



PERÚ

Ministerio  
de Economía y Finanzas

# PAUTA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL MARCO DE LA LEY PROCOMPITE



## Turismo

**PROCOMPITE**

Herramienta poderosa de fomento del  
Desarrollo Económico Regional y Local



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA  
Y RIEGO



# PAUTA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL MARCO DE LA LEY PROCOMPITE



**Pauta Metodológica para la elaboración de Planes de Negocio de Turismo Rural Comunitario en el marco de la Ley PROCOMPITE**

Ministerio de Economía y Finanzas  
Dirección General de Inversión Pública

Ministerio de Agricultura y Riego  
Sierra Exportadora  
Dirección de Desarrollo Productivo Territorial

**Responsable de contenido y edición**  
Dirección General de Inversión Pública  
Unidad Técnica de PROCOMPITE

El presente documento recoge los aportes del Eco. Manuel Aparicio Acurio y de la Consultora Julissa Sotil Chávez, de los funcionarios de la Dirección General de Inversión Pública y la Unidad Técnica de PROCOMPITE.

**Edición**  
Corrección: Maria Elena Alvarado Lobatón  
Diseño y diagramación: Nylda Maribel Ataucuri Garcia  
Julio 2016

© Ministerio de Economía y Finanzas

La información contenida en esta pauta puede ser reproducida parcial o totalmente, siempre y cuando se mencione la fuente de origen y se envíe un ejemplar a la Dirección General de Inversión Pública del Ministerio de Economía y Finanzas (Jr. Junín 319- Lima, Perú).



## Presentación

La Dirección General de Inversión Pública, órgano rector del Sistema Nacional de Inversión Pública, tiene también bajo su rectoría la implementación de PROCOMPITE, cuya finalidad es establecer las disposiciones para apoyar la competitividad productiva, mediante el fortalecimiento de cadenas productivas, para lo cual es necesario la implementación de normas, procedimientos e instrumentos metodológicos que conlleven a optimizar los procesos de gestión pública en los Gobiernos Subnacionales.

PROCOMPITE es una estrategia prioritaria del Estado, creada mediante la Ley N° 29337, que tiene como objetivo promover el desarrollo de propuestas productivas de los Agentes Económicos Organizados (AEO), orientado a mejorar la competitividad y la sostenibilidad de cadenas productivas, mediante la mejora tecnológica y/o innovación (desarrollo, adaptación, mejora y transferencia de tecnología). Con tal propósito, PROCOMPITE brinda a los AEO financiamiento no reembolsable mediante la transferencia de infraestructura, maquinaria, equipos, insumos, materiales y servicios, exclusivamente en zonas donde la inversión privada es insuficiente, para lograr el desarrollo competitivo y sostenible de las cadenas productivas. El mecanismo de asignación se realiza mediante procesos concursables, para lo cual los gobiernos regionales y gobiernos locales pueden destinar hasta el diez por ciento (10%) de los recursos presupuestados para proyectos de inversión con excepción de los recursos de operaciones oficiales de crédito, donaciones y transferencias.

En ese marco, con la finalidad de normar y mejorar los procedimientos para la elaboración de Planes de Negocio, es necesario la implementación de pautas metodológicas como instrumentos técnicos que permitan garantizar la calidad en la formulación de Planes de Negocio a ser cofinanciados con los recursos destinados a PROCOMPITE, es por ello que el presente documento denominado “PAUTA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL MARCO DE LA LEY PROCOMPITE”, ha sido elaborado con la colaboración de Sierra Exportadora y el Ministerio de Economía y Finanzas, el cual contiene la metodología que se debe seguir en la formulación y evaluación de planes de negocios en el marco de PROCOMPITE, instrumento que estará al alcance de los Gobiernos Subnacionales.

La pauta metodológica está enfocada, principalmente, en tres servicios (ecoturístico, cultural y recreativo), y sus servicios complementarios como alojamiento y alimentación y bebidas en el área rural.



# Contenido

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	3
<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	9
<b>2. ASPECTOS GENERALES</b> .....	17
2.1. Nombre de la propuesta productiva y su localización.....	17
2.2. Responsables .....	23
2.3. Objetivos estratégicos y descripción de la propuesta productiva .....	24
a) Misión y visión del negocio.....	24
b) Objetivos de la propuesta productiva.....	25
c) Descripción de la propuesta productiva de TRC.....	26
2.4. Marco de referencia .....	29
a) Antecedentes.....	29
b) Pertinencia de la propuesta productiva.....	30
c) Justificación de la propuesta productiva.....	32
<b>3. SERVICIOS TURÍSTICOS PRIVADOS DE EMPRENDIMIENTO TRC Y LA CADENA PRODUCTIVA DE TRC</b> .....	35
3.1. El servicio de la propuesta de negocio del TRC.....	35
a) Servicio principal y subservicios.....	35
b) Servicios complementarios.....	37
c) Servicios sustitutos y similares.....	38
3.2. Diagnóstico de la situación actual del servicio turístico.....	38
3.3. Cadena productiva de TRC .....	41
a) Identificación y análisis de la cadena productiva .....	41
b) Factores limitativos de la cadena productiva para su desarrollo competitivo y sostenible.....	48
3.4. Alianzas estratégicas.....	50
<b>4. POBLACION BENEFICIARIA</b> .....	53
4.1. Población beneficiaria y características demográficas.....	53
4.2. Situación socioeconómica .....	54
<b>5. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	59
5.1. Análisis de la demanda para un Plan de Negocio de TRC.....	61
a) Demanda actual.....	62
b) Características de la demanda actual para un Plan de Negocio de TRC.....	64
c) Proyección de la demanda actual .....	65

5.2.	Análisis de la oferta del servicio de TRC.....	78
a)	Oferta actual.....	78
b)	Características de la oferta actual para un Plan de Negocio de TRC.....	79
c)	Análisis cuantitativo y proyección de la oferta para un Plan de Negocio de TRC.....	81
5.3.	Estructura de mercado para un Plan de Negocio de TRC .....	82
5.4.	Brecha demanda-oferta.....	82
a)	Determinación de la brecha cuantitativa.....	82
b)	Evidencias de existencia de mercado de TRC.....	86
5.5.	Estrategia de marketing.....	87
a)	Estrategia de servicio.....	87
b)	Estrategia de precio.....	89
c)	Estrategia de la plaza .....	90
d)	Estrategia de promociones.....	91
<b>6.</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>93</b>
6.1.	Proceso de producción.....	93
a)	Descripción del proceso de prestación del servicio turístico privado-TRC .....	93
b)	Mejora tecnológica de la propuesta .....	104
c)	Aspectos técnicos del servicio.....	106
6.2.	Tamaño .....	107
a)	Factores condicionantes del tamaño .....	107
b)	Capacidad productiva de la propuesta productiva de TRC.....	108
6.3.	Localización.....	111
a)	Justificación de la localización.....	111
b)	Descripción de la localización .....	111
-	Macrolocalización.....	111
-	Microlocalización.....	111
6.4.	Análisis de requerimientos de recursos.....	113
a)	Plan de ventas .....	113
b)	Plan de producción.....	114
c)	Requerimiento de infraestructura.....	115
d)	Requerimiento de maquinaria, equipos y herramientas.....	123
e)	Requerimiento de materiales e insumos .....	126
f)	Requerimiento de servicios.....	127
g)	Requerimiento de recursos humanos.....	128
h)	Licencias, permisos, entre otros.....	132
<b>7.</b>	<b>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN .....</b>	<b>133</b>
7.1.	Modalidad de constitución del Agente Económico Organizado (AEO).....	133
7.2.	Estructura orgánica del AEO.....	134
7.3.	Gestión para el control y seguimiento de la operación .....	134
7.4.	Gestión de riesgos .....	136
<b>8.</b>	<b>ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL.....</b>	<b>139</b>
<b>9.</b>	<b>CALENDARIO.....</b>	<b>141</b>
<b>10.</b>	<b>ESTUDIOS FINANCIEROS.....</b>	<b>143</b>

10.1. Inversiones .....	143
10.2. Costos totales .....	153
10.3. Determinación de ingresos.....	160
10.4. Financiamiento de inversión .....	162
10.5. Estados financieros .....	162
a) Estado de resultados .....	162
b) Flujo de caja .....	164
10.6. Análisis del punto de equilibrio.....	166
10.7. Evaluación de la rentabilidad financiera .....	168
a) Valor Actual Neto (VAN).....	169
b) Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	170
10.8. Análisis de sensibilidad.....	171
10.9. Cronograma de ejecución física y financiera .....	173
<b>11. ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD .....</b>	<b>175</b>
<b>12. INDICADORES DE RESULTADOS E IMPACTO .....</b>	<b>177</b>
12.1. Indicadores de línea de base.....	177
12.2. Indicadores de impacto .....	177
<b>13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>179</b>
13.1. Conclusiones .....	179
13.2. Recomendaciones .....	179
<b>ANEXOS .....</b>	<b>181</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>197</b>



# 1

## RESUMEN EJECUTIVO

### A. Información general

El presente Plan de Negocio<sup>1</sup> tiene por denominación “Creación de los servicios turísticos privados de Turismo Rural Comunitario en el emprendimiento Pacucha, provincia de Andahuaylas, región Apurímac”. La elaboración del presente estudio estará a cargo de la subgerencia de MYPE del Gobierno Regional de Apurímac, mientras que la Gerencia Regional de Desarrollo Económico del Gobierno Regional de Apurímac tendrá la responsabilidad de ejecutarlo, y la operación y sostenibilidad estará a cargo de la asociación AMPI.

### B. Descripción de la propuesta productiva

El Plan de Negocio busca implementar servicios de Turismo Rural Comunitario (TRC) bajo la operación de la Asociación AMPI, la cual busca entregar a los turistas una experiencia memorable referente a servicios ecoturísticos, culturales y recreativos en el área rural, logrando así la revalorización del patrimonio cultural y natural, con servicios de calidad y competitivos para el mercado nacional e internacional. Asimismo, brindar servicios complementarios como alojamiento, alimentación y bebidas.

### C. Factores limitativos de la cadena productiva para su desarrollo competitivo y sostenible

La mayoría de operadores turísticos, se encuentran ubicados en la ciudad de Andahuaylas, y en menor cantidad en el distrito de Pacucha (cerca de los recursos turísticos). En la comunidad campesina AMPI existe limitada inversión privada para el sector turismo, es por ello que la elaboración del presente Plan de Negocio ayudará a reducir las limitaciones que se presentan actualmente.

<sup>1</sup> Durante la elaboración de todo Plan de Negocio de TRC en el marco de PROCOMPITE, considerar:

- a) La zona de intervención debe estar dentro del Plan de Desarrollo Turístico del GR o GL, vinculado al PENTUR - PERTUR.
- b) Los recursos turísticos involucrados en el Plan de Negocio deben estar registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos.
- c) En el caso de desarrollarse en zonas que involucren recursos turísticos culturales, se debe contar con la opinión favorable del Ministerio de Cultura.
- d) En el caso de recursos turísticos vinculados a Áreas Naturales Protegidas, se debe contar con la opinión favorable del SERNANP.
- e) Mantener una coordinación estrecha y permanente con el MINCETUR en el marco de la Estrategia Nacional de Turismo Rural Comunitario, especialmente en cuanto a la priorización y revisión del Plan de Negocio.
- f) Debe existir facilidades de acceso hacia el emprendimiento.

Asimismo, existe una gran debilidad de las instituciones públicas por apoyar a la inversión privada, pues no se ha generado alianzas estratégicas con entidades y conciencia en la población sobre la cultura empresarial y competitiva.

#### D. Determinación de la brecha demanda-oferta

Para la determinación de la demanda y oferta se han utilizado los siguientes supuestos y parámetros:

Primero se estima la población demandante referencial de turistas en base a los arribos nacionales y extranjeros y luego se realiza la proyección para los años 2017-2021 mediante el método de regresión lineal, posteriormente se calcula la estimación de la demanda potencial, que resulta de multiplicar la demanda referencial por el Factor de Demanda Potencial (FDP), que es la proporción de la población de referencia que estaría dispuesta a realizar actividades de turismo rural comunitario vinculados al emprendimiento de TRC.

Luego se procede a realizar el cálculo de la demanda efectiva, que se obtiene calculando el Factor de la Demanda Efectiva (FDE). Este factor es la proporción de la demanda potencial que efectivamente tendría disponibilidad al consumo de actividades turísticas ofrecidas por el emprendimiento de TRC en análisis.

Como último paso, se calcula la demanda efectiva por servicio, que es el resultado de la población demandante efectiva por el porcentaje de frecuencia del uso de cada tipo de servicio.

Para el cálculo de la oferta, se considera que la oferta es cero, puesto que el servicio de TRC no se brinda con calidad.

La demanda insatisfecha se muestra en el cuadro siguiente, en donde se observa que existe demanda insatisfecha que debemos atender.

#### Balance demanda-oferta (servicio ecoturístico)

**Tabla N° 1. Balance demanda con Plan de Negocio – Oferta actual (turistas/año)**

TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Oferta actual		0	0	0	0	0	0
Demanda incremental efectiva		12,221	12,661	13,102	13,542	13,982	14,423
<b>Brecha D-O</b>		12,221	12,661	13,102	13,542	13,982	14,423

Elaboración propia.

## Balance demanda-oferta (servicio cultural)

Tabla N° 2. Balance demanda con Plan de Negocio-Oferta actual (turistas/año)

TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Oferta actual	0	0	0	0	0	0	
Demanda incremental efectiva	11,413	11,823	12,234	12,645	13,055	13,466	
<b>Brecha D-O</b>	11,413	11,823	12,234	12,645	13,055	13,466	

Elaboración propia.

## Balance demanda-oferta (servicio recreativo)

Tabla N° 3. Balance demanda con Plan de Negocio-Oferta actual (turistas/año)

TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Oferta actual	0	0	0	0	0	0	
Demanda incremental efectiva	11,199	11,602	12,007	12,411	12,814	13,218	
<b>Brecha D-O</b>	11,199	11,602	12,007	12,411	12,814	13,218	

Elaboración propia.

## Balance demanda-oferta (servicio alojamiento rural)

Tabla N° 4. Balance demanda con Plan de Negocio-Oferta actual (turistas/año)

TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Oferta actual	0	0	0	0	0	0	
Demanda incremental efectiva	12,642	13,096	13,551	14,005	14,459	14,914	
<b>Brecha D-O</b>	12,642	13,096	13,551	14,005	14,459	14,914	

Elaboración propia.

## Balance Demanda-oferta (servicio alimentación y bebida en el área rural)

Tabla N° 5. Balance demanda con Plan de Negocio-Oferta actual (turistas/año)

TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Oferta actual	0	0	0	0	0	0	
Demanda incremental efectiva	15,293	15,843	16,393	16,943	17,492	18,042	
<b>Brecha D-O</b>	15,293	15,843	16,393	16,943	17,492	18,042	

Elaboración propia.

## E. Análisis técnico de la propuesta productiva

Considerando los servicios turísticos principales (ecoturístico, cultural y recreativo) y complementarios (alojamiento rural y alimentación y bebida en el área rural) que se ofrecerán, a continuación se muestra el detalle de tamaño para cada uno de estos ítems.

**Tabla N° 6. Tamaño para el servicio ecoturístico**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO ECOTURÍSTICO "OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA"							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total</b>		<b>13,346</b>	<b>13,817</b>	<b>14,289</b>	<b>14,761</b>	<b>15,232</b>	<b>15,704</b>
N° de Visitantes/día		37	38	40	41	42	44

Elaboración propia.

**Tabla N° 7. Tamaño para el servicio cultural**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO CULTURAL							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total</b>		<b>12,538</b>	<b>12,980</b>	<b>13,422</b>	<b>13,864</b>	<b>14,305</b>	<b>14,747</b>
N° de visitantes/día		35	36	37	39	40	41

Elaboración propia.

**Tabla N° 8. Tamaño para el servicio recreativo**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO RECREATIVO							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total</b>		<b>12,324</b>	<b>12,759</b>	<b>13,194</b>	<b>13,630</b>	<b>14,064</b>	<b>14,500</b>
N° de visitantes/día		34	35	37	38	39	40

Elaboración propia.

**Tabla N° 9. Tamaño para el servicio de alojamiento rural**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total al 100% ocupabilidad</b>		<b>13,767</b>	<b>14,252</b>	<b>14,738</b>	<b>15,224</b>	<b>15,709</b>	<b>16,195</b>
<b>Total al 40% ocupabilidad</b>		<b>5,507</b>	<b>5,701</b>	<b>5,895</b>	<b>6,090</b>	<b>6,284</b>	<b>6,478</b>
N° de camas al 40% de ocupabilidad		15	16	16	17	17	18

Elaboración propia.

**Tabla N° 10. Tamaño para el servicio de alimentación y bebida**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL ÁREA RURAL							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total al 100% ocupabilidad</b>		<b>16,419</b>	<b>16,999</b>	<b>17,580</b>	<b>18,162</b>	<b>18,742</b>	<b>19,323</b>
<b>Total al 30% ocupabilidad (comensal)</b>		<b>4,926</b>	<b>5,100</b>	<b>5,274</b>	<b>5,448</b>	<b>5,623</b>	<b>5,797</b>
N° de sillas por día		14	14	15	15	16	16
N° de mesas		4	4	4	4	4	4

Elaboración propia.

## F. Organización y gestión

La organización está conformada por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, fiscal y vocal, cada cual con responsabilidades definidas a fin de garantizar una buena gestión.

## G. Impacto ambiental

No se generan impactos negativos al medio socioeconómico, biológico y físico, para lo cual de generarse alguna externalidad negativa se han considerado los mecanismos según la matriz de chequeo ambiental que forma parte del Plan de Negocio.

## H. Costo de inversión y fuentes de financiamiento

La implementación y operación del Plan de Negocio demanda de inversiones según se indica en el cuadro siguiente:

**Tabla N° 11. Estructura de la inversión**

CONCEPTO	TOTAL
<b>I. INVERSIÓN FIJA</b>	<b>1'345,008.06</b>
<b>I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>	<b>1'144,650.28</b>
I.1.1. TERRENOS Y OBRAS CIVILES	997,606.60
I.1.2. MAQUINARIA Y EQUIPO	54,380.30
I.1.3. VEHÍCULOS	52,000.00
I.1.4. MUEBLES Y ENSERES	40,663.38
<b>I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>	<b>200,357.78</b>
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>65,489.27</b>
<b>III. GASTOS GENERALES (5%) IF</b>	<b>67,250.40</b>
<b>IV. GASTOS DE SUPERVISIÓN (3%) IF</b>	<b>40,350.24</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>S/ 1'518,097.98</b>

Elaboración propia.

## I. Evaluación de rentabilidad financiera

La propuesta productiva presenta una rentabilidad financiera según se indica en el cuadro siguiente:

**Tabla N° 12. Rentabilidad financiera**

INDICADORES DE RENTABILIDAD	
VANE	S/ 1'633,762.18
VANF	S/ 1'553,617.77
TIRE	55.17%
TIRF	63.98%

Elaboración propia.

## J. Sostenibilidad de la propuesta productiva

- Alianzas estratégicas con el Gobierno Regional de Apurímac, quienes a través de la Gerencia de Desarrollo Económico, brindarán la asistencia técnica hasta lograr la consolidación en cumplimiento a un convenio suscrito; por otro lado, la Municipalidad Provincial de Andahuaylas-Canas, también se ha comprometido en hacer labores de acompañamiento como parte de las metas en temas de desarrollo económico local.
- La capacidad de generación de ingresos estará asegurada, pues se obtiene como resultado de las ventas de los distintos servicios turísticos rurales, y se espera el incremento de turistas tanto nacionales y extranjeros en toda la provincia.
- El AEO, a través de su Junta Directiva ha demostrado capacidad de gestión. Se tiene el compromiso de continuar con el apoyo de entidades del estado y agentes cooperantes que permita implementar una mejora continua en todo el aparato productivo.
- El AEO, es una organización sólida que viene trabajando hace más de ocho años, cuyos socios tienen el compromiso de mantener la unidad y fortalecer la organización, quienes manifiestan que con la ejecución del Plan de Negocio es una oportunidad para incursionar con mayor participación en el ámbito empresarial, lo que permitirá mejorar sus condiciones de vida.
- El AEO, está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y son conscientes que para ser más competitivos es necesario adaptarse a cambios tecnológicos e innovar permanentemente.

## K. Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

- La Asociación AMPI necesita de la inversión privada para la ejecución de actividades que permitan un adecuado desarrollo de la actividad turística, ello se logrará mediante la elaboración de planes de negocios y su posterior ejecución.

- Según las encuestas existe una demanda insatisfecha para los servicios, debido a la cantidad de turistas que visitan la Asociación AMPI, pero no reciben adecuada atención.
- A través de la creación de servicios principales (ecoturístico, cultural y creativo) y servicios complementarios (alojamiento y alimentación y bebidas en restaurante en el área rural), se incrementará el flujo de visitas en la zona, lo cual permitirá dinamizar la economía del ámbito geográfico donde se localiza el emprendimiento.
- La existencia de nuevas tecnologías y su adaptación permitirá brindar servicios turísticos más eficaces y eficientes.
- Con la implementación de la propuesta productiva se aumentará el 80% de nivel de ingresos de la población, esto a su vez indica un mejor nivel de vida.
- La asociación se encuentra debidamente organizada; además, de concretar alianzas con el gobierno regional y local para mejorar y recibir continua asistencia técnica.
- El Plan de Negocio de TRC-Asociación AMPI es viable comercialmente, técnicamente, legalmente, organizacionalmente, ambientalmente y económicamente. Así lo demuestran las cifras de análisis del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

### **Recomendaciones**

- En términos de elegibilidad técnica, el Plan de Negocio cumple para ser aprobado, por lo que se recomienda su aprobación como parte de uno de los criterios de evaluación, para lo cual el comité deberá evaluar los criterios adicionales de elegibilidad cualitativa y criterio de selección.
- Se recomienda seguir con los procedimientos del proceso concursable PROCOMPITE, en el marco de la Ley N° 29337 y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 103-2012-EF.
- Se recomienda que después de su aprobación, se emita la respectiva resolución, aprobando el Plan de Negocio y posteriormente sea remitido a la OPI para su registro en el aplicativo SI-PROCOMPITE y solicitar el código único para iniciar su ejecución.



## 2 ASPECTOS GENERALES

Se describe brevemente la denominación del negocio y su localización, los responsables, los objetivos estratégicos, descripción de la propuesta productiva y el marco de referencia.

