórmula es la siguiente (2014, p. 285).

$$Kd = kd (1 - IR)$$

Kd es la rentabilidad exigida por las entidades financieras. La tasa de interés de la entidad financiera llamada Mi Banco es de (15.39%) y el impuesto a la renta es (29.50%).

Tabla 67 Costo real de la deuda Kd

	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Kd = Costo real de la deuda</b>	10.85%	10.85%	10.85%	10.85%	10.85%

Fuente: Elaboración propia (2019)

La rentabilidad exigida por los que aportan recursos ajenos es 10.85%.

### Financiamiento con fondos propios

Costo del patrimonio (COK)

$$COK = R_f + \beta(R_m - R_f) + R_p$$

El costo de patrimonio o costo de oportunidad del inversionista se calcula mediante el método CAPM

Tabla 68 Variables para calcular el COK mediante el método CAMP

Variable	Fuente	Valor
B desajustado	Beta del sector recreación	0.81
Rf: Tasa libre de riesgo	Rentabilidad que se obtendría de un bono del tesoro americano a 10 años	2.49%
Rm: Rendimiento del mercado	Índice S&P 500 USA y se ajusta al Riesgo BVL	12.50%
Rp: Riesgo país	Probabilidad de que Perú incumpla sus obligaciones en moneda extranjera	1.24%

Fuente: Elaboración propia (2019)

**Coefficiente Beta:** Se considera a la beta del negocio como el riesgo de la industria que debe estar ajustado al porcentaje de deuda, patrimonio. El valor se obtiene a partir del  $\beta$  desajustado que es 0.81.

El  $\beta$  ajustado al porcentaje de la deuda patrimonio se obtuvo con la siguiente fórmula

$$\beta_{ajustado} = \beta_{desajustado} * (1 + (\frac{\%D}{\%P}) * (1 - IR))$$

Teniendo los valores se halló el  $\beta$  ajustado de 0.95, que representa el riesgo de la industria.

Tabla 69 Beta ajustado de la industria

	2020	2021	2022	2023	2024
Beta ajustado	0.95	0.84	0.81	0.81	0.81

Fuente: Elaboración propia (2019)

La deuda en el primer año representa a la deuda amortizada y el patrimonio representa la inversión propia más la utilidad neta del primer año. Se calculó que el porcentaje de la deuda en el primer año es 19% % y el porcentaje del patrimonio es 81%, de acuerdo a la proporción que representa respecto al total.

Tabla 70 Participación de la deuda patrimonio

	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Deuda</b>	14,323	9,290	3324	0	0	0
<b>Patrimonio</b>	20,000	39,247	60,008	78,877	97,154	136,100
<b>Total</b>	34,323	48,537	63,332	78,877	97,154	136,100
<b>%deuda</b>	42%	19%	5%	0%	0%	0%
<b>%patrimonio</b>	58%	81%	95%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia (2019)

### Tasa libre de riesgo

La tasa libre de riesgo viene a ser el promedio de los años de rendimiento de bonos del tesoro Estado Unidense (2.49%) que representa el porcentaje de incumplir el pago de inversión.

Tabla 71 Tasa libre de riesgo Rf

Año	Rendimiento de bonos del tesoro de EE.UU
31/10/16	2.32%
31/10/17	
31/10/17	2.82%
31/10/18	
31/10/18	2.33%
31/10/19	
<b>Promedio</b>	2.49%

Fuente: Adaptado de U.S Department of the treasury (2019)

### Riesgo país Rp

Para hallar Rp se considera el promedio de los dos últimos años obteniendo un promedio de 1.24% con respecto a las inversiones de la moneda extranjera.

Tabla 72 Riesgo país Rp

Año	Promedio riesgo país
01/06/17 31/12/17	1.42%
01/01/18 31/12/18	1.20%
01/01/19 31/05/19	1.10%
Promedio	1.24%

Fuente: Adaptado de Ambito.com (2019)

### Rendimiento del mercado Rm

El rendimiento del mercado se obtuvo de la página S&P 500 de un promedio de 500 empresas dando así un total de 12.50%

Para el caso de estudio es necesario tener el costo de oportunidad en soles. Para lo cual emplearemos la siguiente formula.

$$\% \text{ Devaluación abs} = \left| \frac{\frac{1}{Tc_n}}{\frac{1}{Tc_{n-1}}} - 1 \right|$$

### Porcentaje de devaluación abs

Después de realizar el análisis se obtiene un porcentaje de devaluación de 0.36%

Tabla 73 Porcentaje de devaluación abs

Tipo de cambio 30-10-18	3.347	0.30
Tipo de cambio 30-10-19	3.359	0.30
% Devaluación		-0.36%
% Devaluación absoluto		0.36%

Fuente: Elaboración propia (2019)



Obtenido el porcentaje de devaluación se realizó la conversión de la tasa de 13.19% debido a que se trabaja con soles; habiéndose hallado el COK soles con la siguiente fórmula.

$$COK \text{ soles} = (1 + COK \text{ dolares}) * (1 + \% \text{Devaluación abs}) - 1$$

Tabla 74 Costo de oportunidad COK

	2020	2021	2022	2023	2024
COK dólares	13.19%	12.15%	11.84%	11.84%	11.84%
COK soles	13.60%	12.56%	12.24%	12.24%	12.24%

Fuente: Elaboración propia (2019)

De la tabla 74 se deduce que el negocio exige un retorno mínimo de 13.60% para llevarse a cabo

### 6.1.1. Financiado con fondos ajenos y propios

Costo de Capital (WACC)

Costo de Capital también se define como el costo de la empresa, implica poseer activos, como cifra es el costo promedio ponderado de las diferentes fuentes que la empresa utiliza para financiar sus activos (Restrepo y Jiménez, como se citó en Cruz, 2017, p. 172).

Para calcular el costo de la empresa (WACC), se deduce el costo de la financiación que utiliza la empresa, es decir, el promedio de los rendimientos exigidos por los accionistas y los prestamistas de fondos o en otras palabras la medida ponderada de los costos de las fuentes de financiación que financian el capital invertido (Armendáriz, 2012, p. 82).

Para hallar se utilizó la siguiente fórmula:

$$WACC = \underbrace{Kd * \frac{D}{D + E} * (1 - t)}_{\text{Deuda}} + \underbrace{Ke * \frac{E}{D + E}}_{\text{Capital}}$$

Dónde:

WACC: Costo de la empresa

Kd: Costo de la deuda

D: Deuda a Largo Plazo

E: Patrimonio

t: Tasa impositiva

Tabla 75 Costo promedio ponderado de capital WACC

	2020	2021	2022	2023	2024
WACC	13.07%	12.47%	12.24%	12.24%	12.24%

Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo a la tabla 75 el rendimiento mínimo que la empresa debe tener es de 13.07% para financiarse con fondos ajenos

#### 7.4. Indicadores de rentabilidad

##### Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor presente de los flujos de efectivo netos de propuesta. Calculada por los flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos. Para renovar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento (Roberto, 2014, p. 69).

Para el cálculo se utilizó la siguiente ecuación:

$$\text{VAN} = \left[ \sum_{t=1}^n \text{FE}(t) * (1 + i)^{(0-t)} \right] + I_0$$

Dónde:

VAN: Valor Actual Neto

FE (t): Flujo de efectivo neto del periodo t

i: Tasa de expectativa o alternativa/oportunidad

n: número de periodos de vida útil del proyecto

I<sub>0</sub>: inversión inicial

Tabla 76. Tasa de descuento según el tipo de evaluación

Tipo de Evaluación	Flujo de Caja	Tasa de descuento	Tipo de VAN
Evaluación económica	Flujo de caja económica	WACC	VANE
Evaluación financiera	Flujo de caja financiero	COK	VANF

Fuente: Elaboración propia (2019)

La tasa de descuento del flujo económico es el costo promedio ponderado de capital; y la tasa de descuento del flujo financiero es el costo de oportunidad del inversionista (Andía, 2014, 305-306 pp.).

Tabla 77. VANE Y VANF

VALOR ACTUAL NETO (VAN)		
Valor actual neto económico	VAN E	S/ 67,103.07
Valor actual neto financiero	VAN F	S/ 66,081.30

Fuente: Elaboración propia (2019)

De la tabla 77 se observa que el VANE es de S/ 67,103.07 y que después de haber analizado la proyección a cinco años, vendría a ser un excedente adicional por la inversión realizada. Y el VANF siendo un total de S/ 66,081.30 es el excedente adicional percibido por el inversionista.

Al ser mayor el VANE en comparación al VANF, se llega a la conclusión que el uso de la deuda no incrementa la rentabilidad del proyecto.

### Tasa interna de retorno (TIR)

Por otro lado, la Tasa interna de rendimiento/retorno es considerada una cifra interna o intrínseca del proyecto que, mide el rendimiento del dinero mantenido en el proyecto, y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo (Roberto, 2014, p.70).

Para el cálculo se requiere considerar a la TIR como incógnita en la ecuación del VAN, ya que ella tiene la particularidad de ser la única tasa que hace que el resultado de aquel sea igual a 0:

$$\sum_{t=0}^n FE / (1 + TIR)^t = VAN = 0$$

Dónde:

TIR: Tasa Interna de Rendimiento/Retorno

VAN: Valor Actual Neto

FE (t): Flujo de efectivo neto del periodo t

n: número de períodos de vida útil del proyecto

Teniendo en cuenta la tasa de descuento correspondiente la TIR se interpreta de la siguiente manera:

TIR > TMAR, en este caso es recomendable realizar la inversión.

TIR = TMAR, el proyecto rinde lo requerido

TIR < TMAR, el proyecto no rinde lo mínimo establecido

#### TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Tasa interna de retorno (Económico)	TIR E	64%
Tasa interna de retorno (Financiero)	TIR F	82%

#### Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El PRI es el tiempo estimado para recuperar el capital invertido para iniciar el negocio.

Después de realizado el análisis se conoce que el PRI es de 1 año, 5 meses y 18 días.

Tabla 78 Periodo de recuperación de inversión

#### PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Detalle	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo de caja financiero	-27,303	25,101	18,189	18,938	20,573	60,371
VAN		22096.45	16012.02	16671.88	18110.43	53145.81
Acumulado		-5,206.64	8,889.01	21,809.01	34,164.09	66,081.30

Año	1.47
Meses	5.60
Días	18.06
Periodo de recuperación	1 año 5 Meses y 18 días

Fuente: Elaboración propia (2019)

### **Indicador de costo beneficio**

El indicador de costo beneficio se obtiene de dividir los costos del proyecto entre los beneficios económicos (egresos/ingresos proyectados) y refleja la rentabilidad del proyecto. Cuánto es que se gana por cada sol invertido.

La interpretación del indicador costo beneficio es si:

El proyecto es viable si  $C/B > 1$

El proyecto es indiferente si  $C/B = 1$

El proyecto no es viable si  $C/B < 1$

El proyecto genera beneficio debido a que la relación es mayor a 1.

#### **RATIO DE BENEFICIO COSTO**

Beneficios descontados	2153263.50
Costos descontados	2002908.22
Ratio de C/B	1.075

Llegando a la conclusión que por cada sol invertido se obtiene 0.075 soles.

### **7.5. Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad calcula la magnitud del cambio de uno o más factores que afectaría un cambio en la decisión.

Por medio del análisis de sensibilidad se puede calcular cuánto es que se afecta un indicador de rentabilidad (VAN o TIR), ante cambios en determinados factores de la iniciativa del negocio, con el objetivo de hallar los límites máximos de alteración de factores que mantenga la decisión de realizar un negocio rentable financieramente (Núñez, 2015, p. 118).

A continuación, se realizó el análisis de sensibilidad para las siguientes variables; precio (Paq1 y Paq 2), costo (Paq1 y Paq 2) y sueldo de personal. Todas las variables se simulaban en los escenarios optimista, realista y pesimista.

Tabla 79 Variables empleadas para el análisis de sensibilidad

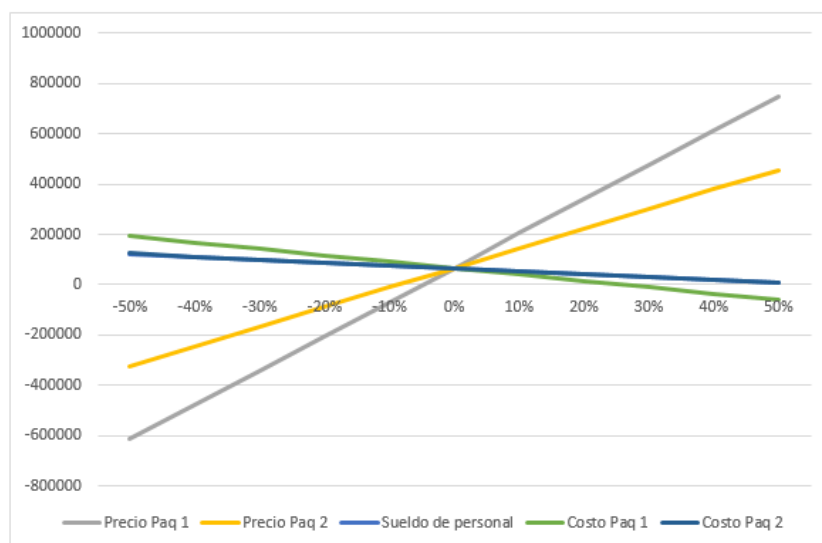
% variación	Precio Paq 1	67,103.07	% variación	Precio Paq 2	67,103.07	% variación	Sueldo de personal	67103.07
-50%	106	-613378	-50%	91	-322365	-50%	16170	123880
-40%	127	-477282	-40%	109	-244471	-40%	19404	112524
-30%	148	-341185	-30%	127	-166578	-30%	22638	101169
-20%	170	-205089	-20%	146	-88684	-20%	25872	89814
-10%	191	-68993	-10%	164	-10791	-10%	29106	78458
0%	212	67103	0%	182	67103	0%	32340	67103
10%	233	203199	10%	200	144997	10%	35574	55748
20%	254	339295	20%	218	222890	20%	38808	44392
30%	276	475392	30%	237	300784	30%	42042	33037
40%	297	611488	40%	255	378677	40%	45276	21682
50%	318	747584	50%	273	456571	50%	48510	10326

% variación	Costo Paq 1	67,103.07	% variación	Costo Paq 2	67103.07
-50%	142856	193446	-50%	64329	123996
-40%	171427	168177	-40%	77195	112618
-30%	199998	142909	-30%	90061	101239
-20%	228569	117640	-20%	102927	89860
-10%	257140	92372	-10%	115793	78482
0%	285711	67103	0%	128659	67103
10%	314282	41835	10%	141525	55724
20%	342854	16566	20%	154390	44346
30%	371425	-8703	30%	167256	32967
40%	399996	-33971	40%	180122	21588
50%	428567	-59240	50%	192988	10210

Fuente: Elaboración propia (2019)

Del gráfico 16 se puede observar que las variables más sensibles a cambios, son los precios de los paquetes de viajes (Paq 1 y Paq 2) mientras que las variables de sueldo de personal y los costos de paquetes de viajes son menos sensibles.

Gráfico 16 Variables sensibles



Fuente: Elaboración propia (2019)

## Construcción de escenarios

El análisis de sensibilidad nos permite construir tres escenarios; optimista, realista y pesimista. El optimista es cuando el VAN efectivo es superior a lo esperado, el realista es cuando el VAN efectivo es igual a lo esperado y el pesimista es cuando el VAN efectivo es inferior a lo esperado.

Tabla 80 Porcentaje de variación de precio paq 1

Escenario	Precio paq 1 (unidades)	Variación
Pesimista	La participación de las ventas disminuye en 10% por la cantidad de competidores.	10%
Realista	Las ventas a tener se mantienen.	0%
Optimista	La participación de las ventas aumenta en 10% debido a su preferencia.	10%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 81 Escenario para el precio del paq 1

Resumen del escenario			
	Valores actuales:	OPTIMISTA	PESIMISTA
<b>Celdas cambiantes:</b>			
<b>Precio Paq 1</b>	212.03	233.24	190.83
<b>Celdas de resultado:</b>			
VANE	67,103.07	203,199.23	-68,993.09
VANF	66,081.30	200,392.34	-68,229.74
TIRE	64.47%	157.22%	#¡NUM!
TIRF	82.06%	217.70%	-52.99%
C/B	1.08	1.14	1.01

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 82 Porcentaje de variación de precio Paq. 2

Escenario	Precio paq 2 (unidades)	Variación
Pesimista	La participación de las ventas disminuye en 10% por la cantidad de competidores.	10%
Realista	Las ventas a tener se mantienen.	0%
Optimista	La participación de las ventas aumenta en 10% debido a su preferencia.	10%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 83 Escenario para el precio del Paq 2

<b>Resumen del escenario</b>			
	Valores actuales:	OPTIMISTA	PESIMISTA
<b>Celdas cambiantes:</b>			
<b>Precio paq 2</b>	182.03	200.24	163.83
<b>Celdas de resultado:</b>			
VANE	67,103.07	144,996.64	-10,790.51
VANF	66,081.30	142,953.18	-10,790.57
TIRE	64.47%	118.49%	3.97%
TIRF	82.06%	160.26%	2.52%
C/B	1.08	1.11	1.04

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 84 Porcentaje de variación de costo Paq 1

Escenario	Costo Paq 1 (unidades)	Variación
Pesimista	Los costos aumentan en un 30% debido a su escasez	30%
Realista	Los costos de la materia prima se mantienen	0%
Optimista	Disminuye los costos de materia prima en un 10% debido a nuevas estrategias a los proveedores	10%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 85 Escenario para el Costo del Paq 1

<b>Resumen del escenario</b>			
	Valores actuales:	OPTIMISTA	PESIMISTA
<b>Celdas cambiantes:</b>			
<b>Costo paq 1</b>	285711.36	257140.23	371424.77
<b>Celdas de resultado:</b>			
VANE	67,103.07	92,371.61	-8,702.55
VANF	66,081.30	91,232.95	-9,373.65
TIRE	64.47%	102.89%	9.51%
TIRF	82.06%	146.16%	9.34%
C/B	1.08	1.09	1.04

Fuente: Elaboración propia (2019)



## VIII. CONCLUSIONES

El gran descuido que se ha venido dando por parte de operadores turísticos ha generado que el turista en muchas ocasiones no esté satisfecho con el servicio brindado. Es por esta razón que identificamos un océano azul, brindando un servicio novedoso, de buena calidad y con rutas distintas de ida y retorno hacia la reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas. El gran atractivo de esta reserva, genera un incremento anual en el número de visitas y es otro motivo por el cual vemos una gran oportunidad de negocio. Lo que nos llevó a plantear nuestro problema de investigación: ¿Será viable invertir en la creación de una empresa operadora de turismo con destinos a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas considerando la rentabilidad generada?

Nuestro servicio se caracteriza por ser una propuesta diferente. Conociendo dos rutas en un solo viaje y que el cliente no tenga que pagar cuotas adicionales por todo lo que sea necesario para una estadía cómoda y sin preocupaciones en el destino (RPNYC). El servicio que brindamos consta de dos paquetes para libre elección del cliente. El primero llamado Llapam, diseñado para personas que prefieren pasar la noche en un hospedaje y el segundo llamado Aventurero, que incluye todo el equipamiento out door necesario para pasar la noche al aire libre, bajo las estrellas de la sierra limeña. Ambos paquetes están dirigidos a la población Limeña viajera entre los 22 a 54 años de edad pertenecientes al NSE A, B y C, interesados en salir de la rutina a pocas horas de Lima. Teniendo una demanda anual de 28660 personas hacía la RPNYC. La empresa ofrecerá sus servicios desde su oficina ubicada en el distrito de los Olivos y también manejará la publicidad y promociones a través de medios digitales. El nombre de la empresa es “Kawsay Aventuras” con el slogan “vive, disfruta, ¡viaja!”.

Durante el estudio técnico se vio conveniente elegir el distrito de los Olivos como el adecuado para ofrecer nuestro servicio. Se tendrán buses a nuestra disposición, los cuales fueron previamente evaluados. Estos buses tendrán una capacidad para 20 pasajeros y se realizarán más de dos viajes por semana.

La empresa se constituirá como sociedad anónima y tendrá dos accionistas quienes realizarán un aporte de S/. 10 000.00 cada uno. También se contará con un gerente general, jefe comercial, un ejecutivo especializado en ventas de servicios turísticos y un guía turístico.

Con respecto al impacto ambiental, consideramos que la creación de este proyecto genera factores tanto positivos como negativos. Dentro de los aspectos positivos, está la generación de empleo para habitantes de los pueblos aledaños a la reserva y el hacer que este destino sea más conocido para generar un mayor número de visitantes. Dentro de los aspectos negativos, encontramos los riesgos ambientales a los que estaría expuesta la reserva por un inadecuado manejo de residuos sólidos por parte de sus visitantes. Para poder minimizar este problema, buscamos sensibilizar a través del cuidado responsable de las áreas naturales antes, durante y después de cada viaje.

El monto inicial de financiamiento es de S/. 34,323.00 del cual un 58% es propio y un 42% financiado por una entidad bancaria, con un capital de trabajo de S/. 30,125.00; teniendo un punto de equilibrio mensual de 93 paquetes de viajes, considerando 56 del Paquete 1 (Llapam) y 37 del paquete 2 (Aventurero).

En la evaluación económica y financiera se determinó la viabilidad del proyecto por medio de la elaboración de un plan financiero, determinando el apalancamiento más eficiente y analizando las ratios más relevantes de rentabilidad: VAN, TIR y PR. Asimismo, se realiza un análisis de escenarios. También se evaluó la factibilidad del proyecto, resultando económicamente atractivo para los inversionistas. Teniendo un VANE de S/. 67,103.07 con una tasa de descuento del 13.07%, la TIRE 64% y un PRI de 1 año 5 meses y 18 días.

## **IX. RECOMENDACIONES**

Se recomienda mejorar y apoyar de manera continua el desarrollo de proyectos turísticos en el Perú, eso implica invertir por parte del estado en carreteras, infraestructura y mantenimiento de vías de acceso a los destinos, sin dejar de lado la capacitación, formalización y fiscalización de las empresas de turismo, de esa manera generar una mejor calidad de servicio y satisfacción de la experiencia del usuario.

Se recomienda realizar el análisis de Porter con el fin de evaluar a los posibles competidores del sector. Ampliar los servicios a más destinos en el interior del país. Realizar alianzas estratégicas con restaurantes y hoteles.

Se recomienda el uso adecuado del software Bizagi y Visio para modelar los procesos de entradas y salidas. Es imprescindible llevar un control de nuestros clientes, usuarios y clientes fidelizados, asimismo llevar una buena relación con los proveedores.

Es muy importante que los colaboradores reciban incentivos laborales, así como vales de comida o cine, esto hará que la productividad se incrementa. Reuniones semanales con los colaboradores, para dar a conocer el avance del trabajo y que impedimentos poseen. Estar al día con los documentos legales

Se recomienda hacer uso de la matriz de Leopold para tener de manera más detallada las actividades que posiblemente afecten el ambiente y tener un plan de acción que mitigue posibles amenazas dentro del destino turístico.

Se recomienda aprovechar las condiciones que favorecen la inversión en el plan de negocios como la rentabilidad y crecimiento del mercado. Demostrando así ser viable.

Se recomienda que después de realizado el análisis de sensibilidad tener un control constante a las variables más sensibles de esa manera evitar riesgos en el proyecto.

## X. REFERENCIAS

ARMENDÁRIZ, Enrique. Modelos de Valoración de Empresas un análisis crítico. Revista Ciencia UNEMI [en línea]. Julio 2012, n. ° 7. [Fecha de consulta: 09 de noviembre de 2019].

Disponible en <http://201.159.222.58/index.php/cienciaunemi/article/viewFile/41/38>

BACA, Gabriel. Evaluación de proyectos [en línea]. 6ta ed. México: Interamericana Editores, S.A.DE C.V. (2010) [fecha de consulta: 10 de abril de 2019].

Disponible en: <https://issuu.com/maiquim.floresm/docs/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de>

ISBN: 13:978-607-15-0206-5

BETANCOURT QUINTERO, Diego. *La regresión lineal para pronosticar la demanda*. En: *Ingenio Empresa*. [En línea]. 24 de febrero de 2016. [Citado el: 30 de junio de 2019]. [www.ingenioempresa.com/regresion-lineal](http://www.ingenioempresa.com/regresion-lineal).

CARO. C. ¿En qué países de la OCDE tiene más peso el turismo en el PBI? [en línea]. ELBOLETIN.COM. 13 de agosto de 2018. [Fecha de consulta: 20 de abril del 2019]. Disponible en: <https://www.elboletin.com/noticia/166273/economia/en-que-paises-de-la-ocde-tiene-mas-peso-el-turismo-en-el-pib.html>

CADENAS, Evelin, MORILLO, Marysela C y ROSALES, María A. Inversión turística: Una contribución educativa para la inversión en turismo receptivo. *Universidad de los Andes*, 17 (29): 87-107, 2014.

ISSN: 1316-8533

Cañada, Ernest, *LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN AMÉRICA LATINA*. *Anuario de Estudios Centroamericanos* [en línea] 2015, 41 [Fecha de consulta: 29 de junio de 2019]

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15242605009>

ISSN: 0377-7316

CAMPOAMOR, Jaime. Los 6 países latinoamericanos que están entre los más competitivos del mundo en turismo [en línea]. BBC.COM. 10 de abril de 2017. [Fecha de consulta: 21 de abril de 2019].

Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-39555347>

CASI el 90% de la basura diaria generada no se recicla [Mensaje en un blog]. Perú: WWF, (21 de mayo de 2018). [Fecha de consulta: 15 de septiembre]. Recuperado de <http://www.wwf.org.pe/?uNewsID=328101>

CIRIBELI João, Paulo y MIGUELITO Samuel. La segmentación del mercado por el criterio pictográfico [en línea]. Argentina: Visión de Futuro, 2015 [fecha de consulta: 15 de mayo de 2019].

Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/3579/357938586002.pdf>

ISBN: 1669-7634

CICLO de vida e impacto ambiental de las cámaras fotográficas [Mensaje en un blog]. Puerto Rico: ETNO.GEO.FOTO, (5 de septiembre de 2014). [Fecha de consulta: 15 de septiembre]. Recuperado de <https://etnogeofoto.wordpress.com/2014/09/05/ciclo-de-vida-e-impacto-ambiental-de-las-camaras-fotograficas/>

CONTABILIDAD de costos para la Gestión Administrativa por Muñoz Mercedes [et al.]. Ecuador: Editorial de la UNEMI, 2017. 202 pp.

ISBN: 978-9942-969-81-1

DIRECTOR ejecutivo: Sector turismo representa 3,3 % del PBI y genera 1,1 millones de empleos. Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial Cámara de Comercio. Disponible en: [https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r820\\_2/informe%20economico.pdf](https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r820_2/informe%20economico.pdf)

EPTURISMO. El turismo mundial aporta el 10,4% del PBI global y genera uno de diez empleos [en línea]. EUROPAPRESS.ES. 23 de enero 2019 [Fecha de consulta: 20 de abril del 2019]. Disponible en: <https://www.europapress.es/turismo/fitur/noticia-turismo-mundial-aporta-104-pib-global-genera-10-diez-empleos-20190123203000.html>

Evaluación del impacto ambiental (2011-2016); proceso seguro y confiable para la toma de decisiones. *Ministerio del ambiente*: Lima, Perú, julio 2016. pp.23.

EILEEN Arévalo [ et al]. Externalidades Microeconómicas. Tesis (Bachiller en Economía). Perú: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, 2015.

Disponible en: [https://www.academia.edu/11415342/EXTERNALIDADES\\_MICROECONOMICAS\\_MARZO\\_DEL\\_2015\\_MICROECONOMIA\\_I\\_BARRANTES QUIROZ MAR%C3%8DA\\_MARZO\\_DEL\\_2015\\_MICROECONOMIA\\_I\\_BARRANTES QUIROZ MAR%C3%8DA\\_INTEGRANTES?auto=download](https://www.academia.edu/11415342/EXTERNALIDADES_MICROECONOMICAS_MARZO_DEL_2015_MICROECONOMIA_I_BARRANTES QUIROZ MAR%C3%8DA_MARZO_DEL_2015_MICROECONOMIA_I_BARRANTES QUIROZ MAR%C3%8DA_INTEGRANTES?auto=download)

Fernández Gago, Roberto. "Evaluación de Impacto Ambiental." Administración de la responsabilidad social corporativa, Paraninfo, 2005, pp. 166-168. Gale Virtual Reference Library, <https://link.gale.com/apps/doc/CX4056700077/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=389fb473>. Accessed 7 Sept. 2019.

GUAJARDO, Gerardo y Andrade de Guajardo, Nora. Contabilidad Financiera. 6.<sup>a</sup> ed. Mc Graw Hill Education: México, 2014. 476 pp.

ISBN: 978-607-15-1001-3

HOSONO, Kaoru, MIYAKAWA Daisuke y TAKIZAWA, Miho. Intangible Assets and Firms' Liquidity Holdings: Evidence from Japan. Japón: Editorial de RIETI, 2017. 32 pp. Paper Series 17-E-053

Informe de competitividad de viajes y turismo 2017: Perú mejora 4 posiciones en el ranking del informe de competitividad de viajes y turismo 2017[en línea]. CDI.ORG.PE. [Fecha de consulta: 20 de abril del 2019]. Disponible en: <http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeViajesyTurismo/>

s

LOS CAMBIOS organizacionales y la nube en el entorno turístico: estudio de caso [Mensaje en un blog]. Sevilla: Facultad CC Económicas y Empresariales. (28 de junio de

2016). [Fecha de consulta: 15 de septiembre]. Recuperado: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/77135/Los%20cambios%20organizacionales%20y%20la%20nube%20en%20el%20entorno%20turistico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

LEÓN Genit, Ana. *La gestión Post venta como instrumento de fidelización en una empresa comercializadora de maquinaria. Tesis (Licenciado en Administración)*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Ciencias Empresariales, 2016. 9pp.

MARTINEZ, Alicia, RUIZ, Carmen y ESCRIVÁ, Joan. Marketing en la actividad comercial. España: McGraw-Hill/Interamericana de España, SL. 2014 [fecha de consulta: 28 de abril de 2019]. Capítulo 1. Introducción al Marketing. Disponible en: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf>  
ISBN: 978-84-481-9358-4

MATHUVA, David. The Influence of Working Capital Management Components on Corporate Profitability: A Survey on Kenyan Listed Firms. *Research Journal of Business Management*, 4 (1): 1-11, 2015

MATOS, M. Corporate Social Responsibility and Tourism, Reality or Posture? *Turismo y Sociedad*: España, 22 (2): 24-44, 2017.  
ISSN: 01207555

MOYANO, Luis. Business management BM [en línea]. Perú: Macro, Inc., 2017 [fecha de consulta 25 de octubre de 2019].  
Disponible en: [https://www.ceupe.com/blog/operadores-turisticos-y-agencias-de-viajes-diferencias-fundamentales.html](https://books.google.com.pe/books?id=j7wtDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=falseOperadores turisticos y agencias de viajes: diferencias fundamentales [Mensaje en un blog]. España (21 de noviembre de 2019). [Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2019]. Recuperado de <a href=)

OSTERWALDER Alexander, Yves P. Generación de modelos de negocio [en línea]. Barcelona: Centro Libros PAPP, 2011 [fecha de consulta: 28 de abril de 2019]. Capítulo 1.

El lienzo de modelo de negocio, una herramienta para describir, analizar y diseñar modelos de negocio.

Disponible en: [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45714991/Generacion de modelos de negocio.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556494637&Signature=1AuzQt2mjNYqG%2BYWsjwOkBNu%2FHI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DGeneracion de modelos de negocio.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45714991/Generacion_de_modelos_de_negocio.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556494637&Signature=1AuzQt2mjNYqG%2BYWsjwOkBNu%2FHI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DGeneracion_de_modelos_de_negocio.pdf)

ISBN: 978-84-234-2841-0

PAUTAS metodológicas para la elaboración de planes de negocios de queso madurado en el marco de la ley compite [en línea]. Perú: Ing. Renulfo Nuñez. [Fecha de consulta: 02 de octubre de 2019].

Disponible en: [http://www.mef.gob.pe/contenidos/inv\\_publica/docs/procompite/2016/Pauta Metodologica de Queso Madurado.pdf](http://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/procompite/2016/Pauta_Metodologica_de_Queso_Madurado.pdf)

REVISTA Organización Mundial del Turismo [en línea]. España: Edición 2018. [Fecha de consulta: 29 de junio de 2019].

Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>

DOI: 10.18111/9789284419883

REBOLLEDO, Ruy. Los 10 países más competentes para el turismo [en línea]. ELECONOMISTA.COM.MX. 10 de abril 2017. [Fecha de consulta: 20 de abril del 2019]. Disponible en: <https://www.economista.com.mx/empresas/Los-10-paises-mas-competentes-para-el-turismo--20170410-0061.html>

RESTREPO, Amanda y JIMÉNEZ, Jorge. Application of capital cost in SMEs in Colombia: a review [en línea]. Julio-diciembre 2017, n. ° 2. [Fecha de consulta: 09 de noviembre de 2019].

Disponible en: <https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/SHA/articulo/view/2470/1886>

RENGIFO, Flor. Administración financiera. Tesis (Licenciada en Administración). Perú: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Escuela profesional de Administración, 2016.



Disponible en: [http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5960/Flor\\_examenes\\_titulo\\_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5960/Flor_examenes_titulo_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

ROBERTO, Marcos. Net presents value and internal rate of return: ITS utility as tools for analysis and evaluation of. *Revista boliviana de Economía y Finanzas* [en línea]. Marzo 2014, (7). [Fecha de consulta: 02 de noviembre de 2019].

Disponible en [http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7\\_a06.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf)

ISSN: 2071-081X

SÁNCHEZ Sanabria, Libeth. Elaboración de matriz de riesgos para el proceso de producción, venta y distribución del producto compost de la compañía incubadora Colombia S.A. Tesis (Título de contador). Colombia: Universidad Francisco de Paulas Santander Ocaña, Facultad Ciencias Administrativas y Económicas, 2015, 87 pp.