### 2.1. Nombre de la propuesta productiva y su localización

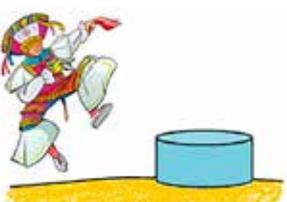
El nombre de la propuesta productiva PROCOMPITE debe ser claro y preciso, indicando su tipo de intervención, servicios a ofrecer (ecoturísticos, culturales, recreativos, alojamiento rural, y/o servicios de alimentación y bebidas en el ámbito rural) y la localización geográfica (presentar un mapa y/o croquis de la localización específica).

Por lo tanto el nombre debe tener tres componentes principales, que son:

#### a) Naturaleza de la actividad privada

Depende del objetivo que pretende lograr el proyecto. Además, son las principales acciones que ejecutará el Plan de Negocio para solucionar el problema identificado. Los tipos de intervención pueden ser:

**Tabla N° 13. Naturaleza de la actividad**

SITUACIÓN A	TIPO	SITUACIÓN B	DESCRIPCIÓN
	<b>Creación</b>		Intervenciones que permiten brindar a los visitantes servicios turísticos privados en el marco del TRC que actualmente no existen.
	<b>Mejoramiento</b>		Intervenciones que permiten mejorar una o más características de los servicios turísticos privados en el marco del TRC existentes para la atención del mismo número de visitantes.

SITUACIÓN A	TIPO	SITUACIÓN B	DESCRIPCIÓN
	Ampliación		Instalaciones que permiten incrementar la cobertura de los servicios turísticos privados en el marco del TRC.

Elaboración propia.

## b) Objeto de la intervención

Es la intervención en los servicios turísticos privados que se van a realizar, dependiendo de las características del emprendimiento de TRC, en algunos casos el conjunto o parte de los servicios prestados. A continuación se presenta la clasificación de estos servicios:

**Servicios ecoturísticos, culturales y recreativos en el área rural (servicio principal):** Son los servicios que permiten el desarrollo de actividades ecoturísticas, culturales y recreativas programadas, tales como: observación de flora y fauna, interpretaciones culturales (musicales, danzas, etc.), guiado en el patrimonio cultural, participación en caminatas, paseo en bote, entre otros, que sean realizadas por los visitantes en forma individual o colectiva.

**Servicios de alojamiento rural:** Son los servicios que se brinda en viviendas y/o instalaciones dependencias anexas a las mismas, en la cual sus residentes permanentes proveen a los huéspedes de servicios de pernocte por un periodo mayor a una noche, que permita la realización de actividades turísticas relacionadas al medio rural que constituyen un elemento de interés para los huéspedes.

**Servicios de alimentación y bebidas en el área rural:** Permite la preparación y servicio de alimentos y bebidas a los visitantes, en un establecimiento o recinto en condiciones salubres y de calidad, preparados mayoritariamente con productos originarios naturales de la zona y considerando la gastronomía local.

Estos dos últimos servicios, podrían ser complementarios al servicio principal.

**Tabla N° 14. Ejemplos de servicios turísticos privados en el marco del turismo rural comunitario**

SERVICIOS ECOTURÍSTICOS, CULTURALES Y RECREATIVOS EN EL ÁREA RURAL	SERVICIOS DE ALOJAMIENTO RURAL	SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL ÁREA RURAL
Observación de flora (plantas terrestres, acuáticas, etc.) y fauna (aves, peces, mamíferos, insectos, etc.).	Servicios de hospedaje rural	Restaurante rural
Interpretación cultural en patrimonio cultural material (monumentos arqueológicos, históricos, etc.) e inmateriales (danzas, fiestas, rituales, etc.).	Servicios de casa hospedaje	Entre otros
Caminatas.	Servicio de campamento	

SERVICIOS ECOTURÍSTICOS, CULTURALES Y RECREATIVOS EN EL ÁREA RURAL	SERVICIOS DE ALOJAMIENTO RURAL	SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL ÁREA RURAL
Ciclismo, paseo a caballo, motocrós, etc.	Entre otros	
Exposición participativa de tejido y artesanía.		
Exhibición de rituales andinos (demostración de pago a la tierra, observación e interpretación de estrellas, etc.).		
Pesca artesanal.		
Paseo en bote, cayac, canotaje, etc.		
Entre otros.		

Elaboración propia.

**Tabla N° 15. Listado de servicios ecoturísticos, culturales y recreativos en el área rural**

SERVICIOS ECOTURÍSTICOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de observación de flora y fauna.</li> <li>• Servicio de disfrute del paisaje.</li> <li>• Servicio de interpretación natural.</li> <li>• Servicio de orientación turística.</li> <li>• Servicio de información turística.</li> <li>• Servicio de embarque y desembarque turístico.</li> <li>• Entre otros.</li> </ul>
SERVICIOS CULTURALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminatas culturales guiadas diurnas y nocturnas.</li> <li>• Música y danza.</li> <li>• Exposiciones participativas de tejido y artesanía.</li> <li>• Rituales andinos (demostración de pago a la tierra, observación e interpretación de estrellas, etc).</li> <li>• Participación en faenas agrícolas y ganaderas.</li> <li>• Participación en faenas de producción de productos medicinales.</li> <li>• Visitas guiadas al Centro de Interpretación Local.</li> <li>• Talleres de arte (pintura, teatro, tejido, cerámica, música, etc.).</li> <li>• Visita a parcelas de plantas medicinales.</li> <li>• Visita centros de interpretación cultural.</li> <li>• Servicio privado de visita a iglesias, casonas y/o otros inmuebles históricos</li> <li>• Servicio privado de visita a sitios arqueológicos.</li> <li>• Servicio de interpretación cultural.</li> <li>• Entre otros.</li> </ul>
SERVICIOS DE RECREACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de caminata.</li> <li>• Servicio de paseo en bote.</li> <li>• Servicio de ciclismo.</li> <li>• Servicio de paseo a caballos.</li> <li>• Servicio de cuatrimoto, motocross.</li> <li>• Servicio de paracaidismo.</li> <li>• Servicio de canotaje.</li> <li>• Servicio de sky acuático.</li> <li>• Servicio de montañismo.</li> <li>• Visita a las aguas termales.</li> <li>• Pesca artesanal.</li> <li>• Entre otros.</li> </ul>

Elaboración propia.

## Pago a la tierra

Representación gráfica de un servicio principal (pago a la tierra).

**Gráfico N° 1. Servicio principal – Pago a la Tierra**



Elaboración propia.

**Nota:** La Asociación AMPI presenta potencialidades culturales, ecoturísticas y recreativas, por ello se diferencia de otros emprendimientos de TRC.

### c) Localización geográfica

Se trata de precisar la denominación del área de influencia o ámbito de acción del Plan de Negocio donde se crearán, mejorarán o ampliarán los servicios del turismo rural comunitario.

Se debe adjuntar un croquis que incluya el nombre del recurso turístico<sup>2</sup> de TRC, el emprendimiento<sup>3</sup>, centro poblado, el distrito, la provincia y el departamento. Los mapas deben estar georeferenciados con coordenadas UTM WGS 84; asimismo, se señalará el código ubigeo (en caso tenga) del centro o los centros poblados considerados.

<sup>2</sup> Espacio geográfico determinado con rasgos propios de cultura viva, clima, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación en el área rural. Elaboración propia.

<sup>3</sup> Es un conjunto de acciones realizadas como producto de la interacción de gestores y emprendedores, que permitirán la prestación de servicios turísticos públicos y privados, los cuales se encontrarán articulados de acuerdo con una ruta de visita turística en un ámbito rural determinado.

## Gráfico N° 2. Esquema de la localización geográfica



Elaboración propia.

A continuación, se presenta la tabla con la información correspondiente al nombre y localización del Plan de Negocio del TRC. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI.

**Tabla N° 16. Nombre del Plan de Negocio**

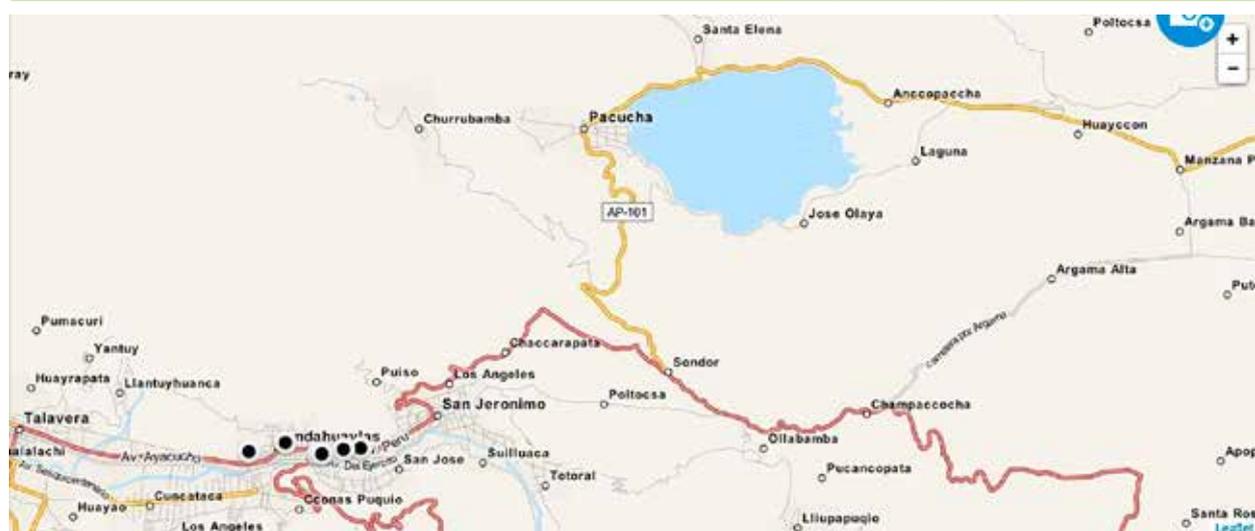
¿QUÉ SE VA A HACER?	¿CUÁL ES EL PROPÓSITO Y CUÁL EL PRODUCTO O SERVICIO?	¿ÁMBITO DE INTERVENCIÓN DÓNDE SE VA A UBICAR?	NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO
Se va a crear	Servicios turísticos privados de TRC; los cuales contemplan los servicios ecoturísticos (observación de flora y fauna), servicios culturales (música y danza), servicios recreativos (paseo en bote y caminata), servicios de alojamiento rural y servicios de alimentación y bebidas en el área rural.	Recurso Turístico: Laguna Pacucha y entorno, y Centro Arqueológico de Són dor. Emprendimiento: Pacucha, provincia de Andahuaylas, Región Apurímac.	Creación de los servicios turísticos privados del TRC en el emprendimiento Pacucha, provincia de Andahuaylas, Región Apurímac.

Elaboración propia.

**Tabla N° 17. Localización del Plan de Negocio**



Croquis



Recurso Turístico	Laguna Pacucha y entorno, Centro arqueológico de Sónдор		Emprendimiento	Pacucha	
Región :	Apurímac	Provincia:	Abancay	Distrito:	Pacucha
CC.PP.	AMPI	Coordenadas UTM WGS 84		Norte: 8496757 Este: 673165	

Elaboración propia.

En la siguiente tabla se presenta más ejemplos sobre nombres de algunas propuestas productivas.

**Tabla N° 18. Ejemplos de nombres para las propuestas productivas**

¿QUÉ SE VA A HACER?	¿CUÁL ES EL PROPÓSITO Y CUÁL EL PRODUCTO O SERVICIO?	¿ÁMBITO DE INTERVENCIÓN DÓNDE SE VA A UBICAR?	NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO
Se va a crear	Servicios ecoturísticos, culturales y recreativos	Recurso Turístico: Tambopata. Emprendimiento: Corredor Eco-turísticos Asociación Tambopata. Distrito y Provincia de Tambopata, Región Madre de Dios.	Creación de Servicios ecoturísticos, culturales y recreativos para el destino Tambopata, emprendimiento Corredor turístico Asociación Tambopata del Distrito y Provincia de Tambopata, Región Madre de Dios.
Se va a mejorar	Servicios ecoturísticos y culturales	Recurso Turístico: Kuelap-Gocta Emprendimiento: Cocachimba Distrito de Valera, Provincia de Bongará, Región Amazonas.	Mejoramiento del servicio ecoturísticos y cultural para el destino Kuelap-Gocta, emprendimiento Cocachimba del Distrito de Valera, Provincia de Bongará, Región Amazonas.
Se va a ampliar	Servicios ecoturísticos y culturales	Recurso Turístico: Ruta Moche Emprendimiento: Chaparrí Caserío Tierras Blancas S/N, Distrito de Chongoyape, provincia de Chiclayo, región Lambayeque.	Ampliación de los servicios ecoturísticos y culturales para el destino Ruta Moche, emprendimiento Chaparrí del Caserío Tierras Blancas S/N Distrito de Chongoyape, provincia de Chiclayo, región Lambayeque.

Elaboración propia.

## 2.2. Responsables

- Señalar la entidad que financia la elaboración del Plan de Negocio (si lo hubiera), el nombre del operador privado de su elaboración. Asimismo, indicar la unidad ejecutora y el área técnica encargada de la ejecución de la propuesta productiva PROCOMPITE.
- Señalar el nombre del AEO responsable de la operación y sostenibilidad de la propuesta productiva PROCOMPITE. Describir brevemente al AEO, señalando su forma organizacional con la que se presentará (persona natural organizada o persona jurídica), contemplando en cada caso los datos correspondientes a la organización.

### Ejemplo:

#### Responsables. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

**Tabla N° 19. Institucionalidad para la propuesta productiva**

DEPENDENCIA FUNCIONAL	ENTIDAD/ ÁREA FUNCIONAL	ACCIÓN
Unidad formuladora	Gobierno Regional de Apurímac Subgerencia del MYPE y competitividad AEO	Elaboración del Plan de Negocio
Unidad ejecutora	Gobierno Regional de Apurímac Gerencia Regional de Desarrollo Económico	Implementación del Plan de Negocio
AEO	Asociación AMPI	Implementación del Negocio

Elaboración propia.

El AEO está organizado de la siguiente manera:

**Tabla N° 20. Cuadro de organización del AEO**

CARGO	NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
Presidente	Jorge Caycho Rueda	07473229
Vicepresidente	Valentín Ramón Valencia	16354968
Secretario	Alejandrino Vega Quispe	08621957
Tesorero	Carmen Chunga Espilco	08045288
Fiscal	Roberto Galván Mendoza	18529530
Vocal 1	Nélida Quiroz Huamán	27430586

Elaboración propia.

**Tabla N° 21. Relación de socios de la Asociación**

NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	GÉNERO	FECHA DE NACIMIENTO	PRINCIPALES BIENES	ACTIVIDAD ECONÓMICA	EXPERIENCIA
Alejandrino Chumpitaz Dávila	08942361	Masculino	04/02/1965	Hectáreas de cultivo	Agricultor	31 años
Luisa Vilca Espinoza	08639610	Femenino	12/08/1963	Hectáreas de cultivo	Agricultora	35 años
... (otros socios)						

Elaboración propia.

## 2.3. Objetivos estratégicos y descripción de la propuesta productiva

### a) Misión y visión del negocio

Para continuar con el diseño del Plan de Negocio de TRC, se debe definir cuál es la misión y visión del emprendimiento. Esto sirve para configurar lo que se espera que refleje el negocio hacia el entorno (mercado y comunidad) y hacia el equipo de trabajo del negocio.

**La misión<sup>4</sup>:** es la razón de ser de la empresa, que enuncia o explica a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece. Responder a las siguientes preguntas ayudaría a construir la misión del negocio:

¿Qué es lo que hacemos?

¿Cómo lo hacemos?

¿Para qué lo hacemos?

¿Para quién se va a producir un determinado servicio?

<sup>4</sup> Plan de Negocio Rural Programa de apoyo a las alianzas rurales productivas de la Sierra ALIADOS.

**La visión<sup>5</sup>:** es una imagen del futuro, de cómo imaginamos nuestro negocio de aquí a varios años. Es lo que esperamos que sea nuestro negocio en el futuro. Para definir nuestra visión debemos animarnos a soñar y pensar en cómo quisiéramos que sea nuestro negocio en el futuro.

**Ejemplo:**

**Misión**

“La Asociación AMPI brinda a los turistas nacionales e internacionales una experiencia única y auténtica en los servicios ecoturísticos, culturales, recreativos, de alojamiento rural y alimentación y bebida en el área rural dentro del Distrito de Pacucha, Región Apurímac, mediante la aplicación de técnicas ancestrales y el cuidado delicado de la naturaleza”.

**Visión**

“La Asociación AMPI tiene como meta dentro de cuatro años ser un emprendimiento de TRC representativo a nivel nacional e internacional, dado que se brinda servicios ecoturísticos, culturales y recreativos, auténticos y singulares con calidad y elevada atención a los visitantes, preservando el patrimonio cultural y natural del distrito Pacucha, Región Apurímac”.

**b) Objetivos de la propuesta productiva**

Se trata de plantear los principales objetivos del negocio, que se desean lograr con la ejecución del Plan de Negocio, los cuales deben ser cuantificables y medibles en un periodo de tiempo, los cuales se basan en el diagnóstico de la organización y el mercado donde operan (o pretenden incursionar), a continuación se detallan algunos objetivos para un Plan de Negocio de Turismo Rural Comunitario (TRC):

- **Objetivo general:**  
“Contribuir al desarrollo de un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social de la Asociación AMPI, ofreciendo a los turistas nacionales y extranjeros servicios ecoturísticos, culturales, recreativos, alojamiento rural y alimentación y bebida en el área rural”.
- **Objetivos de gestión:**
  - Contar con tres (3) instrumentos de gestión empresarial debidamente socializados durante el primer año de operación.
  - Lograr que el 90% de nuestros colaboradores estén capacitados para brindar adecuados servicios turísticos a los visitantes en los dos primeros años de operación.
  - Proteger al 100% la autenticidad y originalidad de nuestro patrimonio cultural.
  - Proteger al 100% los espacios de la flora y fauna.
  - Otros.

---

<sup>5</sup> Ibid.

- **Objetivos de operación:**
  - Lograr una participación de mercado como mínimo del 5% de las visitas nacionales relacionadas a ecoturismo, cultura y recreación asociados a TRC durante los primeros dos (02) años del horizonte de evaluación.
  - Lograr un incremento de 2% en turistas provenientes de EE.UU (Miami, Los Ángeles, Nueva York, Florida, Houston y San Francisco)<sup>6</sup>, durante los primeros tres (03) años del horizonte de evaluación.
  - Lograr un incremento del 3% de los principales países europeos emisores de turistas que son Francia, España, Alemania e Inglaterra.
  - Lograr un incremento de 3% de turistas provenientes de China durante los primeros tres (03) años del horizonte de evaluación.
  - Obtener una satisfacción por parte del visitante de TRC de por lo menos 100% en su experiencia de visita durante el primer año de operación del negocio.
  - Incrementar el empleo relacionado a TRC en un 10% en el ámbito local, en un período de cinco años desde el inicio de la operación.
  - Otros.
- **Objetivos comunitarios y de responsabilidad social:**
  - Crear al menos diez puestos de trabajo para personas no asociadas pero que son de la comunidad durante el inicio de la operación.
  - Asegurar que las actividades del negocio no impacten negativamente en el ambiente
  - Financiar al menos dos (2) actividades para la localidad como: reforestación con plantas nativas, sensibilización ambiental en la comunidad respecto al cuidado de los recursos naturales (flora y fauna), y cultural (protección del patrimonio cultural, manifestaciones culturales y folklore), entre otros.

### c) Descripción de la propuesta productiva de TRC

Deberá describir los servicios turístico privados de TRC, el análisis cualitativo y cuantitativo de la demanda turística, capacidad de carga de los servicios de TRC, la localización del emprendimiento, la propuesta de valor (conocimientos y técnicas ancestrales, eje de la actividad turística en el ámbito rural), principales rubros de inversión, entre otros.

La Asociación AMPI cuenta con una extensión de tierra, donde se pueden encontrar diversas especies de flora y fauna, manifestaciones culturales, folklore, entorno natural paisajístico que llaman la atención de los turistas.

El Plan de Negocio está dirigido a la creación de servicios ecoturísticos, culturales y recreativos orientado a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el emprendimiento Pacucha; actualmente, los turistas no reciben servicios privados de TRC, tales como, facilidades para el servicio de caminatas, observación de flora y fauna, apreciación de la música y danza, paseos en botes, entre otros. Dichas actividades turísticas se deben realizar de manera cuidadosa y respetuosa con la naturaleza y la cultura, dado su alto nivel de fragilidad.

<sup>6</sup> Compendio Estadístico Perú 2015.

Las actividades a desarrollar son: observación de flora y fauna, interpretación de música y danza folclóricas, caminata y paseo en botes, en relación a los recursos turísticos: Laguna Pacucha y su entorno, y el Centro Arqueológico de Sónдор. Por ejemplo, para el caso de observación de flora y fauna es posible observar: el ritual de apareamiento de las aves del lugar, sus colores distintivos, la manera y formas de vuelo, etc., para el caso de las arañas se puede apreciar las cuatro patas de la araña hembra de un tamaño muy por encima de la araña macho, los colores y pecas distintivos de la araña hembra, los miles de huevos y crías dejados, etc., para el caso de la flora acuática, se observa el tipo de raíz, su textura, los olores, las formas de las hojas, su ubicación en la laguna, etc.

La asociación considera dedicarse a la prestación de servicios ecoturísticos, culturales y recreativos que den a conocer al turista nacional e internacional elementos de la biodiversidad, etnológicos y de su cultura local.

La intervención del Plan de Negocio contempla los siguientes servicios turísticos privados:

Servicio ecoturístico, cultural y recreativo, considera las siguientes actividades típicas de la población:

- Servicios de observación de flora y fauna, el cual considera la delimitación de la ruta de acceso interno, orientación, guiado, miradores, entre otros.
- Interpretaciones musicales y danzas.
- Caminatas y paseo en bote.

Los precitados servicios se darán con el cuidado y respeto hacia el patrimonio cultural y natural, así como, una excepcional atención y seguridad al turista.

En cuanto al servicio de alojamiento rural, consiste en construir un alojamiento rural que cuente con servicios de calidad, haciendo uso de tecnologías limpias.

Para el servicio de alimentación y bebida en el área rural debe considerarse el mejoramiento de las infraestructuras; así como, el equipamiento de la cocina y comedor para la atención a turistas.

Para el análisis cualitativo<sup>7</sup> de la demanda se tiene que los visitantes son turistas nacionales y extranjeros. Estos últimos son de nivel socioeconómico medio-alto con educación superior y en su mayoría solteros, su interés es conocer y aprender costumbres y realidades de vida diferentes, ya que la mayor parte de ellos proviene de EE.UU. y países europeos (Francia, España, Alemania e Inglaterra).