Tasa de descuento [Mensaje en un blog]. Lima: Vázquez, (29 de enero de 2019). [Fecha de consulta: 25 de octubre de 2019]. Recuperado de <https://economipe-dia.com/definiciones/tasa-descuento.html>

Turismo peruano, en el puesto 51 de competitividad mundial: ¿Cómo mejorar? [en línea]. *GESTION.PE*. 24 de abril de 2017. [Fecha de consulta: 21 de abril de 2019].

Disponible en: <https://gestion.pe/economia/turismo-peruano-puesto-51-competitividad-mundial-mejorar-133631>

THE INTERVIEW, a flexible and dynamic resource por Laura Díaz-Bravo [et al]. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2 (7): 162-167, abril 2013.

ISSN: 2007-507

THE TRAVEL & tourism competitiveness report 2017 por Schwab [et al.]. Geneva: Editorial World Economic Forum, 2017. 15 pp.

ISBN: 13: 978-1-944835-08-8

TORRES, Adriana, GUERRERO, Francisco y PARADA, Morella. Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas Ferreteras. *CICAG*, 4 (2): 284-303, 2016. ISSN: 1856-6189

TORO, Francisco. Costos ABC y presupuestos: Herramientas para la productividad. 2.<sup>a</sup> ed. Ecoe: Bogotá, 2016. 450 pp.  
E-ISBN: 978-958-771-297-1

VIAJAR, Redacción: Conozca cuales son los países que más se benefician con el turismo [en línea]. *ELCOMERCIO.COM*. 08 de mayo de 2017. [Fecha de consulta: 20 de abril del 2019]. Disponible en: <https://www.elcomercio.com/viajar/ranking-paises-mundo-beneficiados-turismo.html>

## ANEXOS

### Anexo 1. Prueba piloto

Previamente a la encuesta se realizó una prueba piloto encuestando a 15 personas para luego analizar las respuestas por el método alfa de Cronbach y determinar su confiabilidad.

- **Cálculo de la confiabilidad o fiabilidad.**

Hay diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. La mayoría oscilan entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más se acerque el coeficiente a cero, mayor error habrá en la medición. Hernández, p. 207 (2014)

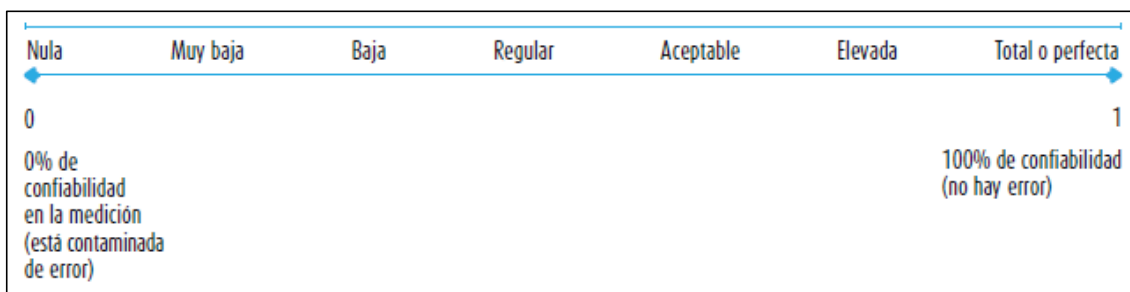
Tabla 86. Interpretación de la prueba piloto

<b>Alfa</b>	<b>0.8</b>
<b>N de Items</b>	<b>23.0</b>
<b>Vi=</b>	<b>21.7</b>
<b>Vt=</b>	<b>78.7</b>

Fuente: Elaboración propia

Obteniendo como resultado 0.8 de confiabilidad, concluyendo que el instrumento a usar es confiable.

Gráfico 17. Interpretación de alfa de Cronbach



Fuente: Metodología de la investigación (2014)

## **Anexo 2. Número de encuestas a realizar**

### **Población**

Para la siguiente investigación el número de visitantes que viajaron a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba en el año 2017. Según los últimos registros del Servicio Nacional de áreas protegidas por el estado “SERNANP” totalizó 22,838 personas en el año 2017. (Ver anexo 12)

### **Elemento**

Se realizó un cuestionario online a través del formulario de Google.

### **Tipo de muestreo**

Muestreo no probabilístico por conveniencia.

Es una técnica comúnmente usada. Consiste en seleccionar una muestra de la población por ser accesible, es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo, tiene como consecuencia la imposibilidad de hacer afirmaciones generales con rigor estadístico sobre la población.

Se elige este tipo de muestro porque ubicar a las personas que ya viajaron a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba es muy importante para la investigación.

### **Composición y tamaño de la muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente la fórmula de muestreo finito

Figura 22. Fórmula de muestreo finito.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

$z$  = Variable normalizada (del nivel de confianza de 95%) = 1,96

$p$  = Probabilidad de éxito = 95%

$q$  = Probabilidad de fracaso =  $1-p = 5\%$

$e$  = Margen de error =  $\pm 5\% = 0,05$

$N$  = Tamaño del universo = 22 838

$n$  = Tamaño de la muestra = 72.76

La muestra estará conformada por 73 personas. Se determinó mediante la fórmula de muestreo finito. (Ver Figura 22)

### **Anexo 3. Estudio de mercado**

El estudio de mercado tiene como finalidad conocer la demanda, oferta y canales de distribución del servicio de turístico en la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas “Huan-caya”.

Profundizando en el servicio que el turista recibió y su percepción durante su estadía en el lugar y por parte de las empresas de turismo. Es importante para conocer si las expectativas que tenía el turista antes de su viaje superaron o fue igual a la experiencia o que factores influyeron para que esto no suceda.

Diseño de investigación de mercado

Tipo de investigación cuantitativa no probabilístico

## Anexo 4. Encuesta para el Estudio de Mercado en La Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas – Junín, Lima

28/11/2019

Encuesta para el estudio de mercado en la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas - 2019

### Encuesta para el estudio de mercado en la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas - 2019

Objetivos del estudio de mercado:

- Conocer la demanda, oferta y canales de comercialización del servicio de operador de turismo en la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas.
- Conocer cuáles son las expectativas y percepciones de los clientes frente al servicio turístico que se ofrecen en la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas.

**\*Obligatorio**

1. 1. ¿Cuántas veces al año realiza viajes para conocer el interior de Perú? \*

Marca solo un óvalo.

- 4 veces a más
- 3
- 2
- 1

2. 2. ¿Cómo se enteró del lugar?

Marca solo un óvalo.

- Amigos o familiares
- Redes sociales
- Revistas
- Otro: \_\_\_\_\_

3. 3. ¿Cuál fue su motivación principal para elegir este destino?

Marca solo un óvalo.

- Paisaje
- Realizar trekking de aventura
- Tranquilidad, descanso
- Precio
- Otro: \_\_\_\_\_

4. 4. ¿Usted estaría de acuerdo en contratar los servicios de una operadora de turismo que lo regrese de la RPNYC por una diferente y atractiva ruta?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

[https://docs.google.com/forms/d/1fr37-zZrq\\_AUIdfzSLnQ65m6NTJYE4u3E24RsuZ8mgM/edit](https://docs.google.com/forms/d/1fr37-zZrq_AUIdfzSLnQ65m6NTJYE4u3E24RsuZ8mgM/edit)

1/3

5. Si Ud. Estuviera dispuesto a contratar este servicio, ¿Cuál es el precio que pagaría por persona? \*

Marca solo un óvalo.

- S/. 200 - S/. 230
- S/. 170 - S/. 200
- S/. 120 - S/. 160
- S/. 100

6. ¿De que manera prefiere pasar la noche en la Reserva Paisajística Nor yauyos Cochas?

Marca solo un óvalo.

- Paquete 1. Hospedaje
- Paquete 2. Carpas de dormir

7. 7. Que tan importante es para usted los siguientes aspectos al contratar un nuevo servicio \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Muy Importante	Importante	Neutral	Poco Importante	No es Importante
Cuidar por mi seguridad y la de mis acompañantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No realizar cobros adicionales a lo establecido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contar con personal cortés y eficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cumplir con las condiciones de alimentación pactadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cumplir con los itinerarios pactados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentos y bebidas de buena calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. 8. ¿De qué manera ha llegado a este destino?

Marca solo un óvalo.

- Particular (Si esta es su respuesta, aquí termina la encuesta caso contrario continúe con la siguiente pregunta.)
- Agencia de Turismo

9. 9. ¿Qué cantidad de dinero pagó por el tour (por persona)?

Marca solo un óvalo.

- S/. 200 - S/. 230
- S/. 170 - S/. 200
- S/. 120 - S/. 160
- S/. 100

**10. 10. Indique el grado de importancia para los siguientes aspectos antes de iniciar su viaje.***Marca solo un óvalo por fila.*

	Muy Importante	Importante	Neutral	Poco Importante	No es Importante
Garantía en los servicios turísticos de la zona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguridad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buen trato de los operadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vías de acceso adecuadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buenas instalaciones de hospedaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentos y bebidas de buena calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. 11. Luego de su experiencia califique el grado de satisfacción para los siguientes aspectos***Marca solo un óvalo por fila.*

	Muy satisfecho	Relativamente satisfecho	Indiferente	Relativamente insatisfecho	Muy insatisfecho
Garantía en los servicios turísticos de la zona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguridad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buen trato de los operadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buenas instalaciones de hospedaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vías de acceso adecuadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentos y bebidas de buena calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**12. 12. Luego de su experiencia ¿cómo calificaría los aspectos más importantes que considero al momento de elegir al operador turístico? \****Marca solo un óvalo por fila.*

	Muy Importante	Importante	Neutral	Poco Importante	No es Importante
Cuidar por mi seguridad y la de mis acompañantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No realizar cobros adicionales a lo establecido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contar con personal cortés y eficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cumplir con los itinerarios pactados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precios cómodos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**La encuesta ha terminado, ¡muchas gracias!**



## Anexo 5. Resultados de la encuesta

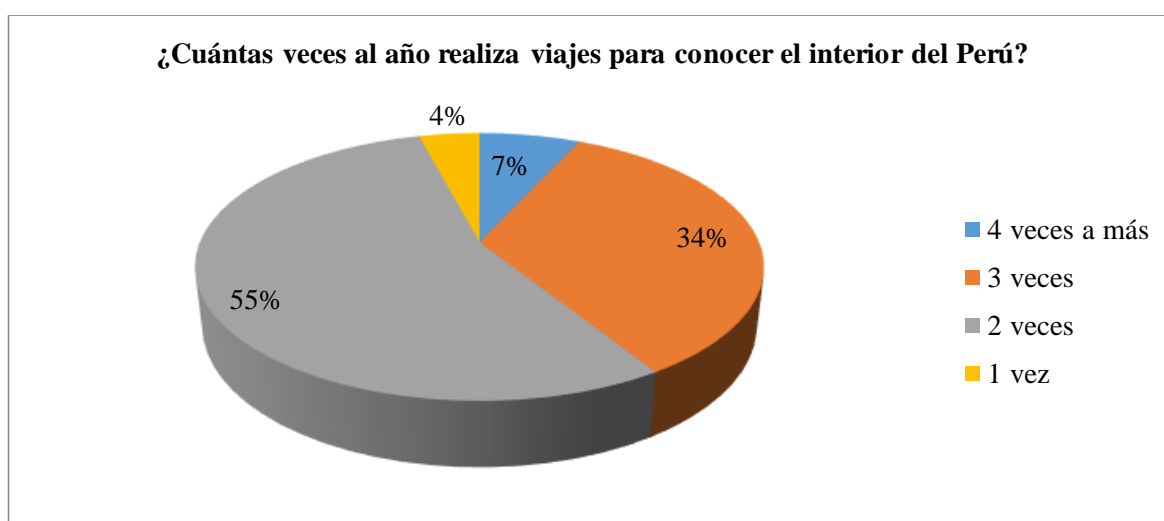
### 1. ¿Cuántas veces al año realiza viajes para conocer el interior del Perú?

Tabla 1 Frecuencia de viajes realizados al año

Frecuencia de viajes realizados al año	Frecuencia	Porcentaje
4 veces a más	5	7%
3 veces	25	34%
2 veces	40	55%
1 vez	3	4%
Total	73	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1 Frecuencia de viajes realizados al año



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de personas encuestadas un 55% viajan 2 veces al año, un 34% viajan 3 veces al año, un 7% viajan 4 veces al año y un 4% viajan una vez al año. Según Prom Perú también corrobora con el mismo dato.

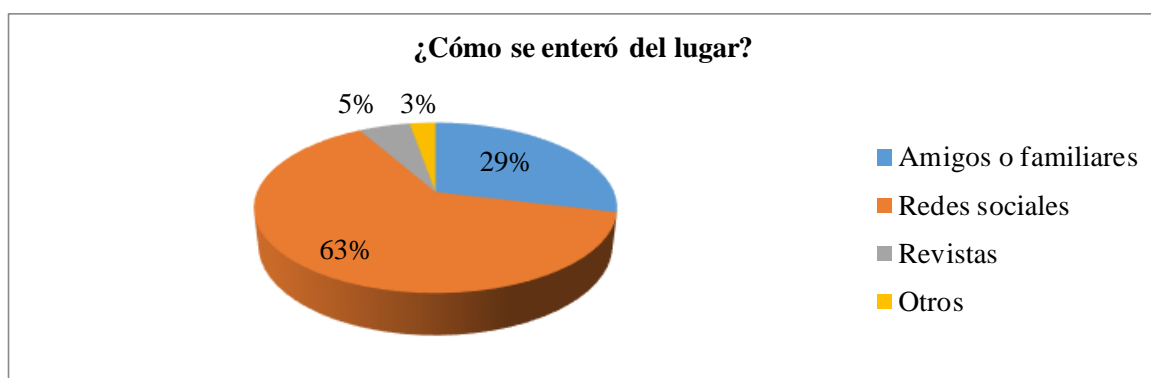
2. ¿Cómo se enteró del lugar?

Tabla 2

Medios informativos	Frecuencia	Porcentaje
Amigos o familiares	21	29%
Redes sociales	46	63%
Revistas	4	5%
Otros	2	3%
Total	73	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2 Medios informativos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De la encuesta se determinó que el 63% de personas se enteraron por medio de las redes sociales y el 29% por amigos o familiares

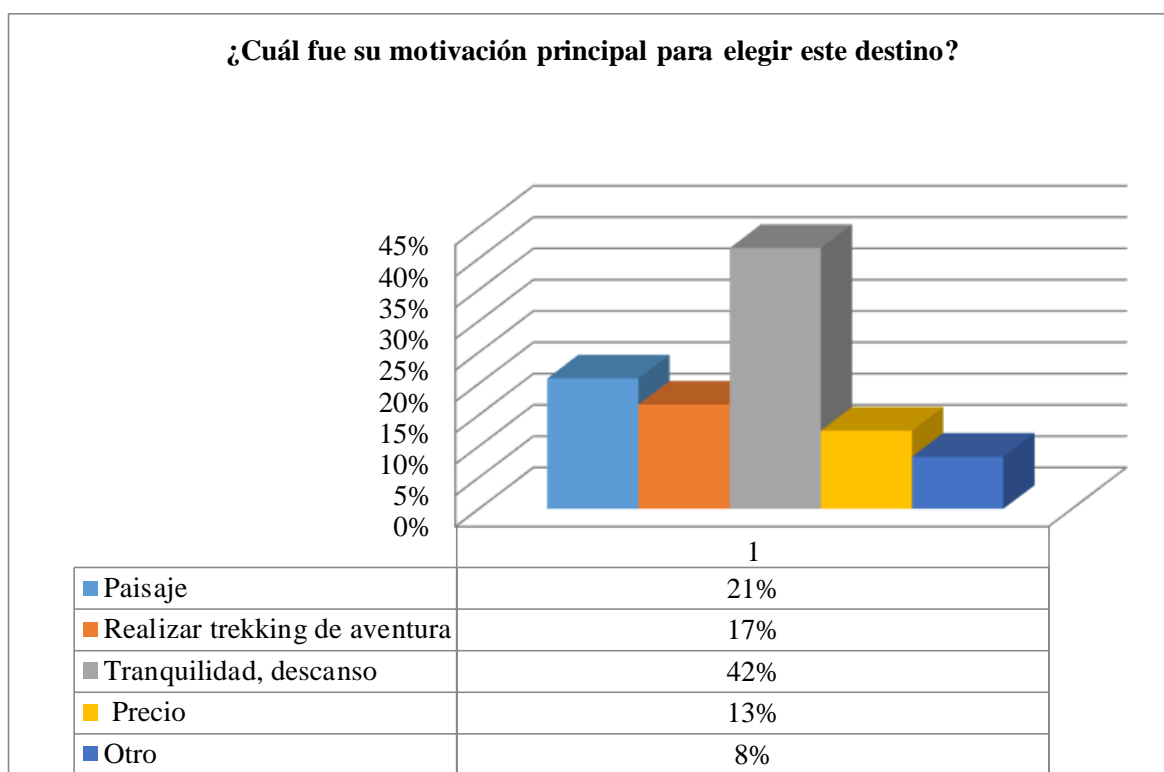
3. ¿Cuál fue su motivación principal para elegir este destino?