En el análisis cuantitativo se tiene que el 23% de los turistas nacionales y casi un 24% de turistas internacionales están dispuestos a realizar turismo rural comunitario en Pacucha. Además, en cuanto al uso de los servicios ecoturísticos, alojamiento rural y alimentación y bebida en el área rural se obtuvo que más de 50% de los encuestados, tanto nacionales como extranjeros, tomarían los servicios.

<sup>7</sup> Perfil del Turista Comunitario Rural - PromPerú.

A continuación, se presentan los porcentajes de preferencia de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, para cada servicio, según los resultados obtenidos en las encuestas<sup>8</sup>. Para mayor detalle, puede consultar el modelo de encuesta en el Anexo N° 1.

**Tabla N° 22. Porcentajes de preferencia de los turistas para cada servicio**

TURISTAS	SERVICIO CULTURAL	SERVICIO DE OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA	SERVICIO RECREATIVO	SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL ÁREA RURAL
<b>Nacionales</b>	61%	65%	60%	67%	80%
<b>Extranjeros</b>	95%	87%	85%	100%	100%

Elaboración propia. / Datos con fines prácticos.

La propuesta de valor se encuentra asociado con atributos, valores y significados naturales (flora y fauna), culturales (etnológico) y recreativos.

Para asegurar una gestión adecuada y cuidadosa del emprendimiento de TRC, se ha considerado que como parte del análisis de la oferta, estimar la capacidad de carga con proyecto (máximo número de personas que pueden visitar por día/año el emprendimiento de TRC), lo cual se muestra a continuación.

**Tabla N° 23. Capacidad de carga con proyecto**

SERVICIO ECOTURISTICO		
DESCRIPCIÓN	VISITAS POR DÍA	VISITAS POR AÑO
Capacidad de carga física (CCF)	417	150,000
Capacidad de carga real (CCR)	156	56,250
Capacidad de manejo (CM)		100%
Capacidad de carga efectiva (CCE)	156	56,250
SERVICIO CULTURAL		
DESCRIPCIÓN	VISITAS POR DÍA	VISITAS POR AÑO
Capacidad de carga física (CCF)	333	120,000
Capacidad de carga real (CCR)	333	120,000
Capacidad de manejo (CM)		100%
Capacidad de carga efectiva (CCE)	333	120,000
SERVICIO RECREATIVO		
DESCRIPCIÓN	VISITAS POR DÍA	VISITAS POR AÑO
Capacidad de carga física (CCF)	7,500	2'700,000
Capacidad de carga real (CCR)	168	60,335
Capacidad de manejo (CM)		100%
Capacidad de carga efectiva (CCE)	168	60,335

Elaboración propia.

<sup>8</sup> Datos con fines académicos.

## 2.4. Marco de referencia

### a) Antecedentes

- En este punto se indican brevemente los principales antecedentes de las ideas de negocio y los estudios que dieron origen a la propuesta productiva TRC PROCOMPITE, sobre todo de aquellos que se dieron dentro del área de intervención.
- Indicar los planes de negocios ejecutados o en ejecución, que guarden relación con el Plan de Negocio de TRC PROCOMPITE, pudiendo ser financiados por las entidades públicas y/o privadas (empresas, organismos no gubernamentales de desarrollo, donaciones u otros).
- Asimismo, describir de manera resumida cómo se origina la idea de llevarlo a cabo, los intentos anteriores para aprovechar las oportunidades de mercado o solucionar el problema y un recuento cronológico de los principales hitos históricos sobre el TRC.
- Fundamentar que la propuesta productiva de TRC PROCOMPITE no es duplicación de otra, en el mismo ámbito de influencia o localización geográfica, ni tiene los mismos objetivos o modalidad de intervención de otras propuestas productivas o programas existentes.

#### **Ejemplo:**

#### **Marco de referencia. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

La comunidad de AMPI aún no se ha iniciado en el tema de turismo rural comunitario, en general son pocas las actividades propias orientadas hacia el sector turístico, la principal actividad que desarrolla esta comunidad son la ganadería y la agricultura.

Fuera del emprendimiento de Pacucha, exactamente en Andahuaylas no se ha desarrollado con mayor fuerza la actividad turística.

La Asociación AMPI creada en el 2014, tiene grandes expectativas sobre el aumento del flujo turístico de los recursos turísticos laguna Pacucha y Centro Arqueológico de Són dor, ya que en el 2012 se declara a la laguna de Pacucha como zona de desarrollo turístico prioritario y en el año 2014 se declaró de interés nacional y necesidad pública la restauración, conservación y puesta en valor del Monumento Arqueológico de Són dor.

Asimismo, el alto valor cultural (música y danzas) y natural (flora y fauna) que la caracteriza, son aspectos muy importantes para el turista rural comunitario.

Los planes de negocio en esta zona son muy escasos, principalmente debido al carácter ganadero y agrícola que predomina. La oportunidad que presenta la comunidad campesina AMPI ha llevado a que se diseñen apoyos desde los organismos públicos como el Gobierno Regional de Apurímac.

En los últimos años, se ha notado un aumento de visitas (turistas provenientes de otras regiones) que buscan conocer este lugar, sin embargo, existe limitada inversión privada y no se ha aprovechado la potencialidad de los recursos turísticos de TRC.

## b) Pertinencia de la propuesta productiva

La pertinencia se analizará a través del estudio de los siguientes aspectos:

- Indicar la importancia del Plan de Negocio de TRC PROCOMPITE para el AEO, su nivel de relación con los planes, proyectos, lineamientos, normas y/o políticas de gobierno vigentes, tales como: Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR) y Local, básicamente con el Plan de Desarrollo Concertado y Plan de Competitividad, así como algún instrumento de planificación del sector turismo.
- La propuesta productiva se ubica en una zona priorizada, para lo cual se sugiere realizar las coordinaciones con el Programa de Turismo Rural Comunitario del MINCETUR.
- La propuesta productiva considerará los criterios de demanda, vocación turística y valor cultural del emprendimiento.
- La propuesta productiva corresponde a una cadena priorizada con enfoque de desarrollo territorial de acuerdo al “Estudio de priorización de zonas y cadenas productivas” presentada a la OPI para la autorización del PROCOMPITE.

El estudio deberá estar enmarcado a los principales instrumentos de gestión concordantes con las prioridades de desarrollo económico a nivel regional y local.

**Gráfico N° 3. Esquema de la pertinencia del negocio**



Elaboración propia.

### **Paso 1: Revisar las normas y las políticas**

Se deberá identificar todas las normas, los instrumentos de gestión (planes de desarrollo concertado, o de los que se disponga), las políticas de nivel nacional, sectorial-funcional, regional y local que se considere relacionados con el turismo rural comunitario, y precisar los artículos, los objetivos, los lineamientos y otros aspectos asociados donde esta actividad sea considerada.

## Paso 2: Revisar la pertinencia del Plan de Negocio del Turismo Rural Comunitario

Para saber si un Plan de Negocio de TRC es pertinente, se deberá analizar lo siguiente:

- Saber si el Plan de Negocio resuelve necesidades y/o el problema de los potenciales beneficiarios (afectados por el problema).

Tener presente:

Un Plan de Negocio resolverá un problema si:

- Identifica la necesidad.
  - Propone una o varias soluciones.
  - Se generará bienestar social como consecuencia del flujo de visitantes.
- El diseño técnico del Plan de Negocio se enmarca dentro de las correspondientes normas técnicas sectoriales.
    - Para el diseño técnico del Plan de Negocio, los sectores y otras entidades emiten normas y parámetros que deben considerarse.
    - Por ejemplo, el Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE) establece los criterios que se deben considerar para la localización de instalaciones turísticas.

**Ejemplo:**

### Pertinencia de la propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

**Tabla N° 24. Herramientas de gestión y actividades vinculadas**

INSTRUMENTO DE GESTIÓN	LINEAMIENTOS DE POLÍTICAS ESPECÍFICAS	PRINCIPALES MEDIDAS VINCULADAS AL PLAN DE NEGOCIO
<b>Ley General de Turismo Ley 29408</b>	<b>Artículo 3° Principios de la actividad turística</b> 3.1. Desarrollo sostenible: El desarrollo del turismo debe procurar la recuperación, conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social; y el uso responsable de los recursos turísticos, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales y fortaleciendo su desarrollo social, cultural, ambiental y económico. 3.1.1. Conservación: El desarrollo de las actividades turísticas no debe afectar ni destruir las culturas vivas ni los recursos naturales, debiendo promover la conservación de estos. La actividad turística está sustentada en el rescate y revalorización de la cultura ancestral.	El Plan de Negocio de TRC tiene como visión: “La Asociación AMPI tiene como meta dentro de cuatro años ser un emprendimiento de TRC representativo a nivel nacional e internacional, dado que se brinda servicios ecoturísticos, culturales y recreativos, auténticos y singulares con calidad, y elevada atención, preservando el patrimonio cultural y natural del distrito Pacucha, Región Apurímac”.
<b>Reglamento de la Ley General de Turismo</b>	<b>Artículo 23°.- Proyectos de inversión turística</b> El proceso de priorización de inversiones públicas para el desarrollo de la actividad turística, así como el planeamiento y ejecución de las inversiones que se realicen con cargo al Fondo de Promoción Turística creado por la Ley N° 27889 - Ley que crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, deben efectuarse en concordancia con los objetivos y estrategias del PENTUR.	El emprendimiento de TRC en Pacucha ha sido priorizado por el Gobierno Regional de Apurímac.

INSTRUMENTO DE GESTIÓN	LINEAMIENTOS DE POLÍTICAS ESPECÍFICAS	PRINCIPALES MEDIDAS VINCULADAS AL PLAN DE NEGOCIO
<b>Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR)</b>	<p><b>Objetivos estratégicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promover la cultura turística y la seguridad para el visitante.</li> <li>2. Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible</li> <li>3. Promover una demanda sostenida del turismo</li> </ol>	<p>El emprendimiento de TRC en Pacucha busca: Diversificar la oferta turística a través del acondicionamiento turístico que permiten brindar servicios ecoturísticos (flora y fauna), culturales (música y danza) y recreativos (paseo en bote). Asimismo, el precitado emprendimiento considera acciones de promoción y gestión del TRC con un enfoque de protección del patrimonio natural y cultural.</p>
<b>Lineamientos para el desarrollo de Turismo Rural Comunitario en el Perú (TRC)</b>	<p><b>Objetivo general:</b> Contribuir, desde las zonas rurales, al desarrollo de un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1.2. Generar a nivel local capacidades para la gestión del desarrollo turístico y del desarrollo empresarial del turismo rural comunitario.</li> <li>2.1.4. Generar empleo y mejora de ingresos en la población local a través del emprendimiento en prestación de servicios y venta de productos conexos a la actividad turística.</li> <li>2.1.6 Diversificar la oferta turística nacional, a través del desarrollo de productos turísticos competitivos en el ámbito rural.</li> <li>2.1.7 Promover el fortalecimiento de la identidad nacional y contribuir a la educación de la población peruana sobre la ruralidad, su composición y contribución a la sociedad.</li> </ol>	<p>El emprendimiento de TRC en Pacucha permitirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar el empleo relacionado a TRC en un 10% en el ámbito local, en un periodo de cinco años desde el inicio de la operación.</li> <li>- Contar con tres (3) instrumentos de gestión empresarial que permita el adecuado manejo del emprendimiento de TRC, que permita: <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Mantener el 100% de la autenticidad y originalidad de nuestro patrimonio cultural.</li> <li>b) Preservar el 100% el patrimonio natural.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Plan Estratégico Regional de Turismo - Apurímac (2007-2015)</b>	<p><b>Objetivo general:</b> Motivar y potenciar la capacidad regional para la promoción del desarrollo sostenible del turismo en Apurímac.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear, mejorar y fortalecer las capacidades y destrezas de la población para el fomento y desarrollo del turismo.</li> <li>• Sensibilizar a la comunidad en torno al turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimiento de las capacidades de los gestores y emprendedores de la propuesta productiva de TRC, basado en el servicio turístico de calidad.</li> <li>- Fomento de procesos organizativos y de asociatividad comunal en desarrollo turístico.</li> <li>- Fomento de conciencia turística en el ámbito de la propuesta productiva de TRC.</li> </ul>

Elaboración propia.

### c) Justificación de la propuesta productiva

Describir que la idea de negocio es una oportunidad concreta, en el marco de la normatividad PROCOMPITE. Analizar los siguientes aspectos:

- Existencia de demanda turística.
- Propensión y motivación del turista por el TRC.

- Existen recursos turísticos<sup>9</sup> culturales y naturales reconocidos (con importantes valores, significados y atributos), en torno al cual se realiza la propuesta de valor.
- Disponibilidad y acceso al emprendimiento de TRC.
- Comprobada capacidad de organización y gestión del AEO.
- La idea de negocio no deberá yuxtaponerse con otro Plan de Negocio en el mismo ámbito de influencia o localización geográfica, ni tener los mismos objetivos o modalidad de intervención.

### **Ejemplo:**

#### **Justificación. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

##### **Justificación**

Los recursos turísticos de la laguna Pacucha y el Centro Arqueológico de Sónдор están convirtiéndose un potencial turístico para la zona de AMPI, pues atrae en promedio a 1,078 turistas al año.

En base a la actividad turística creciente en el emprendimiento Pacucha, la propuesta productiva de la Asociación AMPI observó la oportunidad de ofrecer servicios ecoturísticos (flora y fauna), culturales (música y danza) y recreativos (caminata y paseo en bote), así como servicios de alojamiento (hospedaje rural) y servicios de alimentación y bebida en el área rural. La comunidad de AMPI tiene aspiraciones a cubrir la demanda creciente con servicios turísticos de TRC privados innovadores.

Se debe mencionar que los recursos turísticos están inventariados en Pacucha, asimismo, se observa que hay condiciones para acceder al emprendimiento de TRC.

Para el acondicionamiento en las rutas de ecoturismo, cultura y recreativos; así como servicios de alojamiento, y de alimentos y bebidas se considerarán el uso de técnicas ancestrales, originales y materiales propios de la zona engranados al entorno paisajístico. Todas las acciones que se realicen se darán respetando y cuidando el patrimonio natural y cultural.

La capacidad de gestión y organización de la Asociación AMPI permitirá brindar una atención que responda a las expectativas de los visitantes. Se ha considerado personal con cualidades para la atención y con el conocimiento suficiente del patrimonio, los cuales desarrollen con capacidad el emprendimiento de TRC.

La presente propuesta de negocio no se duplica con otra intervención en el mismo ámbito de influencia o localización geográfica, ni tiene los mismos objetivos.

<sup>9</sup> Tipos: sitios naturales, manifestaciones naturales, folclórico, acontecimientos programados, tomados de MINCETUR, Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional.



# 3

## SERVICIOS TURÍSTICOS PRIVADOS DE EMPRENDIMIENTO DE TRC Y LA CADENA PRODUCTIVA DE TRC

### 3.1. El servicio de la propuesta de negocio de TRC

Se deberá describir el servicio tal y como será brindado al mercado nacional e internacional. Estos podrían estar acorde a los tres servicios turísticos privados de TRC, los cuales son:

- Servicios ecoturísticos, culturales y recreativos.
- Servicios de alojamiento rural.
- Servicios de alimentación y bebida en el área rural.

#### a) Servicio principal y subservicios

##### Servicio principal

El servicio principal esta representado por los servicios ecoturísticos, culturales y recreativos en el área rural. Este conjunto de acciones comprende el desarrollo de actividades como: la observación y contacto cuidadoso con la naturaleza, conocimiento y participación de actividades culturales materiales e inmateriales (como por ejemplo: tradiciones, visitas a monumentos arqueológicos, históricos, entre otros.), que son parte de la cultura de la comunidad y que están profundamente relacionadas con su identidad y su historia; finalmente, es posible encontrar actividades recreativas y de aventura (caminatas, paseo en bote, escalada en roca, canotaje, etc.).

Estos servicios son ofrecidos por los AEO, con la finalidad de brindar a los visitantes una experiencia única y singular.

**Ejemplo:**

**Tabla N° 25. Lista de subservicios**

EL SERVICIO PRINCIPAL	EL SUBSERVICIO	ACTIVIDAD
<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicios ecoturísticos, culturales y recreativos en el área rural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación de flora y fauna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guiado especializado y cuidadoso en el sitio natural.</li> <li>Proveer instalaciones (accesos, señales, mirador, entre otros); así como los implementos necesarios para la visita (binoculares, lupas, etc.).</li> <li>Protocolo para el guía y el observador de la flora y fauna.</li> <li>Entre otros.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interpretaciones musicales y danzas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Protocolo para la puesta en escena del espectáculo de los danzantes e interpretaciones musicales.</li> <li>Presentar interpretaciones musicales.</li> <li>Presentar espectáculo de danzantes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Caminata y paseo en bote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guía especializada para la caminata en el marco de la laguna Pacucha.</li> <li>Proveer de accesos, señalización, paneles de interpretación, así como implementos (bastón, cantimplora, etc.).</li> <li>Protocolo de caminata en el marco de la laguna Pacucha.</li> <li>Proveer embarcaciones, zona de embarque y desembarque, etc.</li> <li>Equipo de seguridad y protocolo para el paseo en bote.</li> </ul>

Elaboración propia.

**Gráfico N° 4. Subservicio-Observación de flora y fauna**



Fuente: Stockfresh/  
Elaboración propia.

## b) Servicios complementarios

Los servicios complementarios corresponden a servicios de alojamiento y, alimentos y bebidas que pueden ofrecerse a los visitantes, esto dependerá de los fines y objetivos que haya tenido el visitante y de las características del emprendimiento.

**Tabla N° 26. Lista de subservicios**

LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	EL SUBSERVICIO
• Servicio de alojamiento rural	• Hospedaje rural
	• Casa hospedaje
	• Campamento
• Servicio de alimentos y bebidas	• Restaurante rural

Elaboración propia.

### **Ejemplo:**

Dentro de los servicios complementarios se tiene el alojamiento rural (hospedaje rural, casa hospedaje o campamento), que se ofrece a los visitantes, también se ha considerado como servicio complementario al servicio de alimentos y bebidas en el emprendimiento de TRC.

En el presente gráfico se muestra el servicio de alojamiento que puede adquirir un visitante, así como el servicio de restaurante ofrecido por el emprendedor.

**Gráfico N° 5. Servicios complementarios**



### c) Servicios sustitutos y similares

Son servicios turísticos que pueden ser adquiridos en reemplazo de otro servicio turístico, que brinde la misma satisfacción y experiencia de visita.

#### **Ejemplo:**

En el caso del servicio de alojamiento, se ha identificado que el servicio sustituto y similar podría ser el servicio de campamento, esto considerando las preferencias de los turistas nacionales y extranjeros, puesto que ambos servicios ofrecen un espacio para que el visitante pueda descansar.

**Gráfico N° 6. Servicios sustitutos y similares**



## 3.2. Diagnóstico de la situación actual del servicio turístico

Identificar y describir en términos generales la situación actual del servicio de TRC que se ofrece a los visitantes. Considerar los siguientes aspectos:

- Las características y estado situacional de los recursos naturales, culturales y recreativos ofrecidos al visitante.
- La calidad y elevada atención de los servicios turísticos que se le brinda.
- Las diferentes tecnologías para el acondicionamiento de la visita (instalaciones y equipamiento), que están al alcance del AEO. Ejemplo: un acceso de ruta interna en el emprendimiento, equipos adecuados para la experiencia de ecoturismo, una construcción con características rurales para alojar a los visitantes, etc.
- Capacidades y experiencia en la prestación del servicio específico, ejemplo: atender a través de una experiencia única y cuidadosa de calidad en ecoturismo, cultura, recreación, alojamiento, alimentos y bebidas.
- Conocer los gustos y prioridades del visitante (nacional y extranjero) que llega a la comunidad.

- Las medidas de seguridad que hagan sentir al turista que se encuentra en un lugar con la garantía de que no les ocurrirá ningún daño y/o accidente.
- Peligros que podrían afectar al visitante (mal de altura, picadura de insectos, entre otros).
- Peligros que podrían afectar al recurso turístico, a las instalaciones y a los visitantes, tales como huaycos, derrumbes, inundaciones, tala de árboles, quema de flora, pérdida por sustracción de la fauna silvestre, alteración del ecosistema por parte del visitante, ahogamiento de los visitantes, picaduras de insectos, entre otros.
- La facilidad en el acceso y transporte al emprendimiento de TRC.
- La experiencia de los visitantes depende principalmente de aquellos quienes brindan el servicio; por tal motivo, los guías deben estar bien capacitados para ofrecer una visita agradable, cuidadosa y singular.

Según el *Manual del emprendedor de Turismo Rural Comunitario*, los guías deben tener:

- Facilidad para comunicarse y atender oportunamente a todos los visitantes.
- Conocer perfectamente su localidad y sus atractivos/recursos.
- Conocimiento del idioma inglés.
- Estar capacitado para brindar una buena atención.

#### **Ejemplo:**

#### **Diagnóstico de la situación actual del proceso productivo. PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Actualmente, la Asociación AMPI no se dedica como actividad principal al turismo rural comunitario, por cuanto no dispone de infraestructura, equipamiento y capacidades para ofrecer un adecuado servicio turístico a los visitantes.

Son una comunidad campesina dedicada a la agricultura, produce quinua, maca, habas, olluco, entre otros productos.

Los pobladores cuentan con técnicas ancestrales en cuanto a la construcción y los materiales utilizados son de la misma zona.

El centro poblado se encuentra muy cerca de la laguna Pacucha, lo cual muestra un gran potencial para observación de flora y fauna, debido a que se cuenta con una serie de bondades naturales y especies únicas. Asimismo, en la comunidad AMPI, se puede rescatar costumbres relacionadas a la música y danza. Por otro lado, con respecto de actividades recreativas, se pueden desarrollar caminatas y paseos en botes.

Actualmente los pobladores no cuentan con capacidades que les permita brindar un servicio de calidad, así también no cuentan con instalaciones (infraestructura y equipamientos; tales como, rutas de acceso interno, señalización, etc.) y capacidades de gestión que se requieren para brindar los servicios turísticos privados, requiriéndose de una intervención a través de un PROCOMPITE.

Por otra parte, los pobladores tienen una buena disposición para aprender todo lo necesario para brindar una grata experiencia con calidad a los visitantes, para lo cual se requiere mejorar las capacidades en cuanto a los conocimientos específicos de guiado y gestión en ecoturismo, cultura, recreación, alojamiento y alimentación y bebidas, conocimientos del idioma inglés, entre otros.

Se deberá considerar la identificación de todos los peligros (mal de altura, picadura de insectos, ahogamientos, tala de árboles, sustracción de flora y fauna, lluvias, vientos, entre otros) que podrían afectar al recurso turístico y las instalaciones del emprendimiento de TRC y al visitante nacional y extranjero, estableciéndose las medidas de reducción de riesgo, correspondientes.