Tabla 3 Motivación principal para elegir el destino turístico

3. ¿Cuál fue su motivación principal para elegir este destino?	Frecuencia	Porcentaje
Paisaje	10	21%
Realizar trekking de aventura	8	17%
Tranquilidad, descanso	20	42%
Precio	6	13%
Otro	4	8%
Total	48	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3 Motivación principal para elegir el destino turístico



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la entrevista, la motivación principal que generó a los turistas es la tranquilidad y el poder descansar. Según el gráfico estadístico nos indica que el 42% es por la tranquilidad y descanso, y el 21% por el paisaje del lugar.

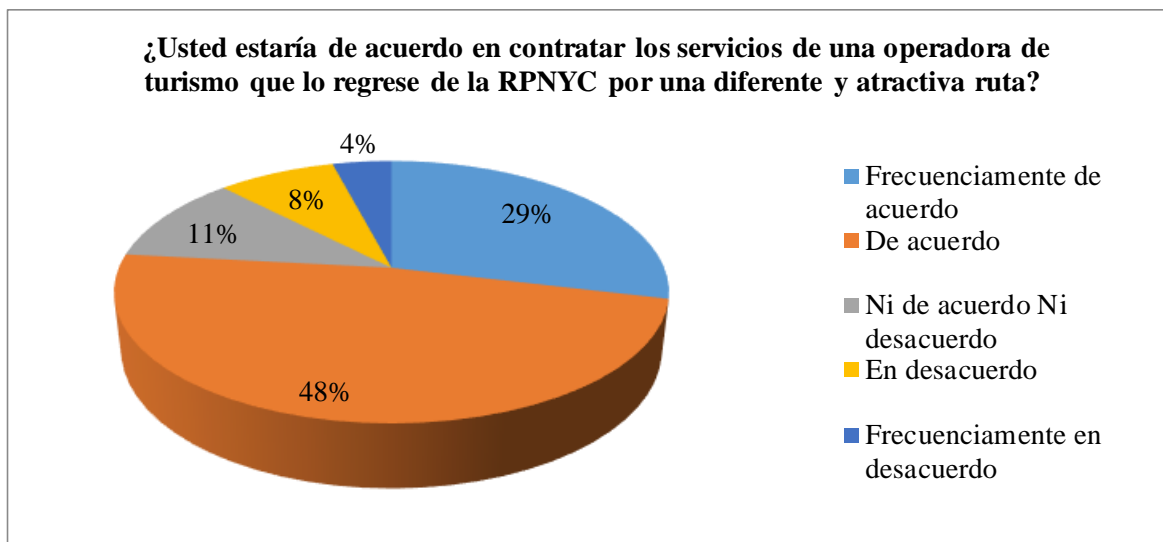
4. ¿Usted estaría de acuerdo en contratar los servicios de una operadora de turismo que lo regrese de la RPNYC por una diferente y atractiva ruta?

Tabla 4 Contratar los servicios de una operadora de turismo que lo regrese de la RPNYC por una diferente y atractiva ruta

4. ¿Usted estaría de acuerdo en contratar los servicios de una operadora de turismo que lo regrese de la RPNYC por una diferente y atractiva ruta?	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	21	29%
De acuerdo	35	48%
Ni de acuerdo Ni desacuerdo	8	11%
En desacuerdo	6	8%
Totalmente en desacuerdo	3	4%
Total	73	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4 Contratar los servicios de una operadora de turismo que lo regrese de la RPNYC por una diferente y atractiva ruta



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los datos estadísticos nos indica que el 48% está de acuerdo con contratar los servicios de acuerdo al score de nuestro negocio y el 8% en desacuerdo.

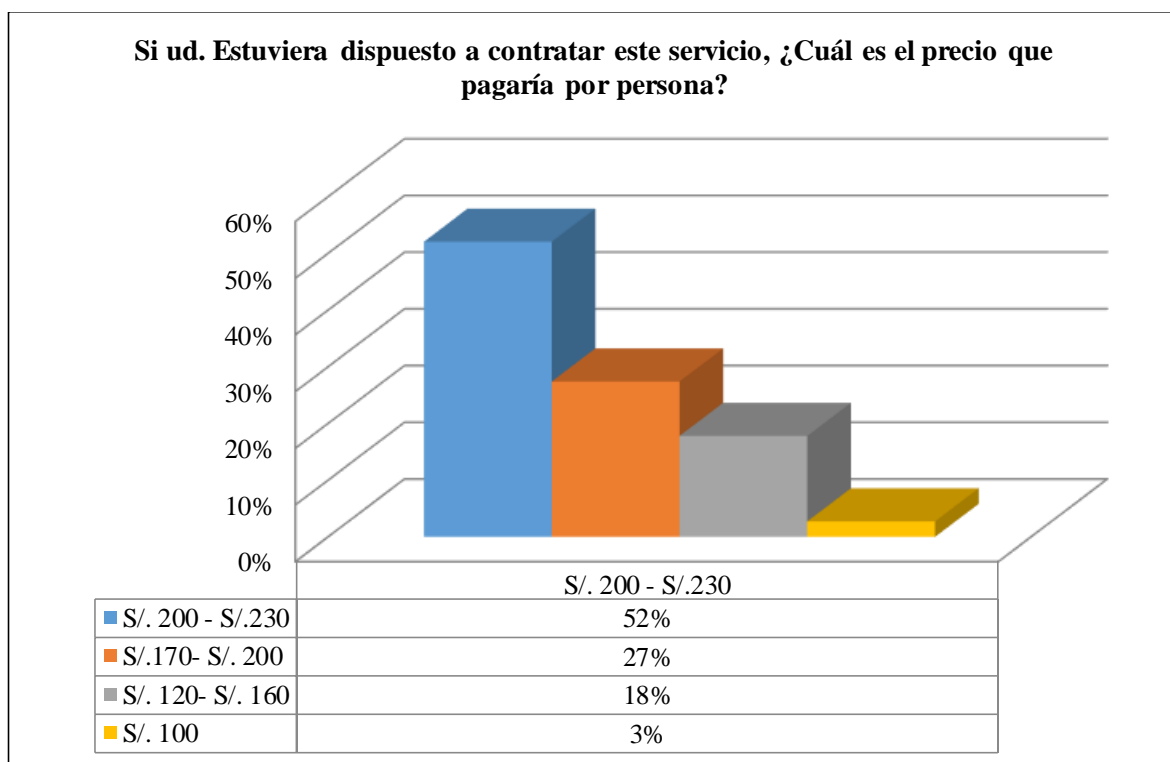
5. ¿Si Ud. Estuviera dispuesto a contratar este servicio, ¿Cuál es el precio que pagaría por persona?

Tabla 5 Dispuesto a pagar por el servicio

5. Si Ud. Estuviera dispuesto a contratar este servicio, ¿Cuál es el precio que pagaría por persona?	Frecuencia	Porcentaje
S/. 200 - S/.230	38	52%
S/.170- S/. 200	20	27%
S/. 120- S/. 160	13	18%
S/. 100	2	3%
Total	73	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5 Dispuesto a pagar por el servicio



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se comprobó que el 52% representa a las personas que si pueden pagar S/. 200 hasta S/. 230 y el 3% figura el mínimo que pueden pagar solo S/. 100.

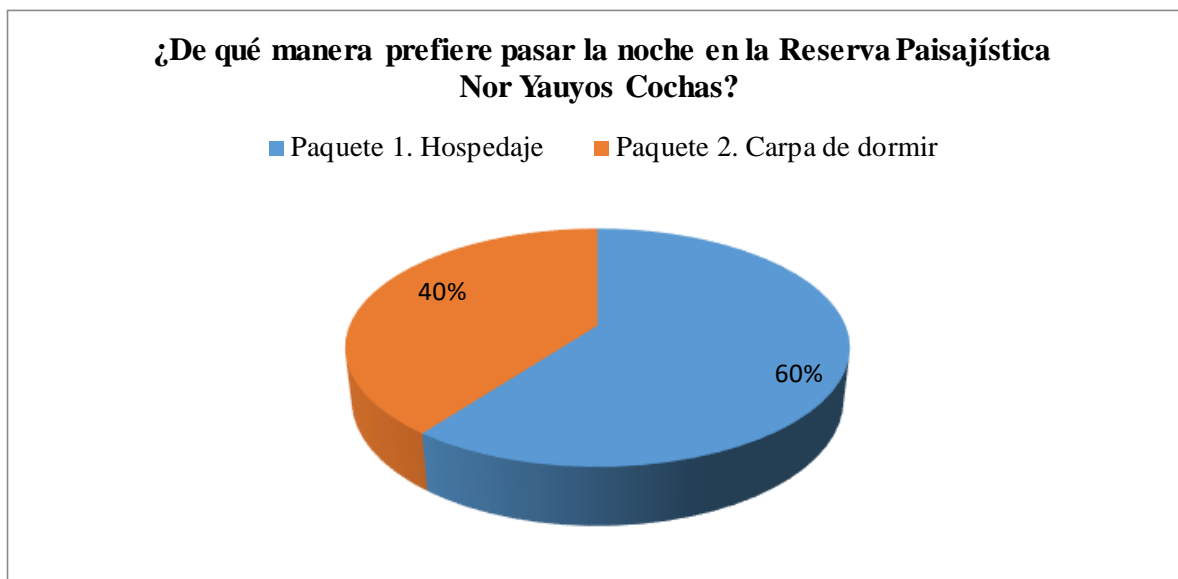
6. ¿De qué manera prefiere pasar la noche en la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochass?

Tabla 6 Preferencias para pasar la noche en la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochass

6. ¿De qué manera prefiere pasar la noche en la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochass?	Frecuencia	Porcentaje
Paquete 1. Hospedaje	44	60%
Paquete 2. Carpa de dormir	29	40%
Total	73	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6 Preferencias para pasar la noche en la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochachas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se analizó según los datos estadísticos que el 60% prefiere pasar la noche en hospedaje y el 40% prefiere pasar la noche en carpas de dormir.

7. Que tan importante es para usted los siguientes aspectos al contratar un nuevo servicio

Tabla 7

Aspectos de importancia	Muy Importante	Importante	Neutral	Poco Importante	No Es Importante	Total
Cuidar por mi seguridad y la de mis acompañantes	42%	25%	17%	8%	8%	1
No realizar cobros adicionales a lo establecido	30%	35%	10%	15%	10%	1
Contar con personal cortés y eficiente	31%	38%	23%	8%	0	1
Cumplir con las condiciones de alimentación pactadas	30%	40%	10%	10%	10%	1
Cumplir con los itinerarios pactados	44%	33%	22%	11%	0	1.1
Alimentos y bebidas de buena calidad	22%	56%	0	11%	11%	100%

Fuente: Elaboración propia

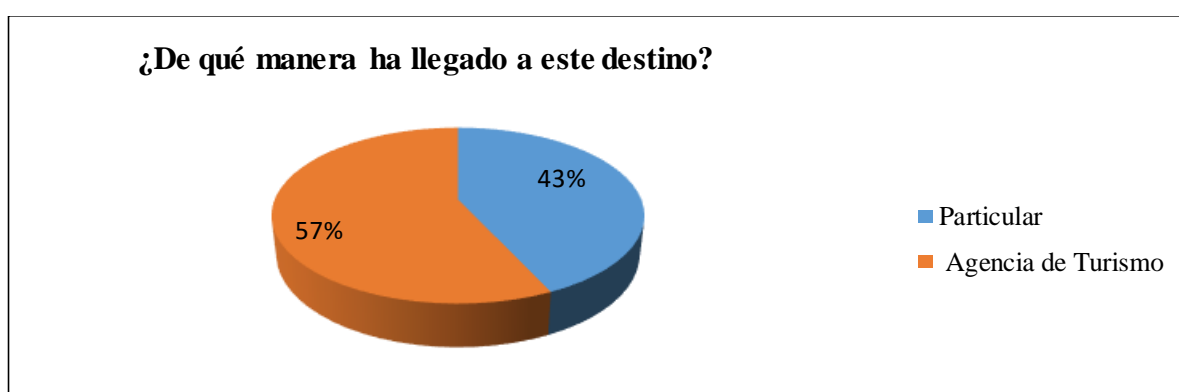
Interpretación: Al contratar un nuevo servicio los encuestados consideran muy importante el cumplimiento de los itinerarios pactados con un 44 % y también es muy importante su seguridad y la su compañera de viaje. Por último, un 56% señala que es de importancia, los alimentos y bebidas en buen estado.

8. ¿De qué manera ha llegado a este destino?

Tabla 8 Los medios de llegada al destino

8. ¿De qué manera ha llegado a este destino?	Frecuencia	Porcentaje
Particular	31	43%
Agencia de Turismo	42	57%
Total	73	100%

Gráfico 8 Los medios de llegada al destino



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico estadístico, nos muestra que el 66% tomaron una agencia de turismo para llegar al destino turístico y el 34% llegaron de manera particular (visitaron por cuenta propia).

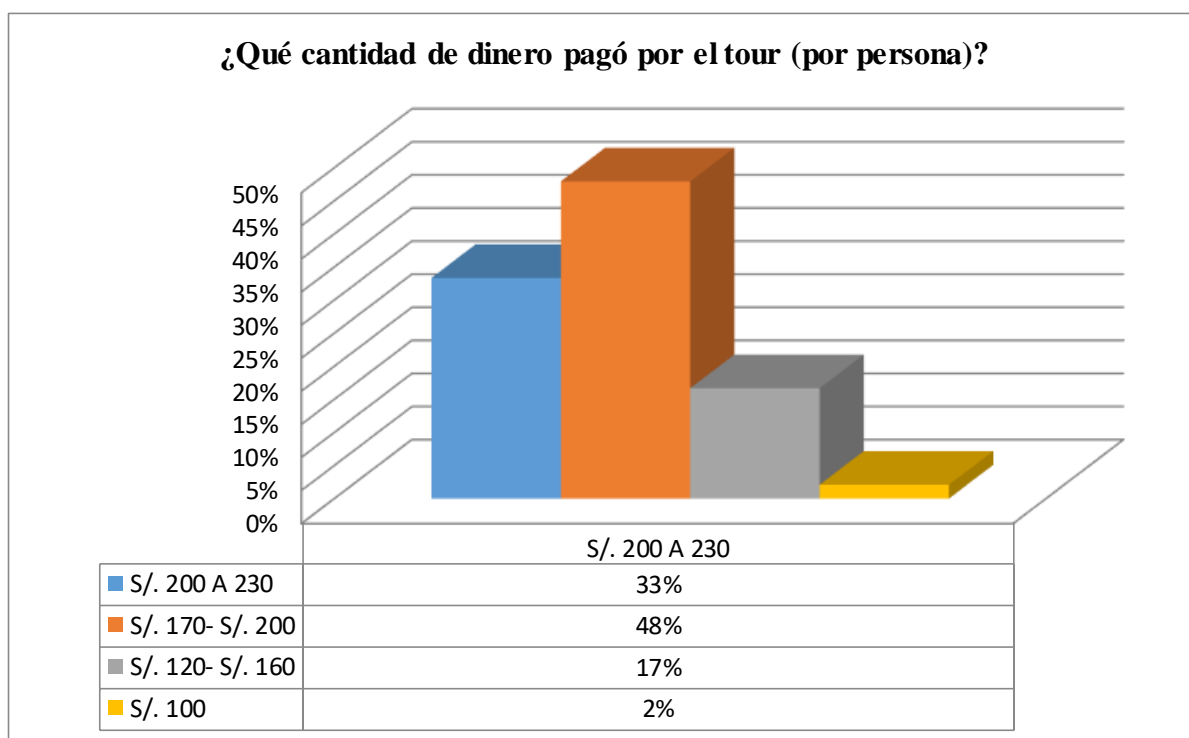
9. ¿Qué cantidad de dinero pagó por el tour (por persona)?

Tabla 9 Precio pagado por el servicio.

9. ¿Qué cantidad de dinero pagó por el tour (por persona)?	Frecuencia	Porcentaje
S/. 200 a 230	16	33%
S/. 170- S/. 200	23	48%
S/. 120- S/. 160	8	17%
S/. 100	1	2%
Total	48	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9 Precio por el servicio que tomaron



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El precio entre el rango S/. 200 y S/. 230 representa un 33% y el 48% pagó entre un rango de S/. 170 y S/. 200.

10. Indique el grado de importancia para los siguientes aspectos antes de iniciar su viaje

Tabla 10

Aspectos de importancia	Muy Importante	Importante	Neutral	Poco Importante	No Es Importante	Total
Garantía en los servicios turísticos de la zona	42%	25%	17%	8%	8%	12
Seguridad	40%	28%	22%	11%	6%	18
Buen trato de los operadores	75%	25%	0	0	0	4
Vías de acceso adecuadas	40%	40%	0	20%	0	5
Buenas instalaciones de hospedaje	67%	33%	0	0	0	3
Alimentos y bebidas de buena calidad	33%	33%	17%	0	17%	6
Total encuestados	20	14	7	4	3	48

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El buen trato de los operadores representa el 75%. Es muy importante antes de iniciar cada viaje. También es de mucha importancia las instalaciones de



los hospedajes, ya que representan un 67%. Por último, se muestra que además es importante el aspecto de los alimentos y la buena calidad de las bebidas, ya que ambos obtienen un 40%.