**Fotografía N° 1. Vista de la laguna Pacucha**



Fuente: Sierra Exportadora.

**Fotografía N° 2. Vista de la laguna Pacucha desde el distrito de Pacucha**



Fuente: Sierra Exportadora.

### 3.3. Cadena productiva de TRC

#### a) Identificación y análisis de la cadena productiva

- Consiste en la descripción de la longitud de cadena, la identificación de sus eslabones, las interacciones entre eslabones y el análisis respectivo de la cadena productiva del TRC. El análisis comprende desde el proveedor de insumos hasta el consumidor final del servicio de turismo rural comunitario.
- El análisis debe ser como un ejercicio que busca conocer y entender el estado y funcionamiento de la cadena productiva.
- Permite identificar los puntos críticos (limitación de acceso a los agentes de comercialización del TRC, la capacidad de carga, factores sociales y ambientales) que frenan la competitividad de la cadena y las ventajas competitivas que ayudan al desarrollo de esta.

**Es importante mencionar que la propuesta productiva de TRC se concentra en el eslabón II (prestador de servicios de TRC).**

Presentar la cadena productiva de TRC especificando los principales agentes económicos turísticos; asimismo, para cada uno de los servicios turísticos, especificar los actores, sus funciones, sus interacciones, público objetivo, flujo de procesos y tecnología empleada para brindar el servicio.

A continuación, se presenta un esquema de la cadena productiva de TRC:

**Gráfico N° 7. Esquema de la cadena productiva de TRC**



Tener en cuenta lo siguiente:

La cadena productiva de TRC es el sistema que articula a los agentes económicos. A continuación se presenta el esquema de la cadena de valor de TRC en Pacucha.



### Cadena productiva de TRC

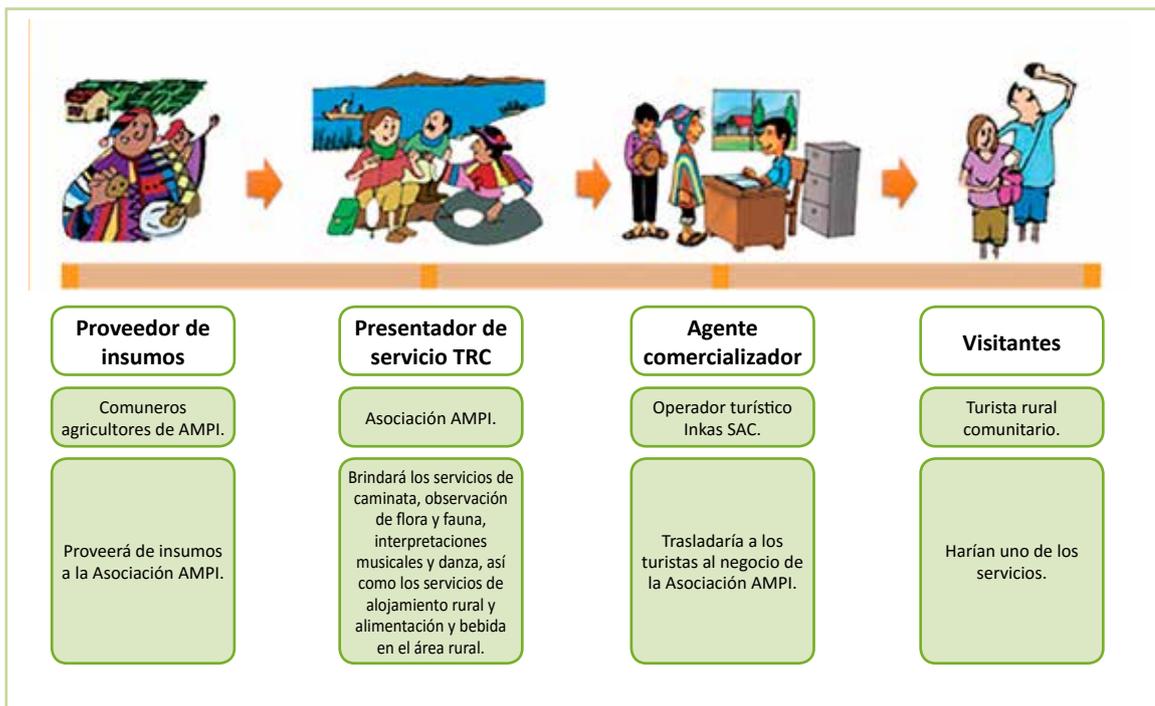
La cadena productiva de TRC es el sistema que articula a los agentes económicos turísticos interrelacionados por el mercado y que participan en el desarrollo de actividades turísticas de TRC, que generan valor alrededor de los servicios turísticos de TRC ofrecidos a los visitantes, va desde la provisión de insumos hasta la prestación final del servicio turístico de TRC. La cadena productiva turística de TRC presenta los siguientes agentes: Proveedores de insumos, prestadores de servicios de TRC, agente de comercialización y visitantes TRC.

Elaboración propia.

### Ejemplo:

#### Cadena de valor. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Gráfico N° 8. Identificación en esquema de la cadena productiva de TRC



Elaboración propia.

**Tabla N° 27. Cadena de valor del servicio de observación de flora y fauna**

ESLABÓN	ACTOR	ACTIVIDADES, FUNCIONES O PARTICIPACIÓN	INTERACCIÓN	MERCADO	TECNOLOGÍA	FLUJO DEL PROCESO
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Llevar a cabo estudios especializados en cuidado de la flora, fauna y ecosistema para determinar el correcto trazo del sendero, en el cual se pueda brindar la mejor vista, contenido interpretativo y seguridad a los visitantes.</li> <li>Elaborar un circuito o ruta de ecoturismo de acuerdo a los estudios especializados de protección del patrimonio y seguridad para el visitante.</li> <li>Adquirir los equipos (binoculares, lupas, kit de primeros auxilios, etc.) e implementar las instalaciones necesarias (sen- deros, señales, paneles, descansos, mi- radores, plataformas, entre otros, prote- giendo el entorno pristino sin alterarlo), para llevar a cabo la observación de flora y fauna de forma cuidadosa con el patri- monio natural, segura y con calidad en la atención para con los visitantes.</li> <li>Elaborar protocolos para el guía y ope- radores.</li> <li>Capacitar a los visitantes, previo al re- corrido, informándoles los aspectos de seguridad y protección de los recursos naturales a visitar.</li> <li>Trasladar y guiar a los visitantes.</li> <li>Capacitar adecuadamente a los guías turísticos en los contenidos a interpretar en flora y fauna.</li> </ul>	<p><b>Hacia atrás:</b> El operador turístico de la observación de flora y fauna, buscará relacionarse con los proveedores de los equipos (binoculares, kit de primeros auxi- lios, lupas, etc.), para abastecerse de la can- tidad y calidad que requiere para la reali- zación de la actividad.</p> <p>Se buscará especia- listas que elaboren los protocolos para el guiado y la gestión del ecoturismo; así como, para la capa- citación a los guías locales.</p> <p><b>Hacia adelante:</b> La Asociación AMPI deberá coordinar con las agencias de viaje para mantenerse ac- tualizado de la oferta turística del empre- ndimiento de TRC.</p>	<p>El mercado esta siendo confor- mado por los visitantes que gustan de realizar observación de flora, fauna y de ecosistemas, ade- más cuentan con disponibilidad de tiempo para reali- zar esta actividad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Equipos</b> Binoculares. Lupas. Kit de primeros auxi- lios.</li> <li><b>Instalaciones para la visita</b> Sendero. Señales. Paneles interpretati- vos. Miradores. Entre otros.</li> </ul> <p>Las instalaciones y los equipos, permitirán una adecuada y respetuosa observación de la flora y fauna y garantizarán la se- guridad del visitante.</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Recepción del visitante</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Presentación del Orientador / Guía turístico</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Visita eco turística a la flora y fauna</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">Regreso a la Comunidad Campesina AMPI</div>
<b>Observación de flora y fauna</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Directo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Administrador de la Asociación AMPI.</li> <li>Orientador/ guía turístico local</li> <li>Comuneros.</li> </ul> </li> <li><b>Indirecto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Agencia de viajes.</li> </ul> </li> </ul>					

Elaboración propia.

Tabla N° 28. Cadena de valor del servicio de música y danza

CADENA	ACTOR	ACTIVIDADES, FUNCIONES O PARTICIPACIÓN	INTERACCIÓN	MERCADO	TECNOLOGÍA	FLUJO DE PROCESO
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acondicionamiento de la zona de presentación y escenografía.</li> <li>• Compra de equipos, vestuarios y otros materiales necesarios para la puesta en escena.</li> <li>• Elaborar protocolos para el operador.</li> <li>• Encargado de la interpretación musical y danza.</li> <li>• Encargado de las coordinaciones con todo el personal del servicio y la supervisión del espectáculo de música y danza.</li> </ul>	<p><b>Hacia atrás:</b> El operador deberá identificar el local o área a fin de conseguir un ambiente para las presentaciones (se prevé en el salón del comedor del restaurante rural o en el mismo medio rural).</p>			
	<p><b>Directo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparan y ensayan un repertorio musical (Negrillos, Inkachas, Wayllas, Ukumarisy Ursullitas).</li> <li>• Son quienes tocan los instrumentos en la presentación.</li> </ul>	<p>El operador deberá identificar los grupos de músicos y danzantes para el desarrollo de las interpretaciones.</p>			
<b>Interpretaciones musicales y danzas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Músicos.</li> </ul>					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Danzantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparan y ensayan una coreografía referente a la danza de Negrillos, Inkachas, Wayllas, Ukumarisy Ursullitas.</li> </ul>				
	<p><b>Indirecto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencias de viajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El agente de viaje difunde los servicios a través de los diferentes medios de comunicación.</li> <li>• En muchas ocasiones los operadores serán los intermediarios para que el turista llegue al lugar de la realización de la interpretación musical y danza.</li> </ul>				

Se empleará tecnología de nivel intermedio consistente en:

**a) Infraestructura y equipos**

- Lugar central del área de alimentación y bebidas (comedor) u otro previsto en el emprendimiento rural.

**b) Materiales y equipos**

- Materiales para escenografía y equipos de sonido.
- Instrumentos musicales (violín, tamborcillo, campanilla, quena y bombo, etc.).
- Vestimenta típica de negrillos.
- Vestimenta típica de Inkachas.
- Vestimenta típica de Wayllas.
- Vestimenta típica de Ukumarisy.
- Vestimenta típica de Ursullitas.
- Maquillaje.

Tabla N° 29. Cadena de valor del servicio de recreación

ESLABÓN	ACTOR	ACTIVIDADES, FUNCIONES O PARTICIPACIÓN	INTERACCIÓN	MERCADO	TECNOLOGÍA	FLUJO DE PROCESO
Caminata y paseo en bote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Directo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador de la Asociación AMPI.</li> <li>- Orientadores/ Guías Turísticos Locales.</li> <li>- Comunereros.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un circuito o ruta turística de acuerdo a los estudios especializados preliminares.</li> <li>• Acondicionar un sendero con señales adecuadas de acuerdo con las recomendaciones de los estudios especializados preliminares. Así mismo, acondicionamiento de las zonas de embarque y desembarque.</li> <li>• Adquirir los equipos e implementar las instalaciones necesarias para llevar a cabo la caminata y el paseo en bote de forma adecuada y segura para los visitantes.</li> <li>• Elaborar protocolos para el guía y operadores.</li> <li>• Capacitar a guías y operador encargados de la ruta de caminata.</li> <li>• Capacitar a los visitantes, previo a la caminata informándoles los aspectos de seguridad y protección de los recursos naturales y culturales a visitar.</li> <li>• Trasladar y guiar a los visitantes.</li> </ul>	<p><b>Hacia atrás:</b> El operador turístico de la caminata y paseo en bote se relacionará con los proveedores de los equipos (bastones, kit de primeros auxilios, binoculares, lupas, etc.), abasteciéndose en la medida, cantidad y calidad requerida.</p> <p><b>Hacia adelante:</b> La Asociación AMPI deberá coordinar con la agencia de viajes a fin de mantenerse informado de la oferta turística y de los potenciales visitantes.</p>	<p>Visitantes que disfrutan de las caminatas y el paseo en bote y que tienen disponibilidad para realizar esta actividad de turismo de aventura.</p>	<p>La caminata y paseo en bote se realizará mediante instalaciones construidas con técnicas ancestrales y con materiales propios de la zona que brinden seguridad y accesibilidad al disfrute de los visitantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Infraestructura</b></li> <li>• Senderos.</li> <li>• Señales.</li> <li>• Paneles interpretativos.</li> <li>• Zonas de embarque y desembarque.</li> </ul> <p>Se empleará equipos para la protección y seguridad de los visitantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Materiales y equipos</b></li> <li>• Botes con remo.</li> <li>• Bastones de trekking.</li> <li>• Chalecos salvavidas.</li> <li>• Kit de primeros auxilios.</li> </ul>	<pre> graph TD     A[Recepción de visitantes] --&gt; B[Presentación por parte del orientador/guía sobre los servicios recreativos.]     B --&gt; C[Caminata y visita a la laguna de Pacucha]     C --&gt; D[Regreso a la Comunidad Campesina AMPI]     </pre>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Indirecto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencia de viajes.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El agente comercializador difunde los servicios de caminata a los visitantes a través de páginas web u otros medios de comunicación.</li> </ul>				

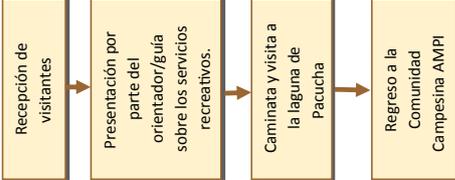
Elaboración propia.

**Tabla N° 30. Cadena de valor del servicio de alojamiento rural**

CADENA	ACTOR	ACTIVIDADES, FUNCIONES O PARTICIPACIÓN	INTERACCIÓN	MERCADO	TECNOLOGÍA	FLUJO DE PROCESO
Alojamiento rural	<p><b>Directo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador.</li> <li>- Recepcionista.</li> <li>- Personal de limpieza y mantenimiento.</li> <li>- Camarero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de administración y operación general del negocio, de las coordinaciones con todo el personal, la supervisión del orden y limpieza del alojamiento y del control financiero.</li> <li>• Construcción y acondicionamiento del alojamiento rural de acuerdo con el entorno paisajístico y con materiales de la zona.</li> <li>• Equipamiento del alojamiento rural (camas, sábanas, colchones, muebles, toallas, televisores, entre otros.)</li> <li>• El recepcionista, personal de limpieza y mantenimiento y camarero, son quienes ofrecen el servicio de TRC y también hacen el manejo de las habitaciones (las mantienen limpias, las camas en buen estado, atienden al huésped dando un trato muy cordial, entre otros).</li> </ul>	<p><b>Hacia atrás:</b> Interactuar con el proveedor de materiales y equipos, a fin de tener la cantidad necesaria de artículos con la calidad respectiva.</p> <p>El mercado está conformado por aquellos visitantes que gustan de alojarse en el área rural y que cuentan con disponibilidad de tiempo para realizar esta acción.</p> <p><b>Hacia adelante:</b> La asociación AMPI deberá coordinar con la agencia de viajes a fin de mantenerse informado sobre las preferencias de los visitantes en cuanto al tipo y servicio de habitaciones y otros.</p>	<p>Se empleará tecnología de nivel intermedio, consistente en:</p> <p><b>c) Infraestructura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento rural construido con materiales propios de la zona y respetando el entorno paisajístico.</li> <li>• Área de administración.</li> <li>• Almacén para conservar todos los materiales de forma ordenada.</li> </ul> <p><b>d) Maquinarias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calefactores.</li> </ul> <p><b>e) Muebles y enseres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Camas (1,5 plaza).</li> <li>• Veladores.</li> <li>• Roperos.</li> <li>• Artículos de dormitorio (sábanas, frazadas, toallas, televisores, entre otros.).</li> <li>• Artículos de limpieza.</li> <li>• Módulos de segregación de residuos.</li> <li>• Materiales de oficina (papel, lapicero, entre otros).</li> <li>• Materiales diversos (velas, lámparas, otros).</li> <li>• Botiquín de primeros auxilios.</li> <li>• Otros.</li> </ul>		
		<p><b>Indirecto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencias de viajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difundir el servicio de alojamiento mediante los diferentes medios de comunicación.</li> <li>• Asegurar que las agencias de viaje ofrezcan las cualidades de alojamiento rural tal como se da en la realidad.</li> </ul>			

Elaboración propia.

**Tabla N° 31. Cadena de valor del servicio de alimentación y bebida en el área rural**

CADENA	ACTOR	ACTIVIDADES, FUNCIONES O PARTICIPACIÓN	INTERACCIÓN	MERCADO	TECNOLOGÍA	FLUJO DE PROCESO
Alimentación y bebida en el área rural	<b>Directo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción y acondicionamiento del restaurante con materiales de la zona y respetando el entorno paisajístico.</li> <li>• Equipamiento del restaurante rural (mesas, sillas, cocinas, entre otros.)</li> <li>• Encargado de administrar el servicio, de las coordinaciones con todo el personal, la supervisión del orden y limpieza de las mesas y del control financiero.</li> <li>• Encargado de la preparación de alimentos, el desayuno, el almuerzo y la cena para los visitantes.</li> <li>• Asiste al cocinero en la realización de los platillos.</li> <li>• Estándares de calidad en las recetas.</li> </ul>	<p><b>Hacia atrás:</b> Interactúa con el proveedor de insumos, quien le entrega todos los productos para que pueda preparar los platos.</p> <p><b>Hacia adelante:</b> Interactúa directamente con el cliente brindándole alimentos y bebidas propios/oriundos del lugar con buena atención, calidad y sabor.</p>	<p>El mercado lo conforman los visitantes que buscan disfrutar de los servicios de alimentación y bebida en el área rural que son atraídos por las experiencias de conocer, interactuar y convivir con comunidades.</p>	<p>Se empleará tecnología de nivel intermedio que consistente en:</p> <p><b>a) Infraestructura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurante construido con materiales de la zona y respetando el entorno paisajístico.</li> <li>• Área Administrativa.</li> <li>• Almacén para conservar algunos alimentos.</li> </ul> <p><b>b) Maquinarias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina.</li> <li>• Refrigeradora.</li> <li>• Licuadora.</li> <li>• Cafetera.</li> <li>• Entre otros.</li> </ul> <p><b>c) Materiales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utensilios de limpieza.</li> <li>• Utensilios de cocina.</li> <li>• Utensilios de comida (platos y cubiertos).</li> </ul> <p><b>d) Insumos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentos propios de la zona.</li> <li>• Otros alimentos.</li> </ul>	 <pre> graph TD     A[Recepción de visitantes] --&gt; B[Presentación por parte del orientador/guía sobre los servicios recreativos.]     B --&gt; C[Caminata y visita a la laguna de Pacucha]     C --&gt; D[Regreso a la Comunidad Campesina AMPI]     </pre>
	<b>Indirecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proveedor de insumos y equipos.</li> <li>- Agencias de viajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar la entrega en buen estado de los alimentos que son propios de la zona como frutas, hortalizas, carnes, leche, aves y huevos.</li> <li>• En muchas ocasiones los operadores serán los intermediarios para que el turista llegue al lugar donde se brinda el servicio de alimentación y bebidas en el área rural.</li> </ul>			

Elaboración propia.

## **b) Factores limitativos de la cadena productiva para su desarrollo competitivo y sostenible**

Se deberá analizar los principales factores críticos y limitativos, estos son:

### **Institucionales:**

- Necesidades de intervenciones de actores públicos y de la sociedad civil (ONGs, entidades de cooperación, etc).
- Organización de los servicios turísticos privados del TRC.
- Factores de sostenibilidad de la actividad turística en su ámbito rural.
- Alianzas estratégicas, con agentes económicos, entidades públicas y privadas.
- Señalar la contribución de la propuesta productiva al desarrollo competitivo y sostenible del TRC a nivel regional.
- Posibilidad de financiamiento de la inversión.

### **Cadena de valor del turismo:**

- Accesibilidad entre el centro soporte y el emprendimiento.
- Grado de articulación entre el prestador de servicio de TRC y el agente de comercialización de TRC.
- Existencia de demanda turística (excursionistas, turistas nacionales y extranjeros) del TRC.
- Posibilidad de sistematizar y difundir el conocimiento o técnica ancestral de cultivo, crianza de animales, pesca, artesanía, costumbres, disfrute de cocina local, mitos y leyendas, entre otros.
- Disponibilidad de insumos locales y recursos humanos (arrieros, guías, operarios, entre otros).

### **Limitaciones de inversión privada en la zona:**

La mayoría de operadores turísticos, restaurantes y hospedajes se encuentran ubicados en la ciudad de Andahuaylas y, en menor cantidad en el distrito de Pacucha (cerca de los recursos turísticos). En la comunidad campesina AMPI existe limitada inversión privada para el sector turismo, es por ello la elaboración del presente Plan de Negocio ayudará a reducir las limitaciones que se presentan actualmente.

Una de las principales limitaciones para la inversión privada en la zona, es la falta de servicios públicos e infraestructura para el desarrollo de actividades, debido a que se cuenta con dificultad de accesibilidad al centro de soporte y el emprendimiento, pues se tiene tramos y vías de acceso en mal estado, como vías sin asfaltar y trochas carrozables; esto hace encarecer los productos y se genera altos costos de intermediación para el emprendimiento privado. Asimismo, existe una gran debilidad de las instituciones públicas por apoyar a la inversión privada, pues no se ha generado alianzas estratégicas con entidades y conciencia en la población sobre la cultura empresarial y competitiva.

### **Dificultades de accesibilidad entre el centro soporte y el emprendimiento**

La accesibilidad hacia el emprendimiento desde la ciudad de Andahuaylas se da siguiendo tres tramos con diferentes características y dificultades, las cuales se detallan en la siguiente tabla.

### **Alianzas estratégicas, con agentes económicos, entidades públicas y privadas**

La comunidad campesina AMPI, en la actualidad no tiene alianzas estratégicas con empresas privadas, ni con entidades públicas del sector turismo. Sin embargo, es importante desarrollar alianzas estratégicas de manera que la comunidad campesina pueda disminuir sus riesgos y acceder a nuevos mercados.

### **Grado de articulación entre el prestador de servicio de TRC y el agente de comercialización de TRC**

No se puede definir un grado de articulación, debido a que actualmente la comunidad campesina no ha empezado un proceso de articulación con agentes de comercialización de TRC. Sin embargo, es importante apoyar las iniciativas de articulación para que los servicios turísticos de la comunidad campesina se inserten en el mercado turístico.