11. Luego de su experiencia califique el grado de satisfacción para los siguientes aspectos

Tabla 11

Aspectos de importancia	Muy satisfecho	Relativamente satisfecho	Indiferente	Relativamente insatisfecho	Muy insatisfecho	Total
Garantía en los servicios turísticos de la zona	30%	30%	20%	10%	10%	0
Seguridad	26%	46%	20%	7%	0	1.0%
Buen trato de las personas	33%	33%	33%	0	0	0.01
Buenas instalaciones de hospedaje	33%	50%	0	0	17%	0.01
Vías de acceso adecuadas	33%	67%	0	0	0	0.01
Alimentos y bebidas de buena calidad	20%	20%	0	40%	20%	0.01
Total encuestados	1.75	2.46	0.73	57%	0.47	1.00

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Luego de su experiencia, las buenas instalaciones de los hospedajes representan el 33% muy satisfecho. De igual manera, los siguientes aspectos, vías de acceso adecuado y buen trato del operador. Después se encuentra a las buenas instalaciones con un 67% relativamente satisfecho. Vías de acceso adecuadas con un 50% relativamente satisfecho y también la seguridad representa con un 46% relativamente satisfecho

12. Luego de su experiencia ¿cómo calificaría los aspectos más importantes que considero al momento de elegir al operador turístico?

Tabla 12

Aspectos de importancia	Muy Importante	Importante	Neutral	Poco Importante	No Es Importante	Total
Cuidar por mi seguridad y la de mis acompañantes	46%	27%	18%	9%	0	1
No realizar cobros adicionales a lo establecido	50%	25%	8%	8%	8%	1
Contar con personal cortés y eficiente	40%	40%	10%	10%	0	1
Cumplir con los itinerarios pactados	30%	40%	10%	20%	0%	1
Precios cómodos	40%	40%	20%	0	0	1

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Luego de su experiencia, el 50% de encuestados al momento de elegir un operador turístico consideran importante el que no le realicen cobros adicionales y el cuidado por su seguridad un total de 46%. Con un 40% están aquellos que consideraron tres aspectos, precio cómodo, cumplir con los itinerarios indicados.

Anexo 6 Prueba de confiabilidad de cuestionario

Preguntas	4	7.1	7.2	7.3	7.4	7.5	10.1	10.2	10.3	10.4	10.5	10.6	11.1	11.2	11.3	11.4	11.5	11.6	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	Suma	
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23		
Sujeto 1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	35
Sujeto 2	2	2	1	5	2	2	4	2	2	1	1	2	1	5	1	4	1	4	2	1	3	4	3	4	55
Sujeto 3	4	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	4	1	2	4	2	4	2	4	1	4	3	4	52
Sujeto 4	3	5	1	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	4	47
Sujeto 5	2	5	1	3	2	1	4	2	2	3	2	1	2	3	1	4	2	4	1	1	2	2	2	4	54
Sujeto 6	1	5	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	36
Sujeto 7	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	30
Sujeto 8	3	5	2	1	2	2	4	2	2	1	1	1	1	5	1	4	2	4	2	4	3	4	2	4	58
Sujeto 9	3	5	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	4	2	1	2	4	3	4	2	4	48
Sujeto 10	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	30
Sujeto 11	2	4	1	5	2	2	4	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	4	44
Sujeto 12	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	4	2	1	2	4	3	4	2	4	47
Sujeto 13	2	5	2	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	43
Sujeto 14	1	1	2	2	2	4	2	2	1	1	2	4	2	1	4	2	4	2	4	3	4	3	2	4	55
Sujeto 15	3	5	2	1	2	4	2	2	1	1	2	1	2	2	4	1	2	2	2	4	2	1	1	4	49
Varianza	0.64	2.89	0.22	1.58	0.24	0.96	1.26	0.38	0.25	0.25	0.16	0.62	0.78	1.58	1.04	1.85	0.60	1.58	0.60	1.69	0.93	1.02	1.04		

## Anexo 7 Políticas internas para la elección del proveedor

La empresa planteara algunas políticas internas para poder elegir los servicios y bienes de los proveedores. Los siguiente son:

1. Considerar primero el interés de “Kawsay Aventuras” en todas las decisiones de compra, por sobre el interés particular de las áreas.
2. El personal encargado debe interactuar en la adquisición de productos y servicios. También colocar órdenes de compra y celebrar contratos con proveedores sin incurrir en favoritismos de ninguna índole, privilegiando únicamente el interés global de la Institución.
3. Toda compra o prestación de servicio con proveedores debe estar previamente autorizada por la gerencia del complejo. No se debe comprometer recursos de la empresa ni celebrar contratos o generar ordenes de compras y prestación de servicio sin atribuciones para ello. La práctica de comprar primero y pedir autorización después no es aceptable.
4. Tampoco se podrán comprometer o adelantar dinero, sin las correspondientes garantías de fiel cumplimiento cuando corresponda.
5. Promover una sana competencia entre Proveedores para obtener el máximo valor agregado para el negocio sin perder de vista la misión de la empresa. Desarrollar relaciones con Proveedores, de mutuo beneficio, de largo plazo, con altos estándares de calidad, cumplimiento y transparencia.
6. Promover y fortalecer continuamente la transparencia, eficiencia y agilidad de los procesos de compra y prestación de servicio.
7. No actuar con indiferencia o pasividad frente a prácticas de compra observadas que sean impropias o reñidas con el Código de Ética de la empresa.

Anexo 8 Precio unitario de los costos fijos y variables del Paq 1 y Paq 2 del 2020 al 2024

2020													
Paquete 1 (Tour Llapam)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	32.50	48.75	32.50	48.75	32.50	32.50	32.50	48.75	48.75	32.50	32.50	32.50	32.50
Guia	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75
*	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Gastos	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82
COSTOS VARIABLE													
Pago de entrada	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Hospedaje	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
KITS de viaje	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35
Desayuno y almuerzo	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00
<b>Costo unitario</b>	<b>163.42</b>	<b>179.67</b>	<b>163.42</b>	<b>179.67</b>	<b>163.42</b>	<b>163.42</b>	<b>163.42</b>	<b>179.67</b>	<b>179.67</b>	<b>163.42</b>	<b>163.42</b>	<b>163.42</b>	<b>163.42</b>
Precio por unidad													
2020													
Paquete 2 (Tour Aventurero)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	32.50	\$/ 45.50	\$/ 32.50	\$/ 45.50	\$/ 32.50	\$/ 32.50	\$/ 45.50	\$/ 45.50	\$/ 32.50	\$/ 32.50	\$/ 32.50	\$/ 32.50	\$/ 32.50
Guia	8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75	\$/ 8.75
Otros Gastos	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88
COSTOS VARIABLE													
KITS de viaje	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35
Pago de entrada	10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00	\$/ 10.00
Equipos de camping	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Pago de derecho de campar	5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00	\$/ 5.00
Leña para fogata	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
<b>Costo unitario</b>	<b>84.48</b>	<b>\$/ 122.48</b>	<b>\$/ 109.48</b>	<b>\$/ 122.48</b>	<b>\$/ 109.48</b>	<b>\$/ 109.48</b>	<b>\$/ 109.48</b>	<b>\$/ 122.48</b>	<b>\$/ 122.48</b>	<b>\$/ 109.48</b>	<b>\$/ 109.48</b>	<b>\$/ 109.48</b>	<b>\$/ 109.48</b>

2021													
Paquete 1 (Tour Llapam)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	33.46	50.18	33.46	50.18	33.46	33.46	33.46	50.18	50.18	33.46	33.46	33.46	33.46
Guía	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01
*	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros gastos	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82
<b>COSTOS VARIABLE</b>													
Pago de entrada	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29
Hospedaje	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03	36.03
KITS de viaje	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39
Desayuno y almuerzo	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38	13.38
<b>Costo unitario</b>	<b>166.38</b>	<b>183.11</b>	<b>166.38</b>	<b>183.11</b>	<b>166.38</b>	<b>166.38</b>	<b>183.11</b>	<b>183.11</b>	<b>166.38</b>	<b>166.38</b>	<b>166.38</b>	<b>166.38</b>	<b>166.38</b>

2021													
Paquete 2 (Tour Aventurero)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	33.46	46.84	33.46	46.84	33.46	33.46	33.46	46.84	46.84	33.46	33.46	33.46	33.46
Guía	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01	9.01
Otros Gastos	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88
<b>COSTOS VARIABLE</b>													
KITS de viaje	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39
Pago de entrada	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29	10.29
Equipos de camping	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15
Pago de derecho de campar	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15
Leña para fogata	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15	5.15
<b>Costo unitario</b>	<b>111.47</b>	<b>124.85</b>	<b>111.47</b>	<b>124.85</b>	<b>111.47</b>	<b>111.47</b>	<b>111.47</b>	<b>124.85</b>	<b>124.85</b>	<b>111.47</b>	<b>111.47</b>	<b>111.47</b>	<b>111.47</b>

2022													
Paquete 1 (Tour Llapam)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	34.44	51.66	34.44	51.66	34.44	34.44	34.44	51.66	51.66	34.44	34.44	34.44	34.44
Guía	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27
*	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros gastos	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82
<b>COSTOS VARIABLE</b>													
Pago de entrada	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60
Hospedaje	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09	37.09
KITS de viaje	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44
Desayuno y almuerzo	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78	13.78
<b>Costo unitario</b>	<b>169.43</b>	<b>186.65</b>	<b>169.43</b>	<b>186.65</b>	<b>169.43</b>	<b>169.43</b>	<b>169.43</b>	<b>186.65</b>	<b>186.65</b>	<b>169.43</b>	<b>169.43</b>	<b>169.43</b>	<b>169.43</b>
Precio por unidad													
2022													
Paquete 2 (Tour Aventurero)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	34.44	48.21	34.44	48.21	34.44	34.44	34.44	48.21	48.21	34.44	34.44	34.44	34.44
Guía	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27	9.27
Otros Gastos	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88
<b>COSTOS VARIABLE</b>													
KITS de viaje	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44
Pago de entrada	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60	10.60
Equipos de camping	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30
Pago de derecho de campar	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30
Leña para fogata	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30	5.30
<b>Costo unitario</b>	<b>113.52</b>	<b>127.29</b>	<b>113.52</b>	<b>127.29</b>	<b>113.52</b>	<b>113.52</b>	<b>113.52</b>	<b>127.29</b>	<b>127.29</b>	<b>113.52</b>	<b>113.52</b>	<b>113.52</b>	<b>113.52</b>

2023													
Paquete 1 (Tour Llapam)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	35.45	53.18	35.45	53.18	35.45	35.45	35.45	53.18	53.18	35.45	35.45	35.45	35.45
Guía	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54
*	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros gastos	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82
<b>COSTOS VARIABLE</b>													
Pago de entrada	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91
Hospedaje	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18	38.18
KITS de viaje	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48
Desayuno y almuerzo	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18
<b>Costo unitario</b>	<b>172.56</b>	<b>190.29</b>	<b>172.56</b>	<b>190.29</b>	<b>172.56</b>	<b>172.56</b>	<b>172.56</b>	<b>190.29</b>	<b>190.29</b>	<b>172.56</b>	<b>172.56</b>	<b>172.56</b>	<b>172.56</b>
Precio por unidad													
2023													
Paquete 2 (Tour Aventurero)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	35.45	49.63	35.45	49.63	35.45	35.45	35.45	49.63	49.63	35.45	35.45	35.45	35.45
Guía	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54	9.54
Otros gastos	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88	41.88
<b>COSTOS VARIABLE</b>													
KITS de viaje	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48	1.48
Pago de entrada	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91	10.91
Equipos de camping	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45
Pago de derecho de campar	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45
Leña para fogata	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45	5.45
<b>Costo unitario</b>	<b>115.62</b>	<b>129.80</b>	<b>115.62</b>	<b>129.80</b>	<b>115.62</b>	<b>115.62</b>	<b>115.62</b>	<b>129.80</b>	<b>129.80</b>	<b>115.62</b>	<b>115.62</b>	<b>115.62</b>	<b>115.62</b>



2024													
Paquete 1 (Tour Llapam)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	36.49	54.74	36.49	54.74	36.49	36.49	36.49	54.74	54.74	36.49	36.49	36.49	36.49
Guía	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83
*	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros gastos	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82	62.82
COSTOS VARIABLE													
Pago de entrada	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23
Hospedaje	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30	39.30
KITS de viaje	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52
Desayuno y almuerzo	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60
<b>Costo unitario</b>	<b>175.79</b>	<b>194.03</b>	<b>175.79</b>	<b>194.03</b>	<b>175.79</b>	<b>175.79</b>	<b>175.79</b>	<b>194.03</b>	<b>194.03</b>	<b>175.79</b>	<b>175.79</b>	<b>175.79</b>	<b>175.79</b>
Precio por unidad													
2024													
Paquete 2 (Tour Aventurero)													
COSTOS FIJOS													
Costo Total	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Transporte (VAN)	36.49	51.09	36.49	51.09	36.49	36.49	36.49	51.09	51.09	36.49	36.49	36.49	36.49
Guía	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83	9.83
Otros gastos	41.88	0.00	0.00	Otros gastos	41.88	0.00	0.00	Otros gastos	41.88	0.00	0.00	Otros gastos	41.88
COSTOS VARIABLE													
KITS de viaje	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52	1.52
Pago de entrada	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23	11.23
Equipos de camping	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61
Pago de derecho de campar	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61
Leña para fogata	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61	5.61
<b>Costo unitario</b>	<b>89.72</b>	<b>\$/ 90.51</b>	<b>\$/ 75.91</b>	<b>\$/ 90.51</b>	<b>\$/ 117.79</b>	<b>\$/ 75.91</b>	<b>\$/ 75.91</b>	<b>\$/ 90.51</b>	<b>\$/ 132.39</b>	<b>\$/ 75.91</b>	<b>\$/ 75.91</b>	<b>\$/ 75.91</b>	<b>\$/ 117.79</b>

Fuente: Elaboración propia

En el anexo 8 se clasificaron los costos fijos unitarios y los costos variables unitarios del paquete 2, considerando que los meses de enero, marzo, julio y agosto representa un incremento del costo normal, esto debido a que en aquellos meses según estudios realizados por Prom Perú son los preferidos para viajar al interior de Lima

Anexo 9 Planilla de personal

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
PAGOS													
SUELDOS	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	
GRATIFICACIÓN							S/ 2,000.00						S/ 2,000.00
GRATIFICACIÓN EXT.							S/ 180.00						S/ 180.00
CTS					S/ 1,000.00						S/ 1,000.00		
ESSALUD		S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00
RECIBO POR HONORARIO	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00	S/ 3,260.00
AGINALDO DE RH							S/ 1,630.00						S/ 1,630.00
<b>Total</b>	<b>S/ 5,260.00</b>	<b>S/ 5,440.00</b>	<b>S/ 5,440.00</b>	<b>S/ 5,440.00</b>	<b>S/ 6,440.00</b>	<b>S/ 5,440.00</b>	<b>S/ 9,250.00</b>	<b>S/ 5,440.00</b>	<b>S/ 5,440.00</b>	<b>S/ 5,440.00</b>	<b>S/ 6,440.00</b>	<b>S/ 9,250.00</b>	<b>S/74,720.00</b>

Anexo 10 Gastos Servicios básicos oficina

Gastos de servicios básicos						
Servicio	MES	2020	2021	2022	2023	2024
Alquiler de oficina	S/ 900.00	S/ 10,800.00	S/ 10,908.00	S/ 11,017.08	S/ 11,127.25	S/ 11,238.52
Telefonía fija, cable e internet	S/ 150.00	S/ 1,800.00	S/ 1,818.00	S/ 1,836.18	S/ 1,854.54	S/ 1,873.09
Agua y desagüe	S/ 7.21	S/ 86.50	S/ 87.36	S/ 88.24	S/ 89.12	S/ 90.01
Eléctricidad	S/ 30.44	S/ 127.03	S/ 130.77	S/ 130.77	S/ 130.77	S/ 130.77
<b>Total</b>	<b>S/ 1,087.65</b>	<b>S/ 12,813.53</b>	<b>S/ 12,944.13</b>	<b>S/ 13,072.26</b>	<b>S/ 13,201.68</b>	<b>S/ 13,332.39</b>
Inflación anual	2.94%					

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la EAP de Ingeniería Empresarial de la UCV, en la sede Lima Norte, promoción 2019, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Ingeniero.