### **Existencia de demanda turística (excursionistas, turistas nacionales y extranjeros) del TRC**

Se ha registrado un total de 1,063 visitas para el año 2014 a la laguna Pacucha y monumento arqueológico Sondor, según la base de datos de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Apurímac. Esta cifra aún resulta incipiente, si se realiza una comparación con los otros recursos turísticos de la región, donde el destino de Cachora-Choquequirao-Huanipaca es el que recibe más turistas. Se carece de servicios y nuevas ofertas turísticas a disposición a los visitantes, los cuales generan experiencias únicas.

**Tabla N° 32. Accesibilidad al emprendimiento**

CARACTERÍSTICAS	TRAMO 1	TRAMO 2	TRAMO 3
Descripción del tramo	Emp PE 3S Andahuaylas- Pacucha	Emp PE 3S Dv -Churubamba	Emp. 513 -AMPI Churubamba
Tipo de vía	Vía asfaltada	Vía sin asfaltar	Trocha
Tipo de red vial	Nacional	Departamental	Vecinal
Dificultades	Se encuentra en buen estado pero puede llegar a saturarse y colapsar en épocas concurridas.	Se encuentra en regular estado, por lo que dificulta el rápido acceso a la zona.	Se encuentra en muy mal estado, dificulta el acceso a la zona.

Elaboración propia.

### 3.4. Alianzas estratégicas

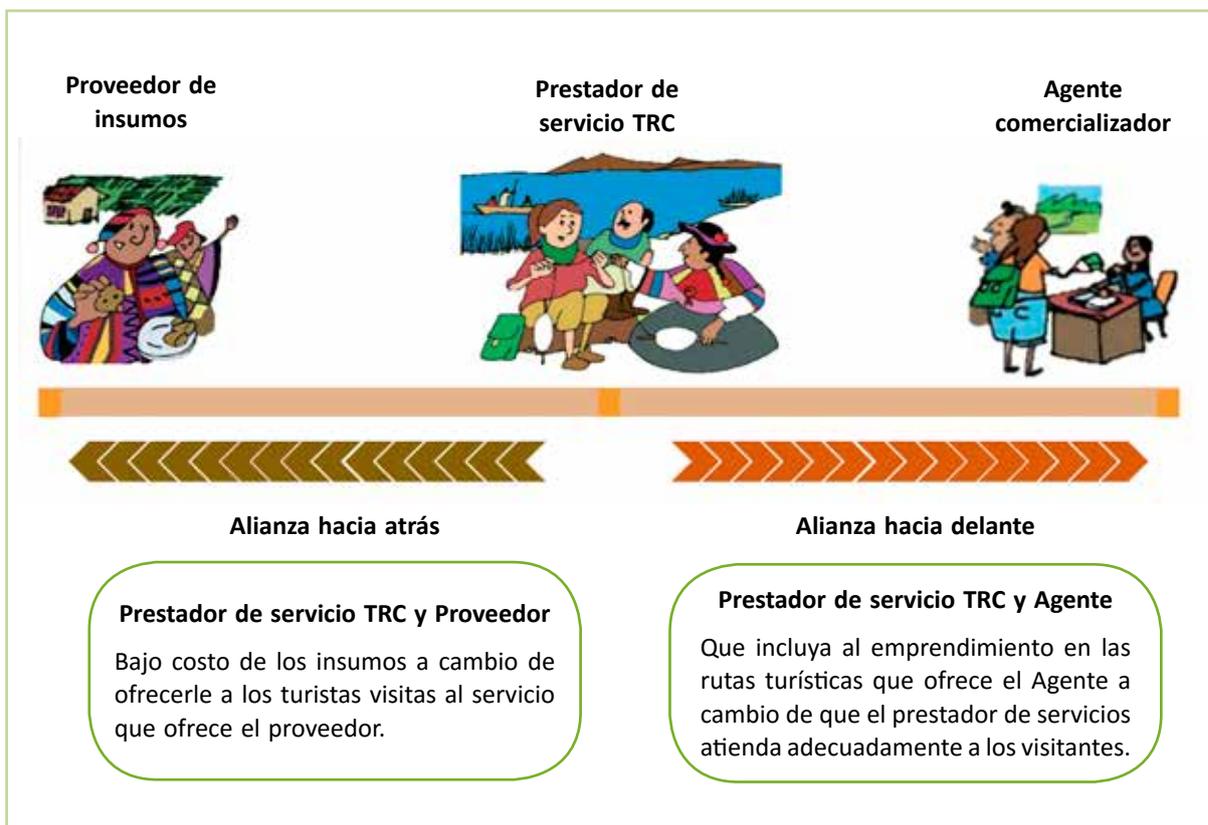
Señalar las alianzas concretas y posibles, con otros agentes económicos de la cadena de TRC.

Existen dos tipos de alianzas estratégicas aplicables a la cadena TRC:

- Alianza estratégica hacia atrás: Cuando el eslabón bajo análisis, a través de alguna modalidad asociativa (consorcio, convenio, entre otras), genera alianza con los eslabones anteriores a este, como los proveedores de insumos.
- Alianza estratégica hacia adelante: Cuando el eslabón bajo análisis, a través de alguna modalidad asociativa (consorcio, convenio, entre otras), genera alianza con los eslabones posteriores a este, como las agencias de viajes (operadores mayoristas y minoristas).

Nota: Considerar como aliados estratégicos al gobierno local, gobierno regional a través de la Dirección Regional de Turismo, MINCETUR, entre otros actores, con los cuales deberán haber acuerdos y compromisos suscritos.

Gráfico N° 9. Esquema de alianzas estratégicas



A continuación, se presenta algunos ejemplos:

**Alianza hacia atrás**

Si el proyecto se encuentra en el eslabón de prestador de servicio TRC (emprendedor<sup>10</sup>), podría generar una alianza estratégica hacia atrás con su proveedor (productor de insumos como por ejemplo, papa, maíz, etc.), para que puedan brindarle insumos a bajos costos y de buena calidad. A cambio se le ofrecerá un buen precio a los proveedores, y en el futuro la posibilidad de incluirlos dentro de una ruta turística, relacionada a su forma de labrar o cultivar sus productos.

**Alianza hacia adelante**

Si el proyecto se encuentra en el eslabón de prestador de servicio TRC (emprendedor), podría generar una alianza estratégica hacia adelante con el agente comercializador (operador turístico), para que el emprendimiento de TRC sea incluido en las rutas turísticas que se ofrecen a los visitantes.

Las agencias mayoristas y minoristas tendrán un emprendimiento turístico rural con quien podrá trabajar permanentemente, ampliando su oferta. Se debe indicar que el operador deberá ofertar los servicios que realmente se darán en el emprendimiento de TRC.

<sup>10</sup> Persona natural o jurídica que promueve un negocio o actividad productiva vinculada a servicios y/o productos conexos al turismo (alimentación, hospedaje, artesanía, guiado, arrieraje, etc.). El emprendedor o grupo de emprendedores asociados formalmente deberán alinear su desarrollo microempresarial a los procesos de planificación local que permitan la sostenibilidad de la actividad turística en su territorio y por consiguiente mayores posibilidades de éxito comercial para sus microempresas. Fuente: Manual del Emprendedor en Turismo Rural Comunitario-MINCETUR.



## 4 POBLACIÓN BENEFICIARIA

### 4.1. Población beneficiaria y características demográficas

La población beneficiaria de la propuesta productiva de TRC es aquella población económicamente activa que habita en el ámbito del emprendimiento y será impactada positivamente por la generación de empleo.

Para la descripción de las características demográficas tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Demográficos: número de pobladores, se requerirá que se desagregue esta información por grupos de edades, sexo, composición de la familia u otras características.
- Sociales: acceso a servicios básicos, organizaciones existentes, grado de participación en estas.
- Culturales: costumbres relacionadas con uso del servicio, patrones culturales, idioma, estilos de vida. Sobre esta base se podrán definir las características del servicio que se proveerá y las estrategias de intervención.

En ese sentido se debe estimar la población vinculada al AEO, en función al número de socios y sus familias.

Señalar la tasa de crecimiento de la población de la zona vinculada al AEO, tomando en cuenta la jurisdicción más próxima (centro poblado, distrito o provincia).



**Nota:** Dentro del proceso, recurre a fuentes (secundarias o primarias) que permitan disponer de información como: censos (INEI), informes de organismos internacionales (PNUD), Base de datos de pueblos indígenas (Ministerio de Cultura), instituciones públicas (MINCETUR, FONCODES, etc.), entre otros.

**Ejemplo:****Población beneficiaria. PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

A continuación se muestra de la relación de beneficiarios del Plan de Negocio:

**Tabla N° 33. Relación de beneficiarios del Plan de Negocio de TRC para la comunidad campesina Asociación AMPI**

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	EDAD	CONDICIONES DE ASOCIADO	NIVEL EDUCATIVO	LOCALIDAD
1	Jorge Julca Mendoza	47	Esposo	Secundaria completa	Asociación AMPI
2	Gloria García Campos	40	Esposa	Secundaria completa	
3	Mario Rivera Julca García	21	Hijo	Secundaria completa	
4	Parmi Julca García	15	Hijo	Estudiante	
5	Julio Julca García	12	Hijo	Estudiante	
6	Prudencio Julca García	8	Hija	Estudiante	
7	Roberto Julca Galindo	47	Papá	Sin nivel	
8	...(otras familias)	...	...	...	

Elaboración propia.

## 4.2. Situación socioeconómica

Señalar las condiciones socioeconómicas de la población que habita en el ámbito del emprendimiento.

Se deberá describir de manera resumida lo siguiente:

- Niveles de educación.
- Condiciones de salud.
- Nivel de pobreza.
- Servicios de saneamiento básico.
- Servicios de energía eléctrica.
- Servicios de educación básica.
- Servicios de salud.
- Servicios de transporte y comunicación.
- Niveles de ingreso.
- Actividades económicas desarrolladas (agricultura, pecuario, piscícola, artesanía, entre otras).
- Otros aspectos que guarden relación con el Plan de Negocio (organizaciones locales, etc.).

**Ejemplo:****Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

En las siguientes tablas se detallan las características demográficas y socioeconómicas a nivel provincial, distrital y local<sup>11</sup>:

<sup>11</sup> Es importante mencionar que los datos que figuran en las tablas son referenciales, a modo didáctico para la presente pauta para la elaboración de Planes de Negocio de la Cadena Productiva del Turismo Rural Comunitario en el Marco de PROCOMPITE.

**Tabla N° 34. Características demográficas a nivel provincial, distrital y local**

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS POBLACIÓN 2007	PROVINCIA		DISTRITO		LOCALIDAD(*)	
	ANDAHUAYLAS		PACUCHA		AMPI	
	CASOS*	%	CASOS*	%	CASOS*	%
<b>SEXO</b>						
Hombres	70,223	48.82%	4,766	48.43%	187	50.54%
Mujeres	73,623	51.18%	5,075	51.57%	183	49.46%
<b>TOTAL</b>	<b>143,846</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,841</b>	<b>100.00%</b>	<b>370</b>	<b>100.00%</b>
<b>GRUPO DE EDADES</b>						
Niños	33,942	23.60%	2,097	21.31%	82	22.16%
Adolescentes	35,600	24.75%	2,626	26.68%	117	31.62%
Jóvenes	38,862	27.02%	2,406	24.45%	110	29.73%
Adultos	22,262	15.48%	1,632	16.58%	46	12.43%
Adultos mayores	13,180	9.16%	1,080	10.97%	15	4.05%
<b>TOTAL</b>	<b>143,846</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,841</b>	<b>100.00%</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

\* El número de casos es según la cantidad de pobladores.

(\*) Datos generados para fines prácticos.

Del cuadro anterior se puede interpretar que existe una homogeneidad en el género en los tres niveles (provincia, distrito y localidad). Por otro lado, con respecto al grupo de edades, se observa que es predominante el grupo de niños y adolescentes, representando un 48.35% a nivel provincial, 47.99% a nivel distrital y un 53.78% en la localidad, evidenciándose que la población en su mayoría es muy joven (0 a 16 años) manteniendo la misma tendencia en los otros dos niveles (distrito y localidad).

**Tabla N° 35. Indicadores socioeconómicos a nivel provincial, distrital y local**

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS	PROVINCIA	DISTRITO	LOCALIDAD(*)
	ANDAHUAYLAS	PACUCHA	AMPI
Tasa de crecimiento poblacional	0.8	-0.01	-0.02
Ingreso familiar per cápita	326.60	170.80	100.20
Incidencia de pobreza total	71.2	86.5	60.2

(\*) Datos generados para fines prácticos.

Del cuadro anterior, se puede interpretar que la tasa de crecimiento poblacional a nivel provincial es superior al nivel distrital y de la localidad de AMPI, siendo en estos dos últimos la tasa de crecimiento negativa; el ingreso familiar per cápita del nivel provincial, distrital y de la localidad de AMPI, es bastante menor con respecto al promedio nacional (S/ 661.00); finalmente, la incidencia de pobreza total es mayor en el distrito de Pacucha (86.5%), y en menor porcentaje a nivel provincial (71.2%) y en la localidad de AMPI (60.2%). Estos indicadores denotan bajos ingresos económicos y pobreza en los tres niveles (provincial, distrito y localidad).

**Tabla N° 36. Situación socioeconómica. Servicios a nivel provincial, distrital y local**

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA/SERVICIOS POBLACIÓN 2007	PROVINCIA		DISTRITO		LOCALIDAD*	
	ANDAHUAYLAS		PACUCHA		AMPI	
	CASOS*	%	CASOS*	%	CASOS*	%
<b>SERVICIOS DE SANEAMIENTO BÁSICO</b>						
Red pública de desagüe dentro de la vivienda	7,851	22.22%	129	5.37%	1	1.25%
Red pública de desagüe fuera de la vivienda	2,159	6.11%	11	0.46%	63	78.75%
Pozo séptico	1,689	4.78%	165	6.87%	1	1.25%
Pozo ciego o negro / letrina	16,710	47.30%	1,815	75.59%	1	1.25%
Río, acequia o canal	252	0.71%	11	0.46%	1	1.25%
Pilón de uso público	6,669	18.88%	270	11.25%	1	1.25%
Vecino	11	0.50%	12	0.40%	11	13.75%
No tiene	6,669	18.88%	270	11.25%	1	1.25%
<b>TOTAL</b>	<b>35,330</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,401</b>	<b>100.00%</b>	<b>80</b>	<b>100.00%</b>
<b>SERVICIOS DE ENERGÍA ELÉCTRICA</b>						
Si tiene alumbrado eléctrico	21,873	61.91%	1,480	61.64%	55	68.75%
No tiene alumbrado eléctrico	13,457	38.09%	921	38.36%	25	31.25%
<b>TOTAL</b>	<b>35,330</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,401</b>	<b>100.00%</b>	<b>80</b>	<b>100.00%</b>
<b>SERVICIOS DE COMUNICACIÓN</b>						
Hogares sin ningún tipo de servicio	28,544	79.05%	2,378	98.39%	71	89.00%
Sólo tienen teléfono fijo	678	1.88%	5	0.21%	2	2.25%
Sólo tienen teléfono celular	4,944	13.69%	34	1.41%	2	2.50%
Sólo tienen conexión a internet	8	0.02%	1	1%	1	1.25%
Sólo tienen conexión a TV por cable	74	0.20%	1	1%	1	1.25%
Posee dos (02) servicios	1,194	3.31%	1	1%	1	1.25%
Posee tres (03) servicios	503	1.39%	1	1%	1	1.25%
Posee cuatro (04) servicios	165	0.46%	1	1%	1	1.25%
<b>TOTAL</b>	<b>36,110</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,420</b>	<b>100.00%</b>	<b>80</b>	<b>100.00%</b>
<b>SERVICIO DE AGUA</b>						
Si tiene servicio de agua todos los días	23,755	90.75%	1,941	91.38%	79	98.75%
No tiene servicio de agua todos los días	2,420	9.25%	183	8.62%	1	1.25%
<b>TOTAL</b>	<b>26,175</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,124</b>	<b>100.00%</b>	<b>80</b>	<b>100.00%</b>
<b>SERVICIOS DE SALUD</b>						
Servicios de salud	103	100.00%	6	100.00%	1	1.25%
<b>INFRAESTRUCTURA DE VIVIENDA</b>						
Ladrillo o bloque de cemento	3,823	10.82%	34	1.42%	1	1.25%
Adobe o tapia	30,454	86.20%	2,355	98.08%	75	93.75%
Madera	120	0.34%	4	0.17%	1	1.25%
Quincha, estera, piedra o sillar con cal o cemento	129	0.16%	5	0.12%	1	1.25%
Piedra con barro	709	2.01%	2	0.08%	1	1.25%
Otro	95	0.27%	1	0.04%	1	1.25%
<b>TOTAL</b>	<b>35,330</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,401</b>	<b>100.00%</b>	<b>80</b>	<b>100.00%</b>

\* La cantidad de casos es el número de familias.

(\*)Datos generados para fines prácticos.

De acuerdo con el cuadro anterior, se observa que a nivel de la provincia de Andahuaylas, los datos más relevantes son:

- 47.30% de la población usa pozo séptico o letrina.
- 61.91% de la población tiene alumbrado eléctrico.
- 79.05% de la población no tiene ningún tipo de servicio de telefonía, internet o cable.
- 90.75% de la población tiene servicio de agua todo el año.
- 86.20% de la población tiene vivienda de adobe o tapia.

En concordancia con lo precitado, se evidencia que entre las situaciones menos favorables, tenemos no contar con buen servicio de desagüe y servicios de comunicación en telefonía e internet.

A nivel del distrito de Pacucha, los datos más relevantes son:

- 75.59% de la población usa pozo séptico o letrina.
- 61.64% de la población tiene alumbrado eléctrico.
- 98.39% de la población no tiene ningún tipo de servicio de telefonía, internet o cable.
- 91.38% de la población si tiene servicio de agua todo el año.
- 98.08% de la población cuenta con vivienda de adobe o tapia.

En relación con lo descrito, se evidencia que las situaciones menos favorables son no contar con un buen servicio de desagüe y servicios de comunicación en telefonía e internet.

A nivel de la localidad AMPI, los datos más relevantes son:

- 78.75% de la población usa la red pública de desagüe fuera de la vivienda.
- 68.75% de la población tiene alumbrado eléctrico.
- 89.00% de la población no tiene ningún tipo de servicio de telefonía, internet o cable.
- 98.75% de la población tiene servicio de agua todo el año.
- 93.75% de la población cuenta con vivienda de adobe o tapia.

En relación con lo descrito, se evidencia que no se cuenta con un buen servicio de comunicación de telefonía e internet.

**Tabla N° 37. Situación educativa a nivel provincial, distrital y local**

SITUACIÓN EDUCATIVA	PROVINCIA		DISTRITO		LOCALIDAD*	
	ANDAHUAYLAS		PACUCHA		AMPI	
	CASOS	%	CASOS	%	CASOS	%
<b>NIVELES DE EDUCACIÓN</b>						
Sin nivel	28,194	20.99%	2342	25.24%	96	25.95%
Educación inicial	3,900	2.90%	218	2.35%	16	4.32%
Primaria	53,629	39.93%	3854	41.53%	160	43.24%
Secundaria	36,350	27.06%	2635	28.39%	93	25.14%
Superior no univ. incompleta	2,119	1.58%	73	0.79%	2	0.54%
Superior no univ. completa	2,494	1.86%	66	0.71%	1	0.27%
Superior univ. incompleta	2,911	2.17%	41	0.44%	1	0.27%
Superior univ. completa	4,718	3.51%	51	0.55%	1	0.27%
<b>TOTAL</b>	<b>134,315</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,280</b>	<b>100.00%</b>	<b>370</b>	<b>100.00%</b>

(\*)Datos generados para fines prácticos.

En el cuadro anterior se evidencia la situación educativa de los pobladores; observándose que los pobladores cuentan en su mayoría con el nivel primario, con un 39.93% en la provincia de Andahuaylas, 41.53% en el distrito de Pacucha y 43.24% en la localidad de AMPI; en segundo lugar, se puede observar que las personas que no tienen ningún nivel educativo, es 20.99% para la provincia de Andahuaylas, 25.24% en el distrito de Pacucha y 25.95% en la localidad de AMPI.

**Tabla N° 38. Situación socioeconómica a nivel provincial, distrital y local**

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA POBLACIÓN 2007	PROVINCIA		DISTRITO*		LOCALIDAD*	
	ANDAHUAYLAS		PACUCHA		AMPI	
	CASOS	%	CASOS	%	CASOS	%
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>						
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura..	23,942.0	56.61%	1,729	78.20%	347	93.78%
Pesca.	10.0	0.02%	5	0.23%	1	0.27%
Explotación de minas y canteras.	65.0	0.15%	1	1%	1	0.27%
Industrias manufactureras.	1,437.0	3.40%	36	1.63%	1	0.27%
Suministro electricidad, gas y agua.	33.0	0.08%	1	1%	1	0.27%
Construcción.	1,222.0	2.89%	68	3.08%	2	0.54%
Venta, mantenimiento y repara. veh. autom. y motoc.	350.0	0.83%	3	0.14%	2	0.54%
Comercio por mayor.	140.0	0.33%			1	0.27%
Comercio por menor.	4,074.0	9.63%	64	2.89%	1	0.27%
Hoteles y restaurantes.	1,155.0	2.73%	18	0.81%	1	0.27%
Transp. almac. y comunicaciones.	1,646.0	3.89%	45	2.04%	1	0.27%
Intermediación financiera.	91.0	0.22%	1	0.05%	1	0.27%
Activit. inmovil., empres. y alquileres.	572.0	1.35%	4	0.18%	1	0.27%
Admin. pub. y defensa; p. segur. soc. afil.	1,283.0	3.03%	75	3.39%	1	0.27%
Enseñanza.	3,010.0	7.12%	35	1.58%	2	0.54%
Servicios sociales y de salud.	991.0	2.34%	39	1.76%	1	0.27%
Otras activi. serv. común., soc. y personales.	498.0	1.18%	2	0.09%	1	0.27%
Hogares privados y servicios domésticos.	636.0	1.50%	17	0.77%	1	0.27%
Organización y órganos extraterritoriales.	1.0	0.00%	1	-	1	0.27%
Actividad económica no especificada.	1,136.0	2.69%	70	3.17%	2	0.54%
<b>TOTAL</b>	<b>42,292.0</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,211</b>	<b>100.00%</b>	<b>370</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: INEI / (\*) Datos generados para fines prácticos.

La principal actividad económica a nivel provincial (56.61%), distrital (78.20%) y de localidad (93.78%) es agricultura, ganadería, caza y silvicultura.

Del cuadro anterior, se observa que la actividad económica que tiene mayor relevancia en los tres niveles, es la agricultura, ganadería, caza y silvicultura, con un 56.61% para el nivel provincial, 78.20% para el distrital y un 93.78 para la localidad de AMPI.

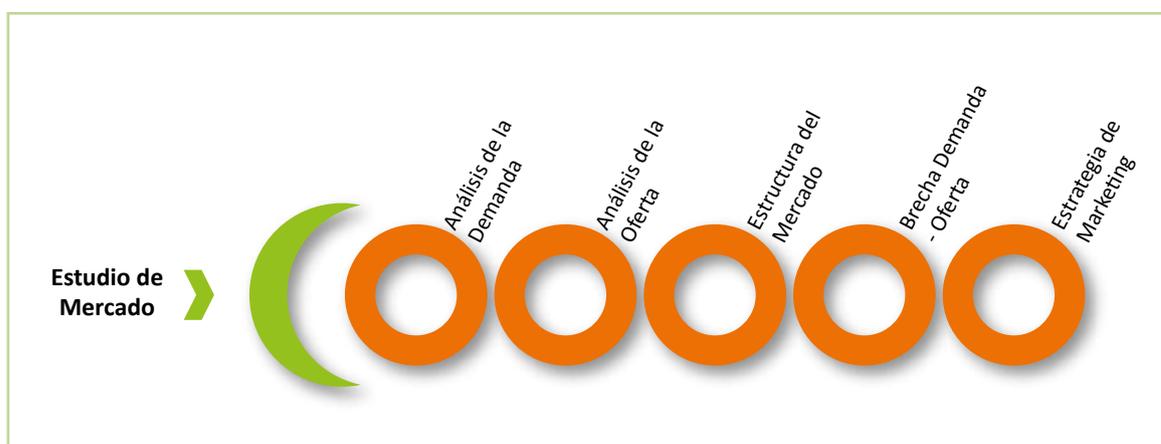
## 5 ESTUDIO DE MERCADO

### a) Concepto de estudio de mercado para un Plan de Negocio de TRC

El estudio de mercado tiene por objeto probar que existen visitantes de TRC que justifica la realización de una propuesta productiva. Además, deberá analizar la oferta actual y optimizarla, así como la identificación de la brecha de servicios turísticos privados de TRC y establecer el marketing mix del Plan de Negocio.

El estudio de mercado comprende los siguientes acápite:

Gráfico N° 10. Pasos de análisis del estudio de mercado



### b) Información requerida para un Plan de Negocio de TRC

El estudio de mercado para un Plan de Negocio de TRC debe ser realizado sobre la base de:

- Fuentes primarias de información:  
Se considera como la principal herramienta la investigación de mercados y sus métodos cualitativos (entrevista a profundidad, focus group, observación) y cuantitativos (encuesta). A continuación, se detalla ejemplo de muestras para aplicación de encuestas:



*Para consignar el tamaño de muestra se desarrolla una fórmula que considera el margen de error y el nivel de confianza.*

Para el cálculo de la muestra, se conoce que la población objetivo son los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Apurímac, quienes buscan realizar actividades ecoturísticas, culturales y recreativas; así como disfrutar del servicio de alojamiento rural y servicio de alimentación y bebida en el área rural que se encuentren enfocadas al turismo rural comunitario. Por este motivo, para el caso del turista nacional; en primer lugar, se tiene que en el año 2014 la ciudad de Apurímac ha recibido 344,534 visitantes nacionales. En segundo lugar, teniendo como referencia el perfil del vacacionista nacional, se sabe que al momento de elegir un destino, el 66% de los visitantes nacionales consideran, principalmente, el paisaje y la naturaleza. Entonces, con estos datos se obtiene que la cantidad de la población referencial de turistas nacionales es de 227,392 visitantes nacionales.

Para el caso del turista extranjero; en primer lugar, se tiene que en el año 2014 la ciudad de Apurímac ha recibido 6,803 visitantes extranjeros. En segundo lugar, teniendo como referencia el perfil<sup>12</sup>, se sabe que al momento de elegir un destino, el 40% de los visitantes extranjeros consideran, principalmente, conocer la cultura y costumbres de la comunidad a la que visitan. Entonces, con estos datos se obtiene que la cantidad de la población referencial de turistas extranjeros es de 2,721 visitantes extranjeros.

Entonces, la población referencial total es de 230,113 turistas nacionales y extranjeros.

- Población ( $N$ ): 230,113.
- Nivel de confianza ( $Z$ ) 95%: 1.96.
- Margen de error ( $E$ ): 5 %: 0.05.
- Probabilidad de éxito ( $P$ ): 0.5.
- Probabilidad de fracaso ( $Q$ ): 0.5.
- $n$ = número de muestra.

Para obtener el tamaño de la muestra<sup>13</sup>, se deberá considerar el tamaño de la población y así poder elegir una técnica de muestreo. En el presente ejemplo, se tiene una población mayor a 100,000 personas (turistas nacionales que visitan la provincia de Apurímac, quienes buscan realizar actividades ecoturísticas, culturales y recreativas que se encuentren enfocadas al turismo rural comunitario); por lo que se calculará el número de la muestra considerando la técnica de “Poblaciones con tendencia al infinito”.

<sup>12</sup> Fuente de información: Investigación de mercados turísticos de PROMPERU. <http://www.peru.travel/impp/>

<sup>13</sup> Depool Rivero Ramón, probabilidad y estadística aplicaciones a la ingeniería, Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre de Venezuela 2013. ([http://www.bqto.unexpo.edu.ve/avisos/PROBABILIDADYESTADISTICA\(2-7-13\).pdf](http://www.bqto.unexpo.edu.ve/avisos/PROBABILIDADYESTADISTICA(2-7-13).pdf))

A continuación se presenta la fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

→

$$n = ((1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5) / 0.052$$
$$n = 0.9604 / 0.0025$$
$$n = \mathbf{384.15}$$

Donde:

$n$  : Tamaño de la muestra.

$Z$  : Margen de seguridad, valor de tabla (distribución normal) a un nivel de confianza establecido.

$P$  : Probabilidad de ocurrencia con un valor de 50%.

$Q$  : Probabilidad de no ocurrencia con un valor de 50%.

$E$  : Margen de error.

**\*El número de encuestas a considerar es 384 unidades, considerando un nivel de confianza del 95%.**

- Fuentes secundarias:

Es la información que se presenta a través de estudios, publicaciones, entre otros elaborados por distintas entidades. A continuación, se presenta algunos ejemplos que podrían ser utilizados para el presente Plan de Negocio:

- Información de arribos y flujos turísticos - Estadísticas del MINCETUR (<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459>).
- Información del Perfil de turista - Investigación de Mercado Turístico – PROMPERU (<http://www.peru.travel/impp/>).
- Información de Inventario de Recursos Turísticos (<http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/OTROS/inventario%20turistico/Pais.asp>).
- Información de Planta Turística de centro Soporte - Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos ([http://www.mincetur.gob.pe/setregiones/\(S\(ppiyfg55yuwegt45pcpwto45\)\)/Reportes/WebReportes/Index.aspx](http://www.mincetur.gob.pe/setregiones/(S(ppiyfg55yuwegt45pcpwto45))/Reportes/WebReportes/Index.aspx)).

## 5.1. Análisis de la demanda para un Plan de Negocio de TRC

El análisis de la demanda del TRC, permite determinar la cantidad de servicios turísticos privados del TRC, que es requerida por los visitantes a un emprendimiento, que satisfaga sus expectativas durante la experiencia de visita, al precio disponible de pago.

El análisis de la demanda debe realizarse desde dos puntos de vista:

- En términos cualitativos, se identifican las principales características y factores de la demanda turística, tales como estilos de vida, motivaciones de viaje, usos y costumbres, su tendencia en el tiempo, entre otros.

**Tabla N° 39. Análisis cualitativo de la demanda**

ANÁLISIS CUALITATIVO		
FACTORES A CONSIDERAR	FUENTES DE CONSULTA	DOCUMENTOS
<p><b>Caso nacional:</b> Regional, intrarregional e interregional.</p> <p><b>Caso extranjero:</b> Fronterizo, corta-larga distancia.</p>	Promperú-Gobierno Regional.	Perfil del turista extranjero. Perfil del vacacionista nacional.
Satisfacción post viaje, necesidades o expectativas no satisfechas, comportamiento y perfil del viajero.	Promperú. Tour operadores. Turistas.	Perfiles del turista y elaboración de entrevistas a los operadores de turismo. Encuestas a turistas.

Fuente: Manual para la Planificación de productos turísticos. Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza-SECO.

- En términos cuantitativos, se estima la magnitud de la demanda turística (histórica, actual y proyectada) y de algunas características tales como el ranking de llegadas y estadísticas por arribos internacionales, y el movimiento de turismo interno.

**Tabla N° 40. Análisis cuantitativo de la demanda**

ANÁLISIS CUANTITATIVO		
FACTORES A CONSIDERAR	FUENTES DE CONSULTA	DOCUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volumen total de la demanda.</li> <li>• Porcentaje actual sobre pernoctaciones.</li> <li>• Estacionalidad/ periodicidad.</li> <li>• Gasto medio.</li> <li>• Estabilidad de la demanda.</li> <li>• Perspectivas de crecimiento del mercado.</li> </ul>	Gobierno Regional-DIRCETUR.	Matriz de comparación de mercados (elaboración propia a partir del recojo de información).
	MINCETUR-DIRCETUR.	Matriz de comparación de mercados (elaboración propia a partir del recojo de información).
	DIGEMIN-Dirección General de Migraciones.	Llegada de visitantes extranjeros.

Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos. Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza-SECO.

### a) Demanda actual

#### Serie histórica

Presentar información sobre la cantidad de visitantes que presentó el emprendimiento (número de visitas o cantidad de personas atendidas), esto podrá ser obtenido de los registros de visita de los emprendedores, se debe utilizar la data más completa posible. Se sugiere ordenar y graficar la data, de manera que se pueda determinar la existencia de estacionalidad y la tendencia (creciente o decreciente) en la serie histórica.

#### Estimación de la demanda actual

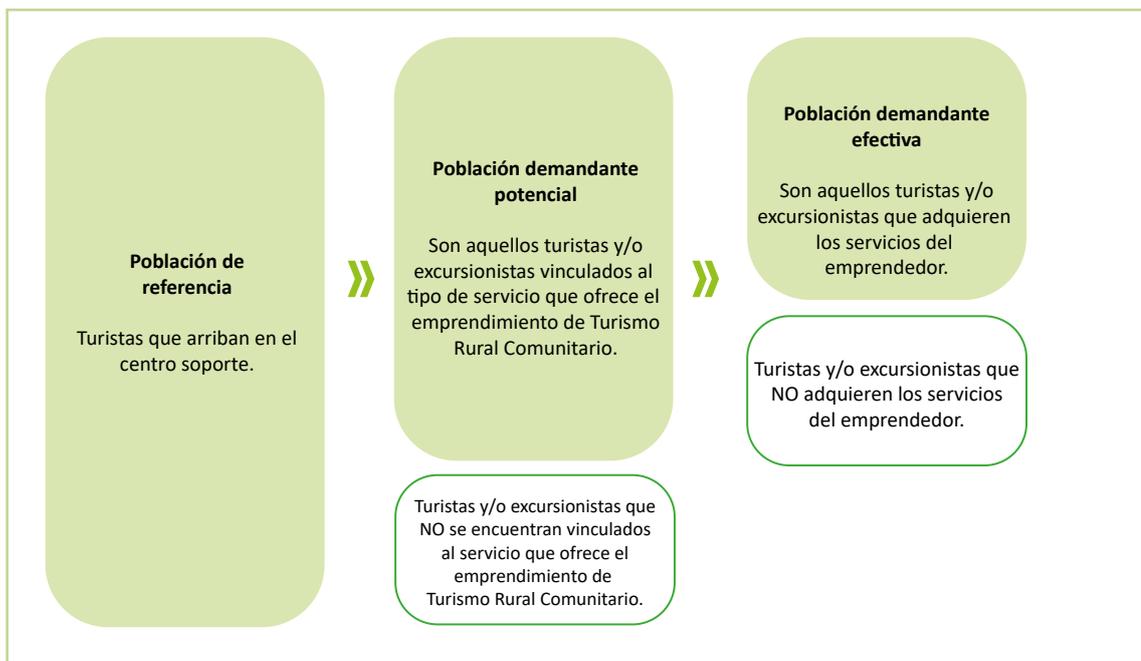
Para la estimación de la demanda actual se tendrá en consideración los siguientes pasos:

- **Paso 1:** Para la determinación de la demanda actual es necesario identificar el o los servicios a proveer por los emprendedores.
- **Paso 2:** Determinar la población demandante referencial, potencial y efectiva actual o sin propuesta productiva.
- **Paso 3:** Determinar la unidad de medida de la demanda.
- **Paso 4:** Determinar la demanda en base a la frecuencias de usos de cada uno de los servicios identificados (registros actuales del negocio o encuestas) y
- **Paso 5:** Cuantificar la demanda actual por cada uno de los servicios que ofrece el proyecto.

**Nota:** Se podrá utilizar diferentes métodos cuantitativos para la proyección de la demanda sobre la base de información primaria (series de tiempo, regresión lineal, Holt-Winters, entre otros).

A continuación, se presentan los conceptos de población demandante referencial, potencial y efectiva de los servicios turísticos privados de TRC:

**Gráfico N° 11. Esquema de la estimación de la población demandante**



Elaboración propia.



**Ojo:** La demanda actual o sin proyecto, se mide en servicios turísticos privados de TRC mientras que la población demandante en visitantes.

Para la obtención de la demanda es necesario determinar la frecuencia de visita actual de los visitantes al emprendimiento y en base a ello calcular la demanda presente o sin propuesta productiva.

## b) Características de la demanda actual para un Plan de Negocio de TRC

- Identificar el perfil del visitante de TRC, para lo cual se deberán analizar los siguientes aspectos:
  - Aspectos socio demográficos.
  - Actividad turística a realizar en el marco del TRC.
  - Aspectos del comportamiento.
  - Percepción de los visitantes.

Para la determinación del perfil del visitante se puede tomar información del perfil del turista rural comunitario u otros estudios o investigaciones realizadas por Promperu, entidades como ONGs, la cooperación internacional, entre otros, que se encuentran operando en el marco del emprendimiento.

De no contarse con información secundaria, se hace necesario realizar una encuesta que incorpore un módulo de preguntas relacionadas al perfil de turista en la situación actual o sin propuesta productiva.

Presentar índices y resultados que explican el comportamiento de la demanda turística como son las motivaciones de viaje, el lugar de procedencia, los ingresos de los visitantes, y los gustos y preferencia de viaje.

En la siguiente tabla se puede observar el perfil del turista rural comunitario de las regiones de Puno y Cusco, la cual toma en cuenta variables de lugar de procedencia, ocupación, tiempo de permanencia, grado de instrucción, motivos de viaje, actividades turísticas a realizar, entre otros.

### Ejemplo: Caso Puno y Cusco

**Tabla N° 41. Características del perfil del turista de turismo rural comunitario**

CARACTERÍSTICAS	PUNO	CUSCO
<b>ASPECTOS SOCIO DEMOGRÁFICOS</b>		
Sexo	Hombre (54%) Mujer (46%)	Hombre (58%) Mujer (42%)
Edad	25 a 44 años (61%)	25 a 44 años (67%)
Estado civil	Soltero (56%)	Soltero (60%)
Grado de instrucción	Superior (92%)	Superior (98%)
Ocupación	Profesional técnico (28%) Estudiante (33%)	Profesional ejecutivo (24%) Empleado de servicios (29%)
País de residencia	Estados Unidos (21%) Francia (12%) Alemania (8%)	Estados Unidos (23%) España (13%) Inglaterra (12%)
Ingreso	US\$ 20,000 a US\$ 79,999 (59%)	US\$ 20,000 a US\$ 79,999(53%)

CARACTERÍSTICAS	PUNO	CUSCO
<b>CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE</b>		
Motivo de visita.	Conocer nuevas culturas y costumbres (80%).	Conocer nuevas culturas (82%).
Tipo de alojamiento.	Casa de poblador (92%).	Casa poblador (45%).
Promedio de permanencia.	1 noche .	2 noches.
<b>ACTIVIDADES REALIZADAS</b>		
Actividad en la comunidad.	Observación de la comunidad (66%). Interactuar con los pobladores (26%).	Probar la comida del lugar (41%) Interactuar con los pobladores (37%).
Participación en actividad agrícola/ganadera.	No (89%) Sí (11%).	No (82%). Sí (18%).

Elaboración propia en base al perfil del turista rural comunitario 2008 - Promperu.

### c) Proyección de la demanda actual

- Para la proyección de la demanda se tomará como base la población demandante referencial, si se ha obtenido data histórica se puede hacer una proyección a través de algún modelo estadístico, en base a ello se deberá determinar la población demandante potencial y la población demandante efectiva, proyectándose al horizonte de evaluación que se ha propuesto.
- La unidad de medida para la demanda del servicio turístico rural comunitario es la siguiente:

**Tabla N° 42. Unidades de medida para la demanda del servicio turístico rural comunitario**

DEMANDA DE SERVICIOS	SERVICIO DE ECOTURISMO	SERVICIOS CULTURALES	SERVICIOS DE RECREACIÓN	HOSPEDAJE RURAL	RESTAURANTE RURAL
	Servicios/año	Servicios/año	Servicios/año	Camas/año	Sillas/año

- La demanda efectiva se obtendrá en base a la demanda potencial y tomando en cuenta datos obtenidos a través de la encuesta sobre percepciones de visita al emprendimiento.

#### Proyección de la demanda

- Para el análisis de la demanda se puede utilizar de forma directa la data histórica de demanda actual, la misma que es determinada a partir de los visitantes que llegan actualmente al negocio del emprendedor y adquieren los servicios ecoturísticos, culturales, recreativos y complementarios.
- Se utilizará el reporte y/o el registro de visitantes al negocio del emprendedor (turistas nacionales y extranjeros) y excursionistas durante los últimos años y, de preferencia, de manera mensualizada.

- Se realizará la proyección al horizonte de evaluación (cinco años) utilizando un método estadístico (regresión lineal u otro que se considere pertinente).
- En los casos en los que no se cuente con un negocio TRC actualmente, se asumirá que la demanda actual sin proyecto es igual a cero.

**Ejemplo:**

**Demanda sin proyecto. TRC PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

De acuerdo a la información brindada por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Apurímac<sup>14</sup> se obtuvo la serie histórica de las visitas a la laguna de Pacucha y monumento arqueológico de Sondor durante el periodo de 2008-2012, a continuación los datos:

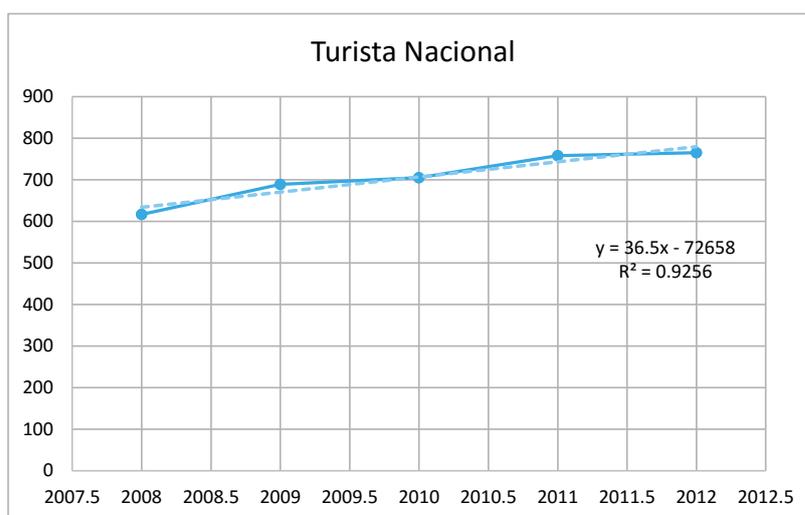
**Tabla N° 43. Demanda histórica de visitas a la laguna de Pacucha y monumento arqueológico Sondor**

AÑOS	TURISTAS		TOTAL
	NACIONALES	EXTRANJEROS	
2008	617	264	881
2009	689	295	984
2010	705	105	810
2011	758	210	968
2012	765	280	1045

Fuente: Dircetur Apurímac.

Luego, de obtener la data histórica se realiza la proyección de la serie, a través de la media móvil.

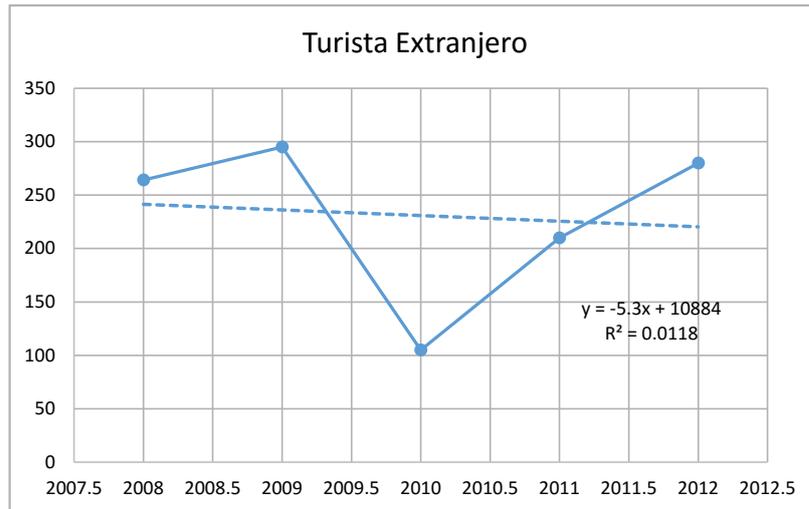
**Gráfico N° 12. Diagrama de dispersión de turistas nacionales**



Elaboración propia.

<sup>14</sup> Los datos que se presentan son de carácter de uso académico y no necesariamente corresponden a la realidad.

**Gráfico N° 13. Diagrama de dispersión de turistas extranjeros**



Elaboración propia.

Luego de obtener las ecuaciones para ambas tipologías de visitantes, se procede a proyectar la demanda en la situación actual.

**Tabla N° 44. Proyección de la demanda de visitas a la laguna de Pacucha y monumento arqueológico Sondor**

AÑOS	TURISTAS		TOTAL
	NACIONALES	EXTRANJEROS	
2013	817	215	1,032
2014	853	210	1,063
2015	890	205	1,094
2016	926	199	1,125
2017	963	194	1,156
2018	999	189	1,188
2019	1,036	183	1,219
2020	1,072	178	1,250
2021	1,109	173	1,281

Elaboración propia.

Se debe señalar que se está tomando la demanda actual, a los visitantes que actualmente visitan a la laguna de Pacucha y al monumento arqueológico de Sondor.