El título nombre de nuestro proyecto de investigación es: “Plan de Negocio para la creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas, 2019” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Peña Soto Mirsa Luz

Rosales Medina C. Celeste

Anexo 11 Matriz de operacionalización de variables

**Variable: ESTUDIO DE MERCADO**

<b>Dimensiones</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>
DEMANDA	Según Fernández (2014). “La demanda se define como la cantidad de producto (Q) que un mercado requerirá en determinado tiempo y a determinado precio (P).”	Precio Servicio Frecuencia	1;3;4
OFERTA	Según Andrade (2006) Define la oferta como “el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios”	Precio Servicio Frecuencia	5;7;9
EXPECTATIVAS	Según Zeithaml y Bitner (2002) la expectativa tiene dos niveles “el primer nivel puede denominarse servicio deseado, que es la combinación de lo que el cliente considera que puede ser, contra lo que piensa que debe de ser el servicio. El segundo nivel se llama servicio adecuado, que es el nivel de servicio que el cliente puede aceptar.	Precio Servicio	10
PERCEPCIONES	Según Schiffman y Kanuk (2001) La percepción se define como “el proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo”	Precio Servicio	11;12
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	Según Stern (1999) “Los canales de comercialización pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo”	Medio de comercialización	2;6;8
		Publicidad	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 12. Juicio de expertos



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL ESTUDIO DE MERCADO EN LA RESERVA PAISAJISTICA NOR YAUYOS COCHAS "HUANCAYA"**

N°	VARIABLES/DIMENSIONES/INDICADORES	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	ESTUDIO DE MERCADO							
1	Demanda	/		/		/		
2	Oferta	/		/		/		
3	Canales de comercialización	/		/		/		
4	Expectativas	/		/		/		
5	Percepciones	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si No

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** [X]    **Aplicable después de corregir** [ ]    **No aplicable** [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ M<sup>g</sup> Sunohara Ramirez Percy    DNI: 40608750

Especialidad del validador: Iny Industrial MS percepciones SE

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...11 de 6 del 2019

**Percy Sunohara Ramirez**  
 Ingeniero Industrial  
 Magister en Dirección de I+D+i  
**Firma del Experto Informante.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL ESTUDIO DE MERCADO EN LA RESERVA PAISAJISTICA NOR YAUYS COCHAS "HUANCAYA"**

N°	VARIABLES/DIMENSIONES/INDICADORES	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	ESTUDIO DE MERCADO	✓		✓		✓		
1	Demanda	✓		✓		✓		
2	Oferta	✓		✓		✓		
3	Canales de comercialización	✓		✓		✓		
4	Expectativas	✓		✓		✓		
5	Percepciones	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/Mg: Antonio Obregón J.    DNI: 08685617

Especialidad del validador: Mg. Gestión Pública

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

06 de 06 del 2019

  
 \_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL ESTUDIO DE MERCADO EN LA RESERVA PAISAJISTICA NOR YAUYOS COCHAS "HUANCAYA"**

N°	VARIABLES/DIMENSIONES/INDICADORES	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	ESTUDIO DE MERCADO							
1	Demanda	✓		✓		✓		
2	Oferta	✓		✓		✓		
3	Canales de comercialización	✓		✓		✓		
4	Expectativas	✓		✓		✓		
5	Percepciones	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: CARRIÓN NIN JOSÉ LUIS ..... DNI: 07444710

Especialidad del validador: ING. INDUSTRIAL // ECONOMISTA // MAGISTER // DOCTOR .....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo




**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

27 de junio del 2019



Firma del Experto Informante.

Anexo 13. Buses de los proveedores

TRANSPORTE PURIS	TRANSPORTE RÍOS	PERÚ GOLDE BUS
<p>. Modelo: Mercedes Benz Sprinter                      . Motor: Euro 5                      . Tracción: 4 x 2                      . Tipo de combustible: Diesel                      . Pasajeros: 20                      . Full equipo                      . Aire acondicionado                      . Calefacción                      . Con espaldar reciclables                      . Porta equipaje</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distancia entre ejes: 3,665 mm</li> <li>- Longitud total: 5,926 mm</li> <li>- Ancho: 1, 993 mm</li> <li>- Altura, sin carga: 2,880 mm</li> </ul> 	<p>. Modelo: Minibus Hyundai H1                      . Motor: DOHC                      . Tracción: 4 x 2                      . Tipo de combustible: Diesel                      . Pasajeros: 20                      . Aire acondicionado                      . Alarma                      . Cinturones de seguridad en los asientos</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Largo: 5,125 mm</li> <li>• Ancho: 1,920 mm</li> <li>• Alto: 1, 935 mm</li> <li>• Peso bruto vehicular: 3.</li> <li>• Estanque de combustible 75 lts</li> </ul> 	<p>. Modelo: Mercedes Benz Sprinter                      . Motor: DOHC                      . Tracción: 4 x 2                      . Tipo de combustible: Diesel                      . Pasajeros: 16 y 19 personas                      . Aire acondicionado                      . Radio/CD                      . Alarma                      . Cinturones de seguridad en los asientos</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Largo: 5,125 mm</li> <li>- Ancho: 1,920 mm</li> <li>- Alto: 1, 935 mm</li> <li>- Peso bruto vehicular: 3.</li> <li>- Estanque de combustible 75 lts</li> </ul> 

Fuente: Elaboración propia



Anexo 14. Alternativas para la ubicación de la oficina.

<b>Alternativa 1: Miraflores</b>	<b>Alternativa 2: Cercado de Lima</b>	<b>Alternativa 3: Los olivos</b>
 <p data-bbox="219 890 824 959">Fuente: <a href="https://www.laencontre.com.pe/inmueble/165351">https://www.laencontre.com.pe/inmueble/165351</a></p>	 <p data-bbox="936 911 1317 979">Fuente: <a href="https://www.laencontre.com.pe/inmueble/260085">https://www.laencontre.com.pe/inmueble/260085</a></p>	 <p data-bbox="1429 919 2022 987">Fuente: <a href="https://www.laencontre.com.pe/inmueble/260095">https://www.laencontre.com.pe/inmueble/260095</a></p>

Fuente: Elaboración propia

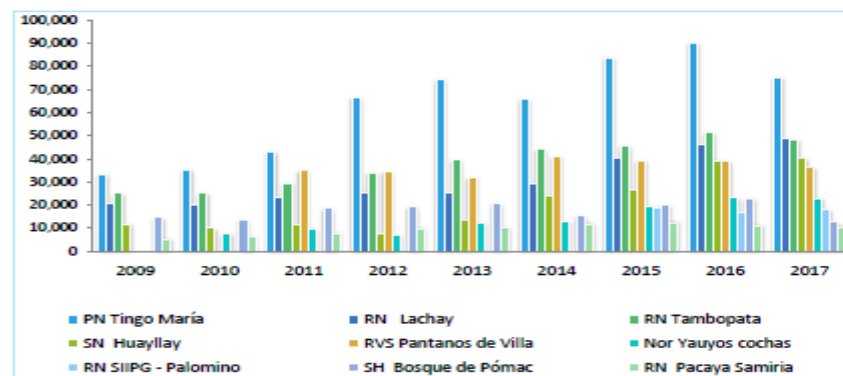
Anexo 15. Las 09 Áreas Naturales Protegidas con mayor visita.

Cuadro N°02: Las 09 ANP con mayor visita (Mayores a 10,000 visitas anuales)

N°	Áreas Naturales Protegidas Visitadas	AÑO -2009	AÑO -2010	AÑO -2011	AÑO -2012	AÑO -2013	AÑO -2014	AÑO -2015	AÑO -2016	AÑO -2017
7	PN Tingo María	33,382	35,398	43,001	66,334	74,150	65,721	83,583	89,808	74,992
8	RN Lachay	21,011	19,812	23,709	25,563	25,563	29,521	40,279	46,289	48,925
9	RN Tambopata	25,062	25,274	29,586	34,046	39,495	43,970	45,440	51,542	48,355
10	SN Huayllay	11,877	10,010	11,353	7,698	13,637	24,111	26,906	39,251	40,355
11	RVS Pantanos de Villa	0	0	35,054	34,437	31,956	41,000	39,257	39,030	36,329
12	Nor Yauyos cochas	0	7,694	9,763	7,035	12,185	12,878	19,156	23,187	22,838
13	RN SIIPG - Palomino	0	0	0	0	0	0	18,798	16,612	18,006
14	SH Bosque de Pómac	14,886	13,708	18,837	19,305	20,776	15,561	20,114	22,837	12,984
15	RN Pacaya Samiria	5,362	6,378	7,853	9,815	10,148	11,909	12,512	11,188	10,558

Fuente: SERNANP

Gráfico N° 02: Evolución anual de las visitas a las 09 ANP



Fuente: SERNANP

- El cuadro N°02 muestra a las nueve ANP con mayor flujo de visitantes, los mismos que superan los 10,000 visitantes anuales.
- Este grupo de ANP representa el 18% del total de visitas registradas en las ANP.
- Cabe precisar que la información del 2017 está actualizada hasta el mes de octubre.
- La tasa decrecimiento anual de visitas en las ANP es del 17%.

Anexo 16. Reporte mensual de visitantes 2017 y 2018

REPORTE MENSUAL DE VISITANTES 2017 Y 2018

CAT	ANP	Mes	Extranjeros 2017	Nacionales 2017	Total 2017	Extranjeros 2018	Nacionales 2018	Total 2018
RP	Nor Yauyos Cochas	Enero	4	759	763	17	695	712
RP	Nor Yauyos Cochas	Febrero	0	261	261	23	1,163	1,186
RP	Nor Yauyos Cochas	Marzo	6	323	329	14	7,828	7,842
RP	Nor Yauyos Cochas	Abril	97	7,920	8,017	7	2,134	2,141
RP	Nor Yauyos Cochas	Mayo	7	223	230	34	632	666
RP	Nor Yauyos Cochas	Junio	129	2,097	2,226	30	1,950	1,980
RP	Nor Yauyos Cochas	Julio	23	8,280	8,303	13	3,963	3,976
RP	Nor Yauyos Cochas	Agosto	0	1,136	1,136	10	401	411
RP	Nor Yauyos Cochas	Septiembre	0	1,124	1,124	7	1,599	1,606
RP	Nor Yauyos Cochas	Octubre	10	439	449	12	4,488	4,500
RP	Nor Yauyos Cochas	Noviembre	19	718	737	15	1,835	1,850
RP	Nor Yauyos Cochas	Diciembre	36	2,935	2,971	10	1,780	1,790
			331	26,215	26,546	192	28,468	28,660

Fuente: Unidad Operativa Funcional de turismo SERNANP (2019)

Anexo 17 Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba



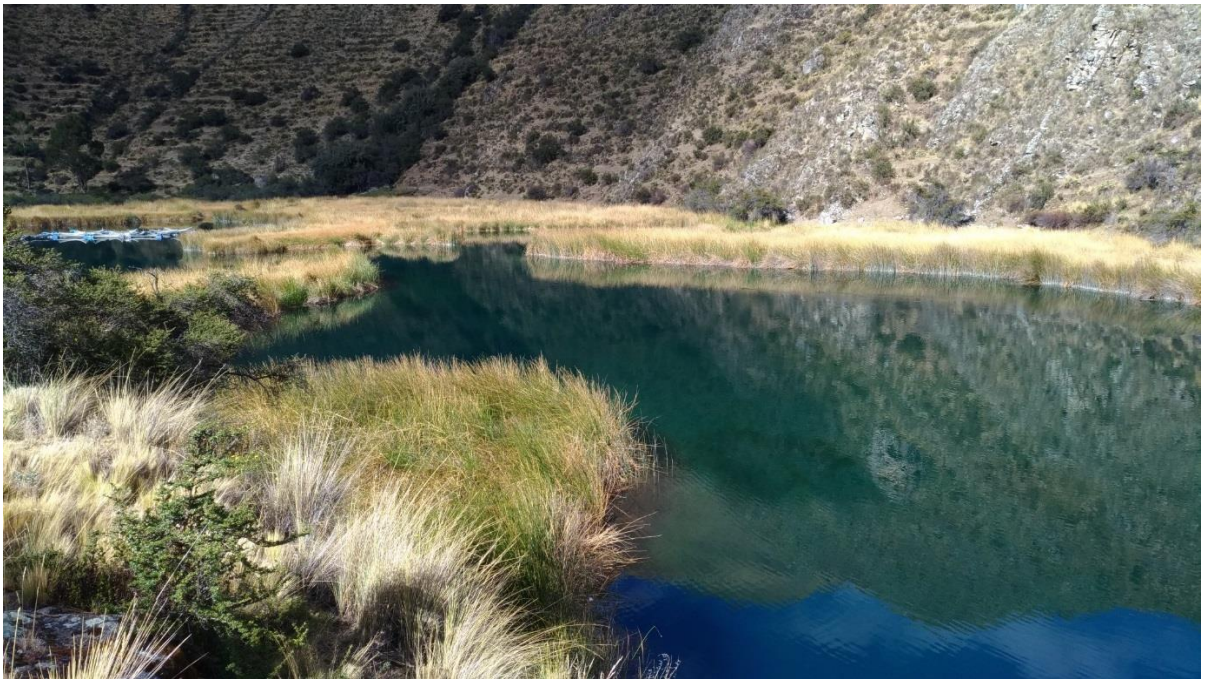
Fuente: Celeste Rosales (2019)



Fuente: Mirsa Peña (2018)



Fuente: Mirsa Peña (2018)



Fuente: Mirsa Peña (2018)



Fuente: Mirsa Peña (2018)



Fuente: Mirsa Peña (2018)



Fuente: Mirsa Peña (2018)



Fuente: Mirsa Peña (2018)



Fuente: Mirsa Peña (2018)



**ELABORACIÓN DE LA MINUTA  
CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA KAWSAY AVENTURAS  
S.A.C.  
(CON APORTE EN BIENES DINERARIOS)**

**SEÑOR NOTARIO**

SIRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, QUE OTORGAN:



- A. PENA SOTO MIRSA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACION: ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 72526997, ESTADO CIVIL: SOLTERA
- B. ROSALES MEDINA CARMEN CELESTE, DE NACIONALIDAD: PERUANA, ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 72262067, ESTADO CIVIL: SOLTERA

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN MZE LT04 URBANIZACIÓN NUEVA AMISTAD- LOS ALISOS- LOS OLIVOS. EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.**- POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE "KAWSAY AVENTURAS" SOCIEDAD ANONIMA CERRADO".

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE "KAWSAY AVENTURAS" S.A.C.;"

LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.**- EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 20.00.00 VEINTE MIL (20,000 Y 00/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN 2 ACCIONES NO MINATIVAS DE UN

VALOR NOMINAL DE S/. 10,00.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

- 1. PENA SOTO MIRSA, SUSCRIBE UNA ACCION (50%) NOMINATIVAS Y PAGA S/. 10,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.
- 2. ROSALES MEDINA CARMEN CELESTE, SUSCRIBE UNA ACCION (50%) NOMINATIVAS Y PAGA S/. 10,000.00, MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

**TERCERO.-** LA SOCIEDAD SE REGIRA POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARA A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887- QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINA LA "LEY"

#### **ESTATUTO**

**ARTICULO 1°.- DENOMINACIÓN - DURACIÓN - DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: "KAWSAY AVENTURAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA".

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA: "KAWSAY AVENTURAS S.A.C".

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACION INDETERMINADA; INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO SOCIAL Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS. SU DOMICILIO ES EN MZE LT04 URBANIZACION NUEVA AMISTAD- LOS ALISOS- LOS OLIVOS.], PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL -** LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE AL SERVICIO DE TURISMO Y TRANSPORTAR A LOS TURISTAS SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

**ARTICULO 3°.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 20.000.00 VEINTE MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES), REPRESENTADO POR 2 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN S/. 10.000.00

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**ARTICULO 4°.- ACCIONES:** LA CREACION, EMISION, REPRESENTACION, PROPIEDAD, MATRICULA, CLASES DE ACCIONES, TRANSMISION, ADQUISICION, DERECHOS Y GRAVAMENES SOBRE ACCIONES, SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 82° A 110° DE LA "LEY".

**ARTICULO 5°.- REGIMEN DE LOS ORGANOS DE LA SOCIEDAD:**  
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA

REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

**ARTICULO 6°.- JUNTA OBLIGATORIA ANUAL:** LA JUNTA GENERAL SE REUNE OBLIGATORIAMENTE CUANDO MENOS UNA VEZ AL AÑO DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES A LA TERMINACION DEL EJERCICIO ECONOMICO, TIENE COMO OBJETO TRATAR LOS ASUNTOS CONTEMPLADOS EN EL ARTICULO 114° DE LA "LEY".

OTRAS JUNTAS GENERALES: COMPETE, ASIMISMO A LA JUNTA GENERAL LAS ACCIONES PREVISTAS EN EL ARTICULO 115° DE LA "LEY".

LOS REQUISITOS Y FORMA DE LA CONVOCATORIA A JUNTA GENERAL SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 116° A 119° DE LA LEY.

EL QUORUM Y LA ADOPCION DE ACUERDOS SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 125°, 126° Y 127° DE LA LEY.

**ARTICULO 7°.- EL DIRECTORIO:** EL DIRECTORIO ES EL ORGANICO COLEGIADO ELEGIDO POR LA JUNTA GENERAL. LA SOCIEDAD TIENE UN DIRECTORIO COMPUESTO POR 2 MIEMBROS; CON UNA DURACION DE 5 AÑOS.

PARA SER DIRECTOR NO SE REQUIERE SER ACCIONISTA.

EL FUNCIONAMIENTO DEL DIRECTORIO SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 153° A 184° DE LA "LEY".

**ARTICULO 8°.- LA GERENCIA:** LA SOCIEDAD CUENTA CON UNO O MAS GERENTES. EL GERENTE PUEDE SER REMOVIDO EN CUALQUIER MOMENTO POR EL DIRECTORIO O POR LA JUNTA GENERAL, CUALQUIERA QUE SEA EL ORGANICO DEL QUE HAYA EMANADO SU NOMBRAMIENTO.

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.

B) ASISTIR CON VOZ PERO SIN VOTO A LAS SESIONES DEL DIRECTORIO, SALVO QUE ESTE ACUERDE SESIONAR DE MANERA RESERVADA.

C) ASISTIR CON VOZ PERO SIN VOTO A LAS SESIONES DE JUNTA GENERAL, SALVO QUE ESTA DECIDA LO CONTRARIO.

D) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74°, 75°, 77° Y 436° DEL CODIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARA DE LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 115° DE LA LEY N° 27444 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS PODRA CONSTITUIR PERSONAS JURIDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURIDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMAS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCION DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.

E) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCOTAR

Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.

F) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDOLOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

G) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

H) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS O AL DIRECTORIO.

**ARTICULO 9°.- MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL:** LA MODIFICACION DEL ESTATUTO, EL AUMENTO Y REDUCCION DE CAPITAL SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 198° AL 220° DE LA "LEY".

**ARTICULO 10°.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES.-** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40°, 221° A 233° "LEY".

**ARTICULO 11°.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION:** EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407°, 409°, 410°, 411°, 412°, 413° AL 422° DE LA "LEY".

**QUINTO.- EL PRIMER DIRECTORIO QUEDA INTEGRADO POR:**

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO: PENA SOTO MIRSA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACION: ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 72526997, ESTADO CIVIL: SOLTERA

DIRECTOR: ROSALES MEDINA CARMEN CELESTE, DE NACIONALIDAD: PERUANA, ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 72262067, ESTADO CIVIL: SOLTERA Ñ

SEXTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: PENA SOTO MIRSA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACION: ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 72526997, ESTADO CIVIL: SOLTERA CON DOMICILIO EN: CALLE LAS MERCEDES, DISTRITO DE PUENTE PIEDRA, PROVINCIA DE LIMA], DEPARTAMENTO DE LIMA.

ASI MISMO, SE DESIGNA COMO SUB GERENTE DE LA SOCIEDAD A ROSALES MEDINA CARMEN CELESTE, DE NACIONALIDAD: PERUANA, ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 72262067, ESTADO CIVIL: SOLTERA

QUIEN TENDRÁ LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.
- INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS E, F, G Y H DEL ARTICULO 8º DEL ESTATUTO.

LIMA, 10 DE JUNIO DE 2019

**DECLARACIÓN JURADA DE RECEPCIÓN DE BIENES**

POR EL PRESENTE DOCUMENTO, YO PENA SOTO MIRSA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACION: ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 72526997, ESTADO CIVIL: SOLTERA CON DOMICILIO EN: CALLE LAS MERCEDES, DISTRITO DE PUENTE PIEDRA, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA., EN MI CALIDAD DE GERENTE GENERAL DESIGNADO DE LA SOCIEDAD DENOMINADA "KAWSAY AVENTURAS S.A.C." QUE SE CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES DINERARIOS.

LIMA, 10 DE JUNIO DE 2019

.....

FIRMA DEL GERENTE GENERAL

# Solicitud de inscripción al RUC

<b>SUNAT</b>	<b>REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES</b> SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)	00000999	
FORMULARIO <b>2119</b>		USO SUNAT LOTE      FOLIO	
<b>RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL</b>			
TIPO DE SOLICITUD <small>(MARCAR CON "X")</small>	NÚMERO DE RUC	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL	
INSCRIPCIÓN			
AFECTACIÓN DE TRIBUTOS			
<b>RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE</b>			
TIPO DE CONTRIBUYENTE <small>(Ver Tabla Anexa N° 2)</small>	CÓDIGO	TELÉFONOS	
NOMBRE COMERCIAL	N° LICENCIA MUNICIPAL	CÓDIGO DE PROFESIÓN U OFICIO <small>(Ver Tabla N° 11)</small>	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	FAX	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	FECHA INICIO ACTIV. DÍA    MES    AÑO	
	CÓDIGO CIU	SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO <small>(MARCAR CON "X")</small>	
	CÓDIGO CIU	MANUAL	
		MAQUINAREGIST. COMPUTARIZADO	
		SISTEMA DE CONTABILIDAD <small>(MARCAR CON "X")</small>	
		MANUAL	
		COMPUTARIZADO	
		ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR <small>(MARCAR CON "X")</small>	
		EXPORTADOR	
		IMPORTADOR	
CORREO ELECTRÓNICO	CORREO ELECTRÓNICO		
<b>RUBRO III. DOMICILIO FISCAL</b>			
DEPARTAMENTO	PROVINCIA		
DISTRITO			
ZONA <small>(Ver Tabla Anexa N° 3)</small>	VIA <small>(Ver Tabla Anexa N° 4)</small>		
TIPO	TIPO		
Número	Interior	OTRAS REFERENCIAS	
Kilometro	Dpto.	CONDICIÓN DEL INMUEBLE	
Manzana	Lote		
<b>RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL</b>			
DOCUMENTO DE IDENTIDAD <small>(Tabla 5)</small>	FECHA DE NACIMIENTO O INICIO DE LA SUCESIÓN	SEXO <small>(Tabla 6)</small>	
TIPO	DÍA    MES    AÑO	NACIONALIDAD <small>(Tabla 7)</small>	
NÚMERO		PAIS DE PROCEDENCIA <small>(Solo si es extranjero)</small>	
		DOMICLIADO <small>(Tabla 8)</small>	
<b>RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA</b>			
FECHA DE INSCRIPCIÓN EN LOS RUPP	PARTIDA REGISTRAL	TOMO O FICHA	
DÍA    MES    AÑO		FOLIO	
		ASIENTO	
		ORIGEN DEL CAPITAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 9)</small>	
		PAIS DE ORIGEN <small>(Si es mltio o extranjero)</small>	
<b>RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS</b>			
CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO
			DÍA    MES    AÑO
			DÍA    MES    AÑO
			DÍA    MES    AÑO
			DÍA    MES    AÑO
			DÍA    MES    AÑO
			DÍA    MES    AÑO
			DÍA    MES    AÑO
			DÍA    MES    AÑO
MARQUE CON "X", SI AUTORIZA O NO A OTRA PERSONA PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA AUTORIZADA:			
DOCUMENTO DE IDENTIDAD	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA	
<b>DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS EXPRESAN LA VERDAD</b>			
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL	APELLIDOS Y NOMBRES		
			HUELLA DIGITAL PERSONA AUTORIZADA
			CONSTANCIA DE RECEPCIÓN SELLO Y FIRMA

FORMULARIO GRATUITO - LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMENDADURAS





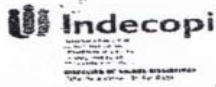
# Domicilio de Representantes Legales

N° DE ORDEN		00000999														
<b>SUNAT</b> ANEXO 2054	<b>REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES</b> DOMICILIO DE LOS REPRESENTANTES LEGALES															
RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL		USO SUNAT LOTE FOLIO														
NÚMERO DE RUC	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL															
RUBRO II. DETALLE DEL DOMICILIO DE LOS REPRESENTANTES LEGALES																
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL DEL R. LEGAL	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO	USO SUNAT UBIGEO	ZONA TIPO	VIA NOMBRE	NÚMERO	KM.	MZA.	INTERIOR	DPTO.	LOTE	REFERENCIAS	CONDICIÓN DEL INMUEBLE		
MARQUE CON "X", SI AUTORIZA O NO A OTRA PERSONA PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN: SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>														IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA AUTORIZADA:		
DOCUMENTO DE IDENTIDAD														APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA	
<b>DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS EXPRESAN LA VERDAD</b>														CONSTANCIA DE RECEPCIÓN		
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL														APELLIDOS Y NOMBRES	HUELLA DIGITAL PERSONA AUTORIZADA	SELO Y FIRMA

<b>REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES</b> DOMICILIO DE LOS REPRESENTANTES LEGALES ANEXO-Formulario 2054																																																	
<p><b>1. INSTRUCCIONES GENERALES</b></p> <p>1.1 El presente anexo se utilizará para que el contribuyente comunique sólo el domicilio de cada Representante Legal. En caso que el Representante cuente con domicilio fiscal, deberá consignar éste en el presente formulario. El Representante Legal no domiciliado en el país consignará un domicilio ubicado dentro del territorio nacional.</p> <p>1.2 Se presentará en la dependencia de la SUNAT que corresponda a la jurisdicción a la que pertenece el domicilio fiscal del contribuyente.</p> <p>1.3 Se presentará en forma conjunta con el formulario 2054.</p> <p><b>2. ESPECÍFICAS</b></p> <p>Cada Representante Legal deberá consignar la información de acuerdo a las siguientes indicaciones:</p> <p><b>RUBRO I. Información General :</b></p> <p>Número de RUC: Deberá consignar el número de RUC del contribuyente, excepto cuando se trate de una solicitud de inscripción en el Registro.</p> <p>Apellidos y Nombres o Razón Social: Deberá colocar el dato correspondiente al contribuyente.</p> <p><b>RUBRO II. Detalle del Domicilio de los Representantes Legales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apellidos y Nombres o Razón Social del Representante Legal: Consigne los apellidos y nombres o razón social, según corresponda, de cada Representante Legal del cual se comunica su domicilio.</li> <li>- Departamento, Provincia, Distrito: Consigne la información respecto al Departamento, Provincia y Distrito donde se ubica el domicilio del Representante Legal.</li> <li>- Tipo de Zona: Consigne los datos según la codificación del siguiente cuadro:</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Tipo de Zona</th> <th>Código</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Urbanización</td><td>01</td></tr> <tr><td>Pueblo Joven</td><td>02</td></tr> <tr><td>Unidad Vecinal</td><td>03</td></tr> <tr><td>Conjunto Habitacional</td><td>04</td></tr> <tr><td>Asentamiento Humano</td><td>05</td></tr> <tr><td>Cooperativa</td><td>06</td></tr> <tr><td>Residencial</td><td>07</td></tr> <tr><td>Zona Industrial</td><td>08</td></tr> <tr><td>Grupo</td><td>09</td></tr> <tr><td>Caserío</td><td>10</td></tr> <tr><td>Fundo</td><td>11</td></tr> </tbody> </table>	Tipo de Zona	Código	Urbanización	01	Pueblo Joven	02	Unidad Vecinal	03	Conjunto Habitacional	04	Asentamiento Humano	05	Cooperativa	06	Residencial	07	Zona Industrial	08	Grupo	09	Caserío	10	Fundo	11	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de Vía: Consigne los datos según la codificación del siguiente cuadro:</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Tipo de Vía</th> <th>Código</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Avenida</td><td>01</td></tr> <tr><td>Jirón</td><td>02</td></tr> <tr><td>Calle</td><td>03</td></tr> <tr><td>Pasaje</td><td>04</td></tr> <tr><td>Alameda</td><td>05</td></tr> <tr><td>Malecón</td><td>06</td></tr> <tr><td>Óvalo</td><td>07</td></tr> <tr><td>Parque</td><td>08</td></tr> <tr><td>Plaza</td><td>09</td></tr> <tr><td>Carretera</td><td>10</td></tr> <tr><td>Block</td><td>11</td></tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Número: Consigne el número correspondiente al domicilio, en caso cuente con uno.</li> <li>- Kilómetro: De encontrarse el domicilio en una carretera, consigne el número de kilómetro en el que se encuentra.</li> <li>- Manzana: De no contar el domicilio con un número/letra específico y se encuentre dentro de una manzana, consigne la letra/número de esta última.</li> <li>- Interior / Departamento: Deberá consignar el número/letra del interior o departamento del domicilio, en caso lo tuviera.</li> <li>- Lote: De haber indicado que el domicilio se encuentra en una manzana, deberá indicar el número/letra del lote.</li> <li>- Referencias: Indicar alguna referencia que facilite la ubicación del domicilio.</li> <li>- Condición del Inmueble: Indicar la condición del inmueble que declara como domicilio, pudiendo ser propio, alquilado, cedido en uso y otros (ver tabla 13).</li> </ul>	Tipo de Vía	Código	Avenida	01	Jirón	02	Calle	03	Pasaje	04	Alameda	05	Malecón	06	Óvalo	07	Parque	08	Plaza	09	Carretera	10	Block	11
Tipo de Zona	Código																																																
Urbanización	01																																																
Pueblo Joven	02																																																
Unidad Vecinal	03																																																
Conjunto Habitacional	04																																																
Asentamiento Humano	05																																																
Cooperativa	06																																																
Residencial	07																																																
Zona Industrial	08																																																
Grupo	09																																																
Caserío	10																																																
Fundo	11																																																
Tipo de Vía	Código																																																
Avenida	01																																																
Jirón	02																																																
Calle	03																																																
Pasaje	04																																																
Alameda	05																																																
Malecón	06																																																
Óvalo	07																																																
Parque	08																																																
Plaza	09																																																
Carretera	10																																																
Block	11																																																

Registro de marca

# Búsqueda de nombre



## Solicitud de Búsqueda de Antecedentes (Servicio Opcional)

Fonética	<input type="checkbox"/> (Marcar con un "X" la opción deseada)	Figurativa	<input type="checkbox"/>
----------	--	------------	--------------------------

### SOLICITANTE:

<b>Nombres y Apellidos / Razón Social</b> <small>(Nombre de la persona natural o jurídica a la que se emitirá la Boleta de Venta o Factura. Por favor, llene con letra clara y legible)</small>		<b>Nº DNI / Nº RUC / Nº C.E.</b>
<b>Teléfono:</b>	<b>E-mail:</b>	

Nota: Los resultados se entregarán con la presentación de la Boleta de Venta o Factura. Para el caso de Búsquedas Figurativas, el reporte o resultado se emitirá con el nombre aquí consignado.

### DATOS DE LA SOLICITUD:



Para atender su solicitud es **INDISPENSABLE** que consigne los siguientes datos:

ANTECEDENTES FONÉTICOS	
Denominación / Nombre del Titular	Clase (s)
ANTECEDENTES FIGURATIVOS (Debe adjuntar copia del logotipo)	
Descripción del logotipo	Clase (s)

#### Importante:

- Se deja constancia que la presente búsqueda de antecedentes no es definitiva para el registro de un signo, pues una vez presentada la solicitud, la Dirección de Signos Distintivos efectuará el examen correspondiente.
- La entrega del resultado o reporte de búsqueda de antecedentes fonéticos en una clase demora aproximadamente 30 minutos. La búsquedas de antecedentes fonéticos en más de una clase, por titular, denunciante y denunciado se entregarán en un día (01) hábil.
- Las búsquedas de antecedentes figurativos demorarán entre tres (03) y diez (10) días hábiles, dependiendo del número de clases solicitadas. El plazo se cuenta desde el día siguiente de su presentación y el resultado o reporte se entregará al día siguiente de vencido el plazo.
- El plazo máximo para recoger los reportes es de 30 días calendario, concluido ese plazo, la información será destruida y no habrá lugar a reclamo.