#### **Estimación de la demanda de mercado**

La información se obtendrá a partir de una investigación de mercado cuantitativa, teniendo como instrumento una encuesta. A continuación, se presenta el procedimiento para la determinación de la demanda con proyecto:

## Paso 1: Estimación de la población demandante referencial

Para hallar la población demandante referencial, se debe partir de lo siguiente:

- Proyección de la población de referencia. Para la proyección de la población de referencia se considera el siguiente procedimiento:
  - Turistas: Se utilizará el método de regresión lineal u otros métodos que se consideren pertinentes, acorde con las características de la información.
  - Excursionistas: La tasa de crecimiento se determina a partir de los censos de población y proyecciones del INEI para el distrito donde se localiza el centro soporte.

La expresión matemática para la proyección es la siguiente:

$$\text{Población proyectada} = P (1+r)^t$$

Donde:

$P_0$  : Población inicial

$r$  : Tasa de crecimiento promedio

$t$  : Periodo

- Estimación de la demanda potencial, para el cálculo de la demanda potencial, se identifica el factor de la demanda potencial (FDP). Este factor es la proporción de la población de referencia que estaría dispuesta a realizar actividades de turismo rural comunitario vinculados al emprendimiento de TRC en análisis, para encontrar esta población se pregunta en la encuesta *¿Qué actividades realizará durante su visita?*

La información de las encuestas a los visitantes se obtiene en el centro soporte. El cálculo de la demanda potencial se realizará aplicando la siguiente expresión matemática:

$$\text{Demanda potencial} = Fdp \times \text{población referencial}$$

Fuente: Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil.

- Estimación de la demandante efectiva. Para obtener la demanda efectiva, se calcula el factor de la demanda efectiva (Fde). Este factor es la proporción de la demanda potencial que efectivamente tendría disponibilidad al consumo de actividades turísticas ofrecidas por el emprendimiento de TRC en análisis.

A continuación, la fórmula para la estimación de la demanda efectiva.

$$\text{Demanda efectiva} = Fde \times \text{Demanda potencial}$$

Fuente: Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil.

El factor de demanda efectiva (FDE) se hallará a partir de la información obtenida de la encuesta turística.

Para las proyecciones se debe considerar que el incremento del flujo de turistas no es inmediato en proyectos cuyo posicionamiento aún es incipiente. Se estima que el período mínimo de posicionamiento es de dos años; por lo que durante el mismo, se deben considerar tasas de crecimiento graduales y debidamente sustentadas.

## **Paso 2: Estimación de la demanda efectiva por tipo de servicio turístico**

### **Frecuencia de uso de servicio privado de TRC**

- La demanda de cada uno de los tipos de servicios turísticos rurales comunitarios (servicios ecoturísticos, culturales y recreativos; así como, el servicio de alojamiento rural y el servicio de alimentación y bebida en el área rural) se calcula a través de la multiplicación de la población demandante efectiva por el porcentaje de frecuencia del uso de cada tipo de servicio.

Fórmulas:

$$\text{Demanda efectiva del servicio} = \text{Población demandante efectiva} \times (\% \text{ de Frecuencia de uso del servicio ecoturísticos (observación de flora y fauna)})$$

$$\text{Demanda efectiva del servicio} = \text{Población demandante efectiva} \times (\% \text{ de Frecuencia de uso del servicio cultural (interpretaciones musicales y danzas)})$$

$$\text{Demanda efectiva del servicio} = \text{Población demandante efectiva} \times (\% \text{ de Frecuencia de uso del servicio de recreación (caminata y paseo en bote)})$$

$$\text{Demanda efectiva del servicio} = \text{Población demandante efectiva} \times (\% \text{ de Frecuencia de uso del servicio de alojamiento rural})$$

$$\text{Demanda efectiva del servicio} = \text{Población demandante efectiva} \times (\% \text{ de Frecuencia de uso del servicio de Alimentación y Bebida})$$

- Para ello, se utilizará una encuesta y estará en base a la población demandante efectiva.

### **Ejemplo:**

**Demanda de mercado (con proyecto). Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

### **Paso 1: Proyección de la población demandante referencial**

#### **Proyección de la población de referencia**

Para el caso de los turistas, la población referencial está representada por la serie histórica de los arribos a la ciudad de Andahuaylas, dado que es el centro soporte, entre los períodos 2005-2014. Esta información fue proporcionada por el Mincetur y se puede apreciar en la siguiente tabla.

**Tabla N° 45. Resumen del número de arribos anuales a la provincia Andahuaylas**

TURISTAS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nacionales	45,324	53,551	62,785	72,946	81,883	90,237	86,231	92,425	91,363	86,302	134,846	139,875
Extranjeros	1,309	1,288	1,685	1,446	1,474	1,387	1,129	1,214	963	952	990	936
<b>Total</b>	<b>46,633</b>	<b>54,839</b>	<b>64,470</b>	<b>74,392</b>	<b>83,357</b>	<b>91,624</b>	<b>87,360</b>	<b>93,639</b>	<b>92,326</b>	<b>87,254</b>	<b>135,835</b>	<b>140,811</b>

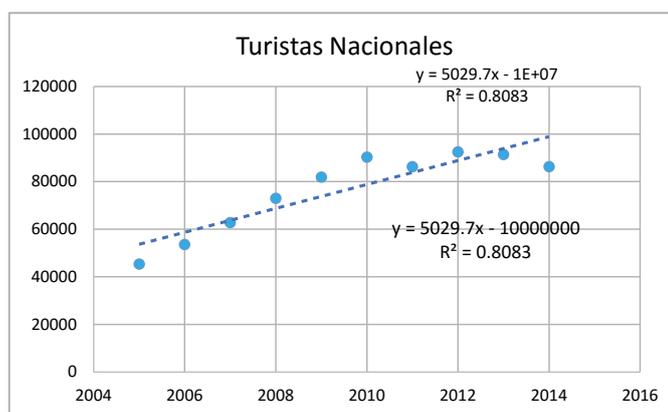
Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

A partir de la información de los registros de los arribos, se obtiene las funciones para cada tipo de visitante.

**Diagrama de dispersión de flujo de turistas nacionales**

Donde “Y” representa el número de turistas nacionales y “X” el número de años. Se obtiene una ecuación y un R2 de 0.8083.

**Gráfico N° 14: Diagrama de dispersión de turistas nacionales**

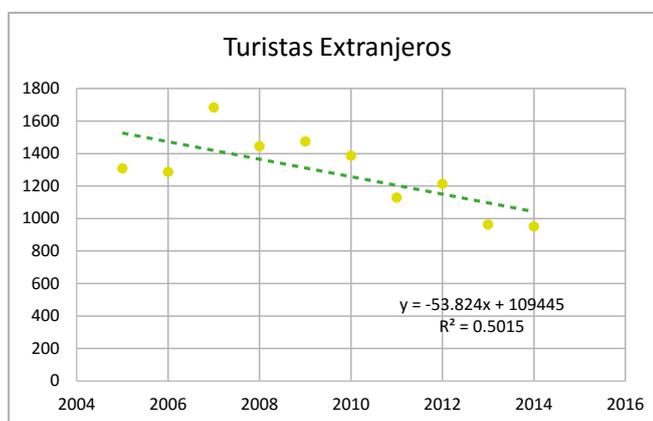


Elaboración propia.

**Diagrama de dispersión de flujo de turistas extranjeros**

Donde “Y” representa el número de turistas extranjeros y “X” el número de años. Se obtiene una ecuación y un R2 de 0.5015.

**Gráfico N° 15. Diagrama de dispersión de turistas extranjeros**



Elaboración propia.

**Tabla N° 46. Proyección de la población referencial-provincia Andahuaylas**

TURISTAS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nacionales	139,875	144,905	149,935	154,964	159,994	165,024
Extranjeros	936	882	828	774	721	667
<b>Total</b>	<b>140,811</b>	<b>145,787</b>	<b>150,763</b>	<b>155,738</b>	<b>160,715</b>	<b>165,691</b>

Elaboración propia.

### **Cálculo de la demanda potencial**

Para el cálculo de la demanda potencial se identificó el factor de la demanda potencial (FDP), obtenido a partir de las encuestas a los visitantes en relación a la disponibilidad por realizar actividades de turismo rural comunitario.

Para obtener los factores de demanda potencial se utilizó la siguiente pregunta de la encuesta: *En su viaje, usted tendría la disposición a realizar actividades turísticas rurales comunitarias (se incluye actividades que ofrece y ofrecería el emprendedor), como: observación de flora y fauna, música y danza, caminata y paseo en bote, entre otros.*

De acuerdo con los resultados de la encuesta, los turistas manifestaron lo siguiente:

**Tabla N° 47. Resultados de las encuestas**

TURISTAS	SI	NO
Nacionales	63.4%	36.6%
Extranjeros	45.3%	54.7%

Fuente: Resultados de la encuesta (Datos con fines prácticos).

De los resultados, se concluye que los 63.4% y 45.3% de los turistas nacionales y extranjeros entrevistados respectivamente, tendrían disposición a realizar actividades turísticas vinculadas al turismo rural comunitario. Por tanto, los factores de demanda potencial son:

- FDP nacional = 63.4%
- FDP extranjeros = 45.3%

Con estos factores se determina la demanda potencial utilizando la siguiente expresión:

$$\text{Demanda potencial} = FDP \times \text{población referencial}$$

Teniendo como base la población referencial a la provincia Andahuaylas, tenemos:

**Tabla N° 48. Cálculo de la población potencial para el año 2015**

TIPO DE TURISTAS	FDP (A)	POBLACIÓN REFERENCIAL (B)	POBLACIÓN POTENCIAL (AÑO 0) (C = A X B)
Nacionales	63.4%	13,4846	88,681
Extranjeros	45.3%	990	424

Elaboración propia.

Este procedimiento se completará hasta el periodo de horizonte considerado:

**Tabla N° 49. Proyección de la demanda potencial**

TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nacionales		88,681	91,870	95,059	98,247	101,436	104,625
Extranjeros		424	400	375	351	326	302
<b>Total</b>		<b>89,105</b>	<b>92,270</b>	<b>95,434</b>	<b>98,598</b>	<b>101,762</b>	<b>104,927</b>

Elaboración propia.

### Cálculo de la población demandante efectiva

Para la obtención de la demanda efectiva se identificó, con el porcentaje de turistas, tanto nacionales como extranjeros, que tienen la disponibilidad a usar el servicio turístico rural comunitario ofrecido por el Plan de Negocio-asociación AMPI. A este porcentaje se le denomina factor de la demanda efectiva (FDE).

Para el cálculo de la demanda efectiva utiliza la siguiente expresión:

$$\text{Demanda efectiva} = FDE \times \text{Demanda potencial}$$

Para determinar los factores FDE se utilizarán los resultados de la encuesta, referidos a la disposición de adquirir los servicios para el desarrollo de estas actividades propias del turismo rural comunitario del emprendedor.

Para obtener los factores de demanda efectiva se utilizará la siguiente pregunta de la encuesta: *Usted estaría dispuesto a adquirir los servicios turísticos del emprendimiento Pacucha, ofreciendo nuevos y mejores servicios de observación de flora y fauna, danza y música, caminata y paseo en bote.*

De acuerdo con los resultados de la encuesta, los turistas manifestaron lo siguiente:

**Tabla N° 50. Resultados de las encuestas**

TURISTAS	SI	NO
Nacionales	23.0%	77.0%
Extranjeros	23.9%	76.1%

Fuente: Resultados de la encuesta.

Como se observa, el 23.0% y 23.9% de los turistas nacionales y extranjeros entrevistados respectivamente, estarían dispuestos a adquirir los servicios ofrecidos por el Plan de Negocio.

Los factores de demanda efectiva (FDE) son:

- FDP nacional = 23.0%
- FDP extranjeros = 23.9%

Teniendo como base la población potencial, tenemos:

**Tabla N° 51. Cálculo de la población efectiva**

TIPO DE TURISTAS	FDP (A)	POBLACIÓN POTENCIAL (B)	POBLACIÓN EFECTIVA (AÑO 0) (C = A X B)
<b>Nacionales</b>	23.0%	85,492	<b>20,397</b>
<b>Extranjeros</b>	23.9%	448	<b>101</b>

Elaboración propia.

Este procedimiento se completará hasta el periodo de horizonte considerado:

**Tabla N° 52. Proyección de la población demandante efectiva**

TURISTAS AÑOS	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Nacionales</b>	20,397	21,130	21,863	22,597	23,330	24,064
<b>Extranjeros</b>	101	95	90	84	78	72
<b>Total</b>	<b>20,498</b>	<b>21,225</b>	<b>21,953</b>	<b>22,681</b>	<b>23,408</b>	<b>24,136</b>

Elaboración propia.

## Paso 2: Estimación de la demanda efectiva por tipo de servicio

### Frecuencia de uso del servicio

Para el desarrollo de este ítem se utilizará los resultados de la encuesta, que a continuación de muestran:

**Tabla N° 53. Frecuencia de uso del servicio**

TURISTAS	SERVICIO ECOTURÍSTICO	SERVICIO CULTURAL	SERVICIO RECREATIVO	SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
<b>Nacionales</b>	65%	61%	60%	67%	80%
<b>Extranjeros</b>	87%	95%	85%	100%	100%

Fuente: Encuesta (Datos con fines prácticos).

En adelante se muestra la demanda efectiva de cada servicio que ofrecerá el emprendedor para el horizonte de evaluación:

**Tabla N° 54. Proyección de la demanda efectiva por tipo de servicio**

Demanda efectiva del servicio ecoturístico							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nacionales		13,258	13,735	14,211	14,688	15,165	15,642
Extranjeros		88	83	78	73	68	63
<b>Total</b>		<b>13,346</b>	<b>13,817</b>	<b>14,289</b>	<b>14,761</b>	<b>15,232</b>	<b>15,704</b>

Demanda efectiva del servicio cultural							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nacionales		12,442	12,889	13,336	13,784	14,231	14,679
Extranjeros		96	90	86	80	74	68
<b>Total</b>		<b>12,538</b>	<b>12,980</b>	<b>13,422</b>	<b>13,864</b>	<b>14,305</b>	<b>14,747</b>

Demanda efectiva del servicio recreativo							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nacionales		12,238	12,678	13,118	13,558	13,998	14,438
Extranjeros		86	81	77	71	66	61
<b>Total</b>		<b>12,324</b>	<b>12,759</b>	<b>13,194</b>	<b>13,630</b>	<b>14,064</b>	<b>14,500</b>

Demanda efectiva del servicio de alojamiento rural							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nacionales		13,666	14,157	14,648	15,140	15,631	16,123
Extranjeros		101	95	90	84	78	72
<b>Total</b>		<b>13,767</b>	<b>14,252</b>	<b>14,738</b>	<b>15,224</b>	<b>15,709</b>	<b>16,195</b>

Demanda efectiva del servicio de alimentos y bebidas en el área rural							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nacionales		16,318	16,904	17,490	18,078	18,664	19,251
Extranjeros		101	95	90	84	78	72
<b>Total</b>		<b>16,419</b>	<b>16,999</b>	<b>17,580</b>	<b>18,162</b>	<b>18,742</b>	<b>19,323</b>

Elaboración propia.

### Ejemplo:

#### **Demanda incremental. Propuesta Productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

A continuación se debe de calcular la demanda incremental, es decir, la demanda de mercado (con proyecto) menos la demanda en la situación actual (sin proyecto), debido a que el proyecto debe atender al incremental de los servicios. A continuación, se presentan los resultados para cada uno de los servicios:

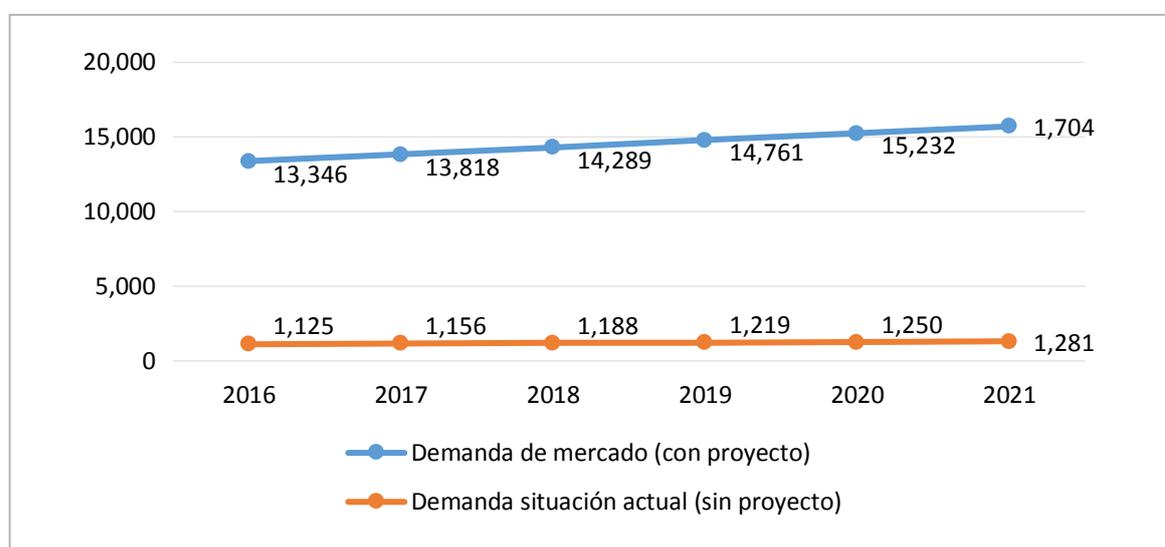
**Tabla N° 55. Demanda incremental del servicio ecoturístico**

TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda de mercado (con proyecto)		13,346	13,817	14,289	14,761	15,232	15,704
Demanda situación actual (sin proyecto)		1,125	1,156	1,188	1,219	1,250	1,281
<b>Demanda Incremental</b>		<b>12,221</b>	<b>12,661</b>	<b>13,102</b>	<b>13,542</b>	<b>13,982</b>	<b>14,423</b>

Elaboración propia.

A modo gráfico se tiene:

**Gráfico N° 16. Demanda incremental del servicio ecoturístico**



Elaboración propia.

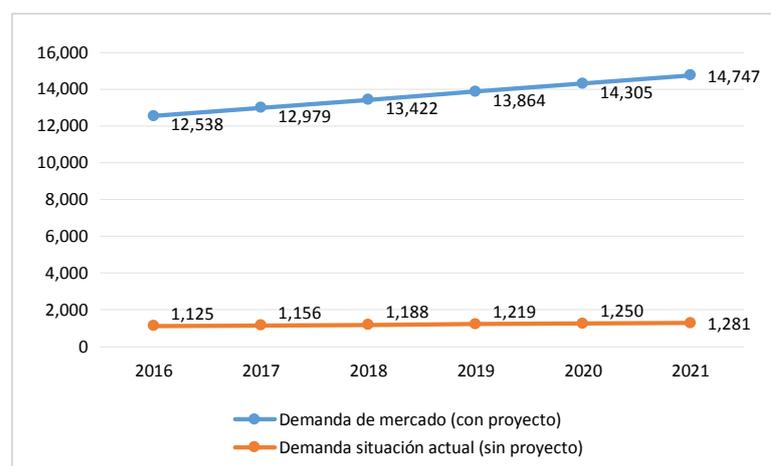
**Tabla N° 56. Demanda incremental del servicio cultural**

DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO CULTURAL "MÚSICA Y DANZA"							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda de mercado (con proyecto)		12,538	12,979	13,422	13,864	14,305	14,747
Demanda situación actual (sin proyecto)		1,125	1,156	1,188	1,219	1,250	1,281
<b>Demanda Incremental</b>		<b>11,413</b>	<b>11,823</b>	<b>12,234</b>	<b>12,645</b>	<b>13,055</b>	<b>13,466</b>

Elaboración propia.

A modo gráfico se tiene:

**Gráfico N° 17. Demanda incremental del servicio cultural**



Elaboración propia.

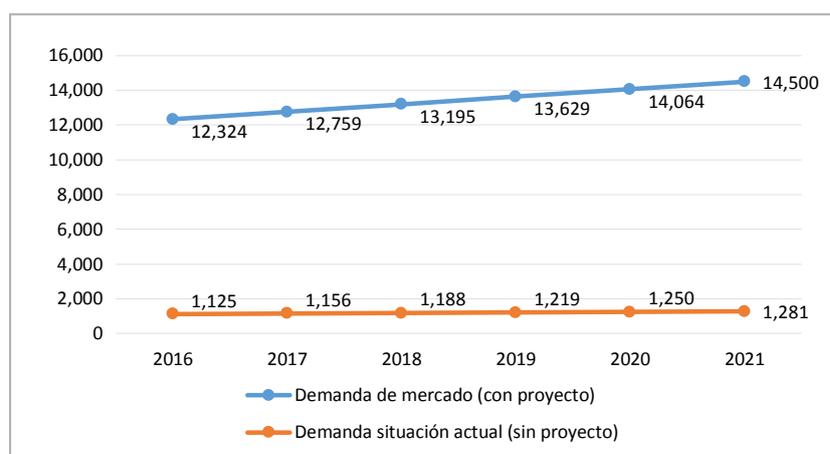
**Tabla N° 57. Demanda incremental del servicio recreativo**

DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO RECREATIVO "CAMINATA Y PASEO EN BOTE"							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda de mercado (con proyecto)		12,324	12,759	13,194	13,630	14,064	14,500
Demanda situación actual (sin proyecto)		1,125	1,156	1,188	1,219	1,250	1,281
<b>Demanda Incremental</b>		<b>11,199</b>	<b>11,602</b>	<b>120,07</b>	<b>12411</b>	<b>12814</b>	<b>13218</b>

Elaboración propia.

A modo gráfico se tiene:

**Gráfico N° 18. Demanda incremental del servicio recreativo**



Elaboración propia.

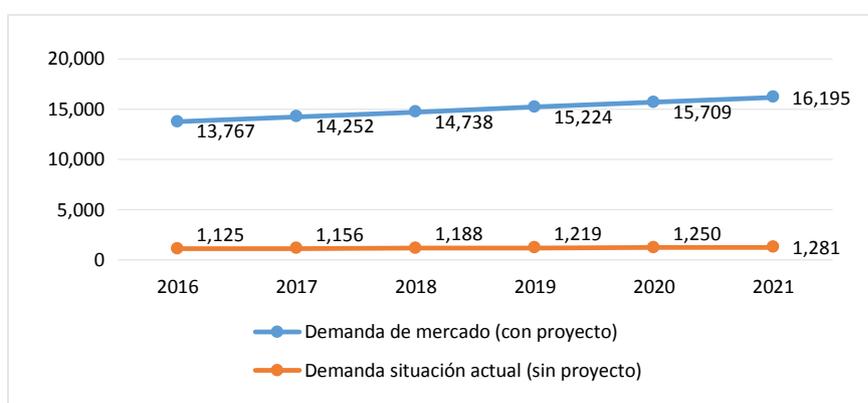
**Tabla N° 58. Demanda incremental del servicio de alojamiento rural**

DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO ALOJAMIENTO RURAL							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda de mercado (con proyecto)		13,767	14,252	14,738	15,224	15,709	16,195
Demanda situación actual (sin proyecto)		1,125	1,156	1,188	1,219	1,250	1,281
<b>Demanda Incremental</b>		<b>12,642</b>	<b>13,096</b>	<b>13,550</b>	<b>14,005</b>	<b>14,459</b>	<b>14,914</b>

Elaboración propia.