Solicitud de registro de marca

 <b>PERÚ</b> Presidencia del Consejo de Ministros 		
<b>DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS</b> <b>SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE</b>		
<b>1. DATOS DEL SOLICITANTE</b>		
<input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)		
<input type="checkbox"/> <b>PERSONA NATURAL</b>	<input type="checkbox"/> <b>PERSONA JURÍDICA</b> Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)		
Nacionalidad / País de Constitución:	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídicas RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):		
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú		
Dirección:		
Distrito: Referencias de domicilio:	Provincia:	Departamento:
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en <a href="http://www.indecopi.gob.pe">www.indecopi.gob.pe</a> ) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.		Número de teléfono fijo y/o celular
<b>2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):</b> (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)		
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.		
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)		
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____		
<b>3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)</b>		
N° de comprobante _____ Fecha de pago _____		
<b>4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):</b>		
<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)		
<b>5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):</b>		
5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)	
(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T.		
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 E-mail: <a href="mailto:asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe">asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe</a> / Web: <a href="http://www.indecopi.gob.pe">www.indecopi.gob.pe</a>		
F-MAR-03/03		

**6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR**

<p><b>6.1. Tipo de Marca:</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Denominativa</b> (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Denominativa con grafía</b> (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Mixta</b> (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Tridimensional</b> (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Figurativa</b> (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Otros:</b> _____</p>	<p><b>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</b></p>	<p><b>6.3. Reproducción del Signo</b></p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a> (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>						
<p><b>6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca:</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</p>								
<p><b>6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS</b> (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Clase</th> <th>Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)						
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)							

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B

**7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO**

<p><b>Firma</b> (conforme aparece en su documento de identidad)</p>	<p><b>Nombre y/o calidad del firmante</b></p>

**IMPORTANTE:** Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

**EXAMEN DE FORMA:** Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

**PLAZO DEL PROCEDIMIENTO:** 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.


INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL


Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800

E-mail: [asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe](mailto:asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe) / Web: [www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)

F-MAR-03/03

# Licencia de Funcionamiento

	<b>FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b> <small>LEY Nº 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias</small>			Versión: 01	Nº de expediente
				Página: 1 de 2	Fecha de recepción:
				Nº de recibo de pago:	
<b>I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marca más de una alternativa si corresponde)</b>					
<b>Licencia de funcionamiento</b> <input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal  <input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario: Tipo de anuncio (especificar) ..... <input type="checkbox"/> Licencia para cesionario  <input type="checkbox"/> Licencia para mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales.		<b>Cambios o modificaciones</b> <input type="checkbox"/> Modificación de área  <input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III) ..... Indicar nueva denominación o nombre comercial .....		<b>Otros</b> <input type="checkbox"/> Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III) Nº de licencia de funcionamiento ..... <input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completar secciones I, II y III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) Nº de licencia de funcionamiento ..... <input type="checkbox"/> Otros (especificar) .....	
<b>II DATOS DEL SOLICITANTE</b>					
Apellidos y Nombres/ Razón social					
Nº DNI / Nº C.E.		Nº RUC		Nº Teléfono	
Dirección					
Av./Jr./Ca./Pje./Otros		Nº/Int./Mz./Lt./Otros		Urb./AA.HH./Otros	
				Distrito y Provincia	
<b>III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO</b>					
Apellidos y Nombres			Nº DNI/Nº C.E.		Nº de partida electrónica y asiento de Inscripción SUNARP (de corresponder)
<b>IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>					
Nombre comercial					
Código CIU*		Giro/s*		Actividad	
Dirección					
Av./Jr./Ca./Pje./Otros		Nº/Int./Mz./LT./Otros		Urb./AA.HH./Otros	
				Provincia	
Autorización Sectorial (de corresponder)					
Entidad que otorga autorización		Denominación de la autorización sectorial		Fecha de autorización	
Área total solicitada (m²)			Croquis de ubicación		
			<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		
			<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		
			<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		
<small>*Esta información es llenada por el representante de la municipalidad.</small>					

	<b>FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b> <i>LEY N° 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias</i>	Versión: 01	N° de expediente
		Página: 2 de 2	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago:	
<b>V DECLARACIÓN JURADA</b>			
<b>Declaro (DE CORRESPONDER MARCA CON X)</b>			
Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativa, de la persona natural que represento).			
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riego, de conformidad con la legislación aplicable.			
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.			
Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).			
Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.			
<b>Observaciones o comentarios del solicitante:</b>  			
<b>Fecha:</b>  			
_____ <b>Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado</b>  <b>DNI:</b>  <b>Nombres y Apellidos:</b>			
<b>VI CALIFICACIÓN DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)*</b>			
<input type="checkbox"/> ITSE Riego bajo <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo medio <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo alto <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo muy alto			
_____ <b>Firma y sello del calificador municipal</b>  <b>Nombres y Apellidos:</b>			
*Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad			
<b>INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO</b>			
<b>Sección I:</b> Marca con una "X" en la casilla según la modalidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades", solo debe completar las secciones I, II y III. De haber marcado "Transferencia de Licencia de Funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completar las secciones I, II y III. <b>Nota:</b> Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular o un tercero va a realizar alguna de las actividades simultáneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la Producción mediante decreto Supremo N° .....-2017-PRODUCE, no corresponde utilizar este Formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento". Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de cajero corresponsal sin necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento ni realizar ningún trámite adicional.			
<b>Sección II:</b> en caso de persona natural, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.			
<b>Sección III:</b> En caso de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el apoderado indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En caso de representación de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).			
<b>Sección IV:</b> Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la zonificación. Los campos correspondientes al "Código CIU" y "Giro/s" son completados por el representante de la municipalidad. Para aquellas actividades que, conforme al D.S. N° 006-2013-PCM, requieran autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial. Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento. Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.			
<b>Sección V:</b> De corresponder, marca con una X.			
<b>Sección VI:</b> Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.			

Solicitud de Otorgamiento de autorización para prestar servicio especial de transporte turístico con informe de certificadora.

	<b>PERÚ</b>	Ministerio de Transportes y Comunicaciones	Viceministerio de Transportes	Dirección General de Transporte Terrestre																								
<b>DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTE TERRESTRE</b>																												
<b>ANEXO 004-A/15</b>	<b>SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE, SERVICIO DE TRANSPORTE ESPECIAL DE PERSONAS Y CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN</b>																											
<b>LLENAR SÓLO LOS CAMPOS QUE CORRESPONDAN AL SERVICIO SOLICITADO</b>																												
<b>I. DATOS DEL SOLICITANTE:</b>																												
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL																												
<b>II. TODOS LOS PROCEDIMIENTOS:</b>																												
<b>1. DECLARACIÓN JURADA</b>																												
<b>DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:</b>																												
1. Cumpliré permanentemente con el mantenimiento preventivo de la flota vehicular. <input type="checkbox"/> 2. Dispongo de una organización empresarial que me permite prestar el servicio de transporte turístico, satisfaciendo las necesidades de los usuarios, resguardando sus condiciones de seguridad y salud; así como protegiendo el ambiente y la comunidad en su conjunto. <input type="checkbox"/> 3. No me encuentro inhabilitado o suspendido para la prestación del servicio de transporte turístico. <input type="checkbox"/> 4. No tengo sanciones de multas impagas con resolución firme. <input type="checkbox"/> 5. Cuento con certificado de revisión técnica vigente. <input type="checkbox"/> 6. Cumplo con las condiciones y requisitos de acceso establecidos en la Sección II del RENAT. <input type="checkbox"/>																												
APELLIDOS Y NOMBRES			FIRMA DEL SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL																									
<b>III. TRANSPORTE TURÍSTICO INTERPROVINCIAL DE ÁMBITO NACIONAL:</b>																												
<b>1. ÁMBITO Y MODALIDAD (Permiso y Renovación de operación para transporte turístico o turismo de aventura)</b>																												
ÁMBITO DE OPERACIÓN: _____																												
TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE <input type="checkbox"/> TURISMO DE AVENTURA <input type="checkbox"/>																												
<b>2. RELACIÓN DE VEHÍCULOS OFERTADOS (Habilitación vehicular por incremento o sustitución para transporte turístico terrestre)</b>																												
Si los vehículos ofertados son mayores a 05 unidades adjuntar la relación de los mismos con los datos solicitados																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Número de placa de rodaje</th> <th style="width: 30%;">Propio/Arrend. Financ/Arrend. Operat.</th> <th style="width: 20%;">Categoría</th> <th style="width: 20%;">Clase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1. _____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>2. _____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>3. _____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>4. _____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>5. _____</td><td>_____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table>					Número de placa de rodaje	Propio/Arrend. Financ/Arrend. Operat.	Categoría	Clase	1. _____	_____	_____	_____	2. _____	_____	_____	_____	3. _____	_____	_____	_____	4. _____	_____	_____	_____	5. _____	_____	_____	_____
Número de placa de rodaje	Propio/Arrend. Financ/Arrend. Operat.	Categoría	Clase																									
1. _____	_____	_____	_____																									
2. _____	_____	_____	_____																									
3. _____	_____	_____	_____																									
4. _____	_____	_____	_____																									
5. _____	_____	_____	_____																									
<b>IV. CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN Y SERVICIO DE TRANSPORTE ESPECIAL DE PERSONAS (SERVICIO ESPECIAL COMUNAL DE TRANSPORTE DE PASAJEROS POR CARRETERA):</b>																												
<b>1. RELACIÓN DE PLACAS DE VEHÍCULOS</b>																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; vertical-align: top;">           Si los vehículos son mayores a 05 unidades adjuntar la relación de los mismos con los datos solicitados         </td> <td style="width: 30%;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Número de placa de rodaje</th> <th style="width: 20%;">Categoría</th> <th style="width: 50%;">Clase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>2. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>3. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>4. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>5. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table> </td> </tr> </table>					Si los vehículos son mayores a 05 unidades adjuntar la relación de los mismos con los datos solicitados	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Número de placa de rodaje</th> <th style="width: 20%;">Categoría</th> <th style="width: 50%;">Clase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>2. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>3. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>4. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>5. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table>	Número de placa de rodaje	Categoría	Clase	1. _____	_____	_____	2. _____	_____	_____	3. _____	_____	_____	4. _____	_____	_____	5. _____	_____	_____				
Si los vehículos son mayores a 05 unidades adjuntar la relación de los mismos con los datos solicitados	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Número de placa de rodaje</th> <th style="width: 20%;">Categoría</th> <th style="width: 50%;">Clase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>2. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>3. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>4. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>5. _____</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table>	Número de placa de rodaje	Categoría	Clase	1. _____	_____	_____	2. _____	_____	_____	3. _____	_____	_____	4. _____	_____	_____	5. _____	_____	_____									
Número de placa de rodaje	Categoría	Clase																										
1. _____	_____	_____																										
2. _____	_____	_____																										
3. _____	_____	_____																										
4. _____	_____	_____																										
5. _____	_____	_____																										
Croquis de la ruta por usar (sólo para servicio comunal de transporte de pasajeros por carretera: <b>Presentar en hoja anexa</b> )																												
<b>SÍRVASE COMPLETAR CON LETRA LEGIBLE</b>																												
<small>Oficina de Atención al Ciudadano y Gestión Documental</small>																												

ANEXO GRATUITO – LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMIENDAS

## PARA TODO TRÁMITE

### TENER EN CUENTA:

- A) El Anexo debe guardar relación con el Formulario correspondiente (mismo código 004/15)
- B) Los apellidos y nombres o la razón social deben ser iguales a los señalados en el Formulario.

## INSTRUCCIONES GENERALES

1. Toda referencia al Formulario es al de código 004/15.
2. Anexo para uso de solicitudes de servicio de transporte turístico interprovincial de ámbito nacional.
3. Anexo para uso de solicitudes de servicio de transporte especial de personas.
4. Anexo para solicitudes de constancia de inscripción en el registro de transporte terrestre.

## INSTRUCCIONES ESPECÍFICAS

### RUBRO I : DATOS DEL SOLICITANTE

Consigne sus datos tal como lo indicó en el formulario principal de acuerdo a lo señalado en el documento nacional de identidad o en la partida registral correspondiente.

### RUBRO II : TODOS LOS PROCEDIMIENTOS

Marcar con un aspa en la(s) declaración(es) jurada(s) que corresponda(n) de acuerdo al servicio solicitado en el Formulario:

#### Servicio de transporte turístico:

- Si marcó en el Formulario "Permiso de operación para transporte turístico o turismo de aventura" o Renovación del permiso de operación para transporte turístico o turismo de aventura (opciones 1, 2 y 3).
- Si marcó en el Formulario "Habilitación vehicular por incremento o sustitución para transporte turístico terrestre" (opción 4)

#### Servicio de transporte terrestre de trabajadores por carretera:

- Si marcó en el Formulario "Renovación del permiso de operación para transporte de trabajadores por carretera" (opción 6)

#### Servicio de transporte especial de personas:

- Si marcó en el Formulario "Permiso de operación para el servicio especial comunal de transporte de pasajeros" (opción 4)

### RUBRO III : TRANSPORTE TURÍSTICO INTERPROVINCIAL DE ÁMBITO NACIONAL

- **Opción 1:** Completar todos los campos si marcó en el Formulario "Permiso de operación para transporte turístico o turismo de aventura" o "Renovación de operación para transporte turístico o turismo de aventura".
- **Opción 2:** Completar todos los campos si marcó en el Formulario "Habilitación vehicular por incremento o sustitución para transporte turístico terrestre".

### RUBRO IV : CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN Y SERVICIO DE TRANSPORTE ESPECIAL DE PERSONAS (SERVICIO ESPECIAL COMUNAL DE TRANSPORTE DE PASAJEROS POR CARRETERA)

- Completar todos los campos si marcó en el Formulario "Constancia de inscripción en el registro de transporte terrestre" o "Permiso de operación para el servicio especial comunal de transporte de pasajeros".

### Sección II del RENAT (Reglamento Nacional de Administración de Transportes) aprobado por el Decreto Supremo N° 009-2004-MTC y modificatorias.

#### Artículo 38.- Características de los vehículos

Todo vehículo que se destine al servicio de transporte, deberá encontrarse en buen estado de funcionamiento, corresponder a la clasificación vehicular y reunir los requisitos técnicos generales y los requisitos especiales por la categoría del vehículo señaladas en el Reglamento Nacional de Vehículos, así como las características específicas del servicio señaladas en el presente reglamento o normas complementarias, según corresponda. Asimismo, deben llevar en las partes posterior y laterales material retroreflectivo en láminas que cumplan con las especificaciones técnicas establecidas en el Reglamento Nacional de Vehículos. La verificación del cumplimiento de esta disposición se acredita con el respectivo Certificado de Revisión Técnica.

#### Artículo 43.- Características específicas de los vehículos para el transporte de mercancías

Los vehículos que se destinen al servicio de transporte de mercancías deberán reunir las características técnicas generales y las características especiales por la clase del vehículo establecidas en el Reglamento Nacional de Vehículos y, en el caso del servicio de transporte de mercancías especiales, además, con lo previsto en su reglamentación específica.

#### Artículo 44.- Antigüedad de los vehículos de transporte terrestre

La antigüedad máxima de los vehículos para el acceso al transporte terrestre de personas de ámbito nacional y para el transporte terrestre de mercancías será de tres (3) años, la que se contará a partir del 1 de enero del año siguiente al de su fabricación y permanecerán en el servicio en tanto acrediten la aprobación de la respectiva revisión técnica.

La antigüedad máxima de permanencia en el servicio de los vehículos para la prestación del servicio de transporte interprovincial regular de personas de ámbito nacional será de quince (15) años, vencido el cual, la autoridad competente, de oficio, procederá a la inhabilitación del vehículo del registro administrativo correspondiente. Se exceptúa de esta medida a las unidades vehiculares que a la fecha de la entrada en vigencia de la presente norma modificatoria se encuentren inscritos y cuenten con Certificado de Habilitación o Tarjeta Única de Circulación, siempre que acredite su operatividad con la revisión técnica, en cuyo caso podrán seguir prestando el servicio hasta cumplir veinte (20) años de antigüedad.

En el caso de transporte de mercancías no estarán sujetos a la antigüedad de permanencia en el servicio, siempre que a la entrada en vigencia de la presente disposición se encuentren inscritos en el Registro Nacional de Transporte Terrestre.

La autoridad regional o provincial, según su competencia determinará el plazo en el que será aplicable en su jurisdicción, la antigüedad máxima de permanencia en el servicio establecida en el presente artículo, de acuerdo a la realidad de su parque automotor.

El transporte interprovincial regular en automóviles colectivos se registrará por las normas especiales de la materia.

## CLASIFICACIÓN VEHICULAR

### Categoría M: Vehículos automotores de cuatro ruedas o más diseñados y construidos para el transporte de pasajeros.

M1	:	Vehículos de ocho asientos o menos, sin contar el asiento del conductor.
M2	:	Vehículos de más de ocho asientos, sin contar el asiento del conductor y peso bruto vehicular de 5 toneladas o menos.
M3	:	Vehículos de más de ocho asientos, sin contar el asiento del conductor y peso bruto vehicular de más de 5 toneladas.

Los vehículos de las categorías M2 y M3, a su vez de acuerdo a la disposición de los pasajeros se clasifican en:

Clase I	:	Vehículos construidos con áreas para pasajeros de pie permitiendo el desplazamiento frecuente de éstos
Clase II	:	Vehículos construidos principalmente para el transporte de pasajeros sentados y, también diseñados para permitir el transporte de pasajeros de pie en el pasadizo y/o en un área que no excede el espacio provisto para dos asientos dobles.
Clase III	:	Vehículos construidos exclusivamente para el transporte de pasajeros sentados.

Oficina de Atención al Ciudadano y Gestión Documental



Yo, Suca Apaza Guido Rene, Docente asesor de tesis de la EP de Ingeniería Empresarial de la Universidad Cesar Vallejo, Lima Norte, revisor(a) de la Tesis Titulada: "Plan de negocio para la creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas – 2019", de las estudiantes Peña Soto Mirsa Luz y Rosales Medina Carmen Celeste; constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 11 de diciembre del 2019



.....  
**Mg. Guido Rene Suca Apaza**  
 EP Ingeniería Empresarial

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

Proyecto de investigación

“Plan de negocio para la creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas - 2019”

AUTORES:

Peña Soto Mirsa Luz

<https://orcid.org/0000-0002-4481-6832>

Rosales Medina Carmen Celeste

<https://orcid.org/0000-0002-6894-0838>

ASESOR:

Guido Rene Suca Apaza

<https://orcid.org/0000-0002-5340-1405>

**Resumen de coincidencias** X

**24 %**

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %	>
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %	>
3	ingenioempresa.com Fuente de Internet	1 %	>
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %	>
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %	>
6	Entregado a Pontificia ...	1 %	>



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE  
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 10  
Fecha : 10-06-2019  
Página : 1 de 1

Yo Peña Soto Mirsa Luz, identificado con DNI N.º 72526997 y Rosales Medina Carmen Celeste con DNI N.º 72262067, egresadas de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial de la Universidad César Vallejo, autorizo (  ) , No autorizo (  ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Plan de negocio para la creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajista Nor Yauyos Cochas - 2019"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

  
FIRMA

DNI: 72526997

  
FIRMA

DNI: 72262067

FECHA: 11 de diciembre del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela Académico Profesional de Ingeniería Empresarial

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Peña Soto Mirsa Luz

Rosales Medina Carmen Celeste

INFORME TITULADO:

Plan de negocio para la creación de una empresa operadora de turismo con destino a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas - 2019

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Ingeniera Empresarial

---

SUSTENTADO EN FECHA: 11/12/2019

NOTA O MENCIÓN: 14

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

Mg. Guido Rene Suca Apaza