A modo gráfico se tiene:

**Gráfico N° 16. Demanda incremental del servicio de alojamiento rural**



Elaboración propia.

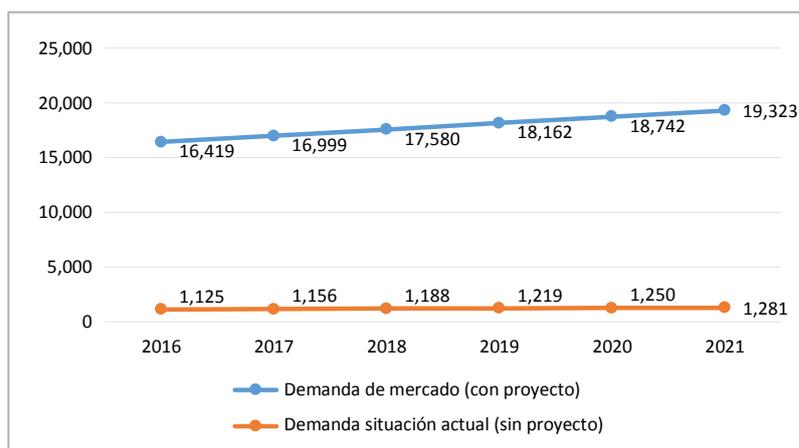
**Tabla N° 59. Demanda incremental del servicio de alimentación y bebida en el área rural**

DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL ÁREA RURAL							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda de mercado (con proyecto)		16,419	16,999	17,580	18,162	18,742	19,323
Demanda situación actual (sin proyecto)		1,125	1,156	1,188	1,219	1,250	1,281
<b>Demanda Incremental</b>		<b>15,294</b>	<b>15,843</b>	<b>16,392</b>	<b>16,943</b>	<b>17,492</b>	<b>18,042</b>

Elaboración propia.

A modo gráfico se tiene:

**Gráfico N° 17. Demanda incremental del servicio de alimentación y bebida**



Elaboración propia.

## 5.2. Análisis de la oferta del servicio de TRC

La oferta de TRC es la cantidad de servicios turísticos privados del TRC, que los prestadores de servicios turísticos de la competencia están dispuestos a ofrecer a los visitantes a un precio determinado.

El análisis de la oferta debe realizarse desde dos puntos de vista:

- En términos cualitativos, se identifican las principales características de la competencia de prestadores de servicios turísticos privados de TRC relacionados con los segmentos de turismo que ofrece el emprendimiento y factores que afectan a la oferta. En ese sentido, se debe determinar la cantidad de servicios que la competencia ofrece al mercado para cada nivel de precio.
- En términos cuantitativos, se estima la magnitud de la oferta (actual y proyectada del emprendimiento de TRC en análisis).

### a) Oferta actual

#### **Serie histórica de la oferta histórica.**

Se debe presentar información sobre la evolución de la producción de las unidades económicas que conforman la oferta actual dirigida al segmento de mercado del producto. Analizar la serie histórica y estimar los coeficientes de crecimiento histórico de la oferta en la industria (si se tuviesen).

#### **Estimación de la oferta actual:**

- La oferta actual es el número de servicios que presta la competencia directa o indirecta considerando las limitaciones de tamaño y capacidad de carga.
- Definido el servicio a ofertar en el mercado efectivo de los servicios turísticos privados de TRC, se debe determinar la unidad de medida de la oferta por tipo de servicio.

- Para la cuantificación de la oferta actual, se tiene que identificar las empresas o personas naturales que se encuentran operando cerca al emprendimiento de TRC, a través de entrevistas a profundidad, pronósticos, opinión de expertos en TRC u observación directa, determinando la capacidad de carga y porcentaje de ocupabilidad de sus establecimientos, de tal manera que se pueda estimar en base a supuestos y premisas la oferta actual de servicios turísticos privados.
- Determinar la capacidad de carga de los distintos tipos de servicios en el marco del emprendimiento del TRC.

## **b) Características de la oferta actual para un Plan de Negocio de TRC**

El análisis cualitativo de la oferta actual es muy importante porque permite determinar las fortalezas y debilidades de la competencia; por ende, identificar la propuesta de valor que la competencia ofrece al mercado y generar propuestas a nivel de servicio aumentado<sup>15</sup>, basados en la tecnología e innovación. Se recomienda analizar:

- Servicios turísticos privados de TRC que se ofertan y el detalle de actividades turísticas por tipo de servicio.
- Nivel de calidad de los servicios ofertados considerando nivel de satisfacción del visitante.
- Innovación de cada uno de los tipos de servicios.
- Nivel de participación en el mercado y el ámbito del emprendimiento.
- Estimación de la cantidad de servicios vendidos por año.
- Capacidad carga efectiva máxima y porcentaje de ocupabilidad actual.
- Ubicación de la competencia en relación al emprendimiento.
- Nivel de precios por cada uno de los tipos de servicios ofertados.
- Actividades de promoción que realiza la competencia.
- Agentes de comercialización que son utilizados y nivel de articulación que mantienen con la cadena de valor.
- Instalaciones y equipamiento que posee la competencia.
- Capacidad administrativa del negocio y nivel de satisfacción de los trabajadores actuales en la competencia.
- Condiciones de gestión turística y calidad en la atención.
- Otras variables que sean relevantes.

Se sugiere realizar un análisis de las fortalezas y debilidades de los competidores; además, seleccionar un máximo de tres empresas que sean consideradas como la competencia directa del emprendedor, esta información puede ser obtenida de entrevistas a profundidad, observación directa a través de la técnica de cliente misterioso, entre otras.

<sup>15</sup> El servicio aumentado es la presentación de un servicio mejorado, que supera la competencia y permite tener mayor participación en el mercado.

**Tabla N° 60. Identificación de variables críticas del mercado competidor**

VARIABLES	PN-PROCOMPITE ECOTURISMO, CULTURA Y RECREACIÓN	PN-PROCOMPITE DE ALOJAMIENTO RURAL	PN-PROCOMPITE DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN EL ÁREA RURAL
<b>Nombre del Competidor</b>	<b>Asociación Churrubamba</b>		
<b>Localización</b>	Pacucha		
<b>Tamaño</b>	230 m	15 hab.	6 mesas
<b>Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretación de faenas agrícolas.</li> <li>• Servicios de recreación (caminata y paseo e botes)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio de alojamiento incluye desayuno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Platos típicos de la región.</li> <li>• Bebidas.</li> </ul>
<b>Precios</b>	<p>Tarifario: Servicio cultural Adulto: S/ 15.00 Infantes: S/ 0.00 Servicio recreativo Adulto: S/ 30.00 Infantes: S/ 0.00</p> <p>Formas de Pago: Solo efectivo</p>	<p>Tarifario: Habitación simple : S/ 80.00 Habitación doble : S/ 100 Habitación cuádruple: S/ 150</p>	<p>Tarifario: Desayunos: Desde S/ 10.00 Platos : Desde S/ 30.00 Bebidas y aperitivos: Desde S/ 10.00 Cenas: Desde S/ 10.00</p>
<b>Promoción</b>	No cuenta con ningún espacio publicitario		
<b>Personal</b>	Junta comunal de la Asociación Churrubamba.	Colaboradores de atención	Personal en cocina:4 Personal en mesas: 2
<b>Infraestructura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 01 área de exhibición de faenas agrícolas.250 m<sup>2</sup> de ruta interna de trekking.</li> <li>• Paneles interpretativos, señalizaciones, etc.</li> <li>• Servicios higiénicos.</li> <li>• Otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitaciones.</li> <li>• Servicios higiénicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de cocina.</li> <li>• Área de comedor.</li> <li>• Servicios higiénicos.</li> </ul>

Elaboración propia.

## c) Análisis cuantitativo y proyección de la oferta para un Plan de Negocio de TRC

### C.1. Análisis cuantitativo de la oferta para un Plan de Negocio de TRC:

Para el análisis cuantitativo de la oferta actual, se deberá utilizar los siguientes métodos:

SERVICIOS	MÉTODO
Servicios ecoturísticos.	Fórmula capacidad de carga efectiva.
Servicios culturales.	Fórmula capacidad de carga efectiva.
Servicios de recreación.	Fórmula capacidad de carga efectiva.
Servicio de alojamiento rural.	Fórmula capacidad de carga física.
Servicio de alimentación y bebida en el área rural.	Fórmula capacidad de carga física.

La metodología para realizar el cálculo de la capacidad de carga se encuentra en *Guía metodológica para la formulación de proyectos de inversión pública para el sector turismo*<sup>16</sup>.

### C.2. Proyección de la oferta para un Plan de Negocio de TRC

En base a la estimación de la oferta actual se sugiere determinar un ratio de crecimiento o decrecimiento, según sea el caso de la actividad turística en el emprendimiento, esta información podrá ser obtenida a partir de entrevistas a profundidad y opinión de expertos en TRC, principalmente.

Para realizar la proyección de la oferta es importante incorporar los efectos de las siguientes situaciones:

- Incremento en el grado de utilización de la capacidad ociosa de la competencia actual.
- Existencia de planes y propuestas productivas de ampliación de la capacidad instalada por parte de la competencia actual.
- Incorporación de nuevas propuestas productivas o la ejecución de planes de negocio de inversión pública en el emprendimiento, estas futuras propuestas generarán cambios significativos en la capacidad de ofertar servicios turísticos privados por la competencia y la proyección debe hacerse considerando este punto.
- Para la proyección de la oferta también se hace necesario tener en cuenta las variables que la afectan, como son el precio del paquete turístico de TRC, disponibilidad de insumos por parte de la competencia, medidas de política económica, régimen de precios, nivel de tecnología alcanzada, factores ambientales y climatológicos, entre otros aspectos.
- La proyección de la oferta se realizará para un horizonte de cinco años de operación.

<sup>16</sup> Información disponible en: [http://www.mef.gob.pe/contenidos/inv\\_publica/docs/instrumentos\\_metod/turismo/Guia\\_de\\_turismo](http://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/instrumentos_metod/turismo/Guia_de_turismo).

### **Ejemplo: Propuesta Productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Actualmente, se prestan servicios ecoturísticos, culturales, recreativos, servicios de alojamiento rural y, servicios de alimentos y bebidas; pero, en ninguno de los emprendimientos ofertan un adecuado servicio de calidad que satisfaga adecuadamente a los turistas (inadecuado manejo de grupos, inadecuada atención a los visitantes, baja calidad en los servicios de guiado, alteración de la flora y fauna, entre otros). Por ello, luego de la estimación de la capacidad de carga de los emprendimientos del servicio principal se llega a la conclusión que la oferta actual es cero (puesto que ninguno de los emprendimientos logra brindar sus servicios con calidad y con el debido cuidado de los recursos turísticos).

## **5.3. Estructura de mercado para un Plan de Negocio de TRC**

Describir de forma resumida las características que definen el mercado del servicio del TRC, con respecto a los ofertantes del mismo; con el propósito de determinar si se presenta un mercado de competencia perfecta, competencia monopolística, oligopolio, oligopsonio, monopolio, monopsonio, entre otros.

### **Ejemplo:**

#### **Estructura de mercado para un Plan de Negocio PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

La oferta que se expone en el Plan de Negocio PROCOMPITE de la Asociación AMPI (turismo rural comunitario), se enfrenta a competencia en duopolio, puesto que son dos empresas de un mismo sector (02: Asociación AMPI y Churrubamba), las cuales dominan y tienen control sobre el mercado.

Estas empresas producen bienes y servicios diferenciados por algún aspecto en particular. Para el caso de la Asociación AMPI, se ofrece servicios ecoturísticos (observación de flora y fauna), culturales (música y danza), recreativos (caminata y paseo en bote), alojamiento rural y alimentos y bebidas; es necesario señalar que los servicios brindados son de baja calidad.

La Asociación Churrubamba brinda servicios turísticos recreativos (caminatas), servicio cultural (faenas agrícolas) y servicios complementarios, como alojamiento y alimentación; y al igual que los servicios brindado por la Asociación AMPI, los servicios brindados son de baja calidad.

## **5.4. Brecha demanda-oferta**

### **a) Determinación de la brecha cuantitativa**

Determinar brecha cuantitativa (de servicios turísticos privados de TRC) a lo largo del horizonte de evaluación de la propuesta productiva, sobre la base de la diferencia de la demanda incremental y la oferta actual.

### Ejemplo:

#### Propuesta productiva. PROCOMPITE de la Asociación AMPI

En las siguientes tablas se presenta el balance demanda efectiva con proyecto-oferta actual para el Plan de Negocio-Asociación AMPI.

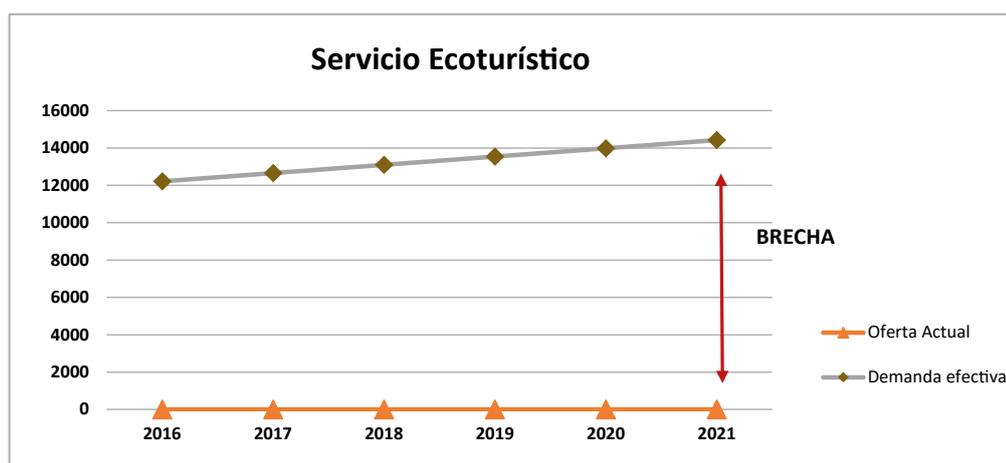
#### Balance demanda-oferta (Servicio Ecoturístico)

Tabla N° 61. Balance demanda con Plan de Negocio-oferta actual (turistas/año)

TURISTAS	AÑO	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Oferta actual	0	0	0	0	0	0	
Demanda incremental efectiva	12,221	12,662	13,102	13,542	13,983	14,423	
<b>Brecha D-O</b>	<b>12,221</b>	<b>12,662</b>	<b>13,102</b>	<b>13,542</b>	<b>13,983</b>	<b>14,423</b>	

Elaboración propia.

Gráfico N° 20. Brecha demanda-oferta (Servicio ecoturístico)



Elaboración propia.

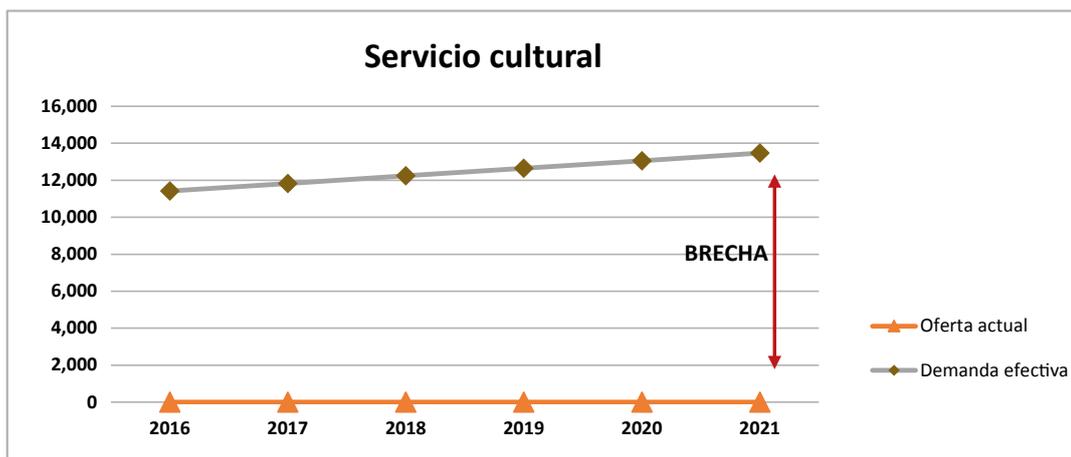
#### Balance Demanda-Oferta (Servicio Cultural)

Tabla N° 62. Balance demanda con Plan de Negocio-oferta actual (equipos/año)

TURISTAS	AÑO	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Oferta actual	0	0	0	0	0	0	
Demanda incremental efectiva	11,413	11,823	12,234	12,645	13,055	13,466	
<b>Brecha D-O</b>	<b>11,413</b>	<b>11,823</b>	<b>12,234</b>	<b>12,645</b>	<b>13,055</b>	<b>13,466</b>	

Elaboración propia.

**Gráfico N° 21. Brecha demanda-oferta (servicio cultural)**



Elaboración propia.

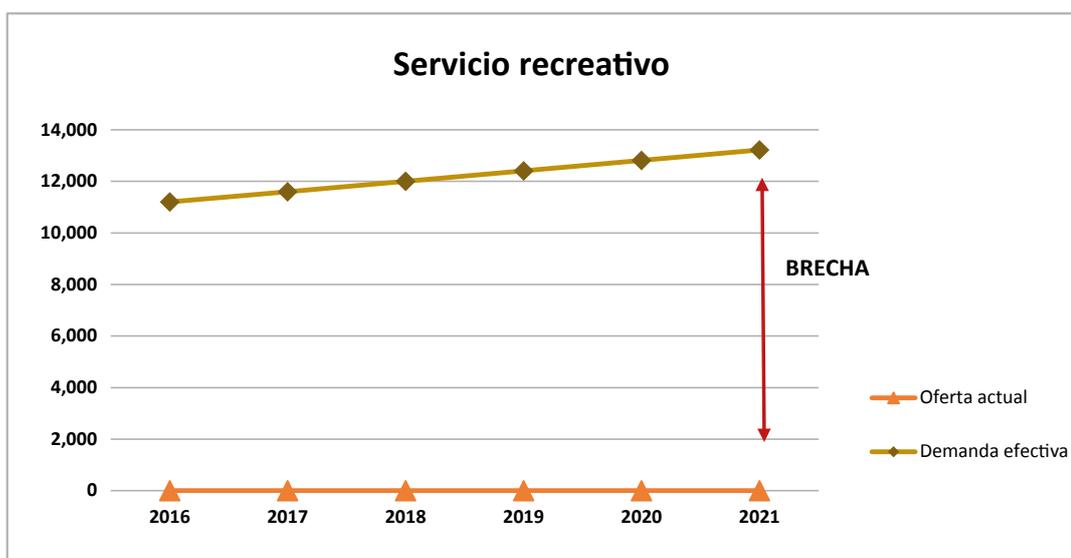
**Balance demanda-oferta (servicio recreativo)**

**Tabla N° 63. Balance demanda con Plan de Negocio-oferta actual (turistas/año)**

TURISTAS	AÑO	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Oferta Actual		0	0	0	0	0	0
Demanda Incremental efectiva		11,199	11,603	12,007	12,411	12,814	13,218
<b>Brecha D-O</b>		<b>11,199</b>	<b>11,603</b>	<b>12,007</b>	<b>12,411</b>	<b>12,814</b>	<b>13,218</b>

Elaboración propia.

**Gráfico N° 22. Brecha demanda-oferta (servicio recreativo)**



Elaboración propia.

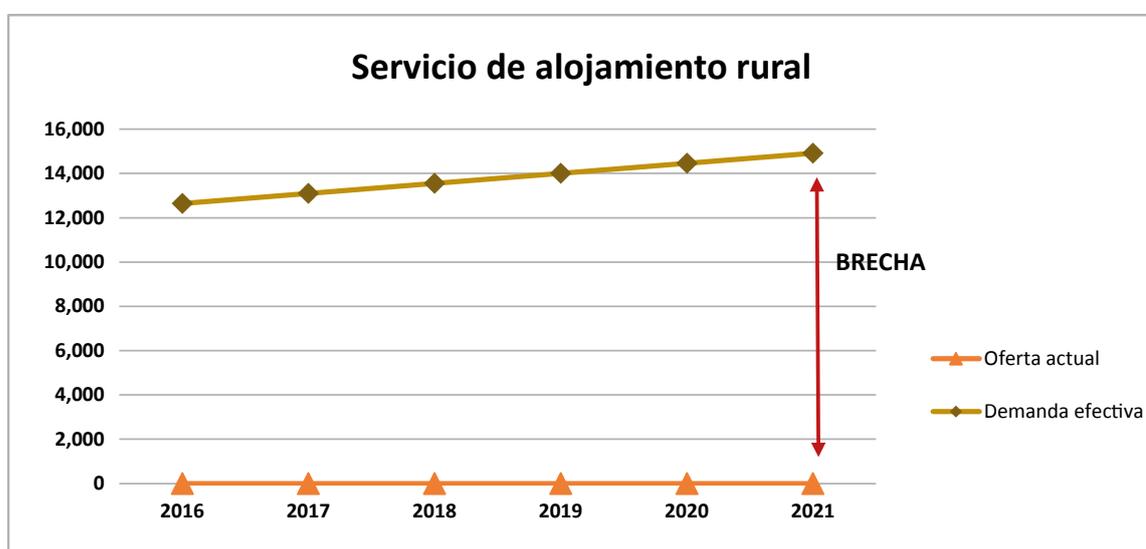
## Balance demanda-oferta (servicio alojamiento rural)

Tabla N° 64. Balance demanda con Plan de Negocio-oferta actual (camas/año)

TURISTAS	AÑO	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Oferta actual		0	0	0	0	0	0
Demanda incremental efectiva		12,642	13,096	13,551	14,005	14,459	14,914
<b>Brecha D-O</b>		<b>12,642</b>	<b>13,096</b>	<b>13,551</b>	<b>14,005</b>	<b>14,459</b>	<b>14,914</b>

Elaboración propia.

Gráfico N° 23. Brecha demanda-oferta (servicio alojamiento rural)



Elaboración propia.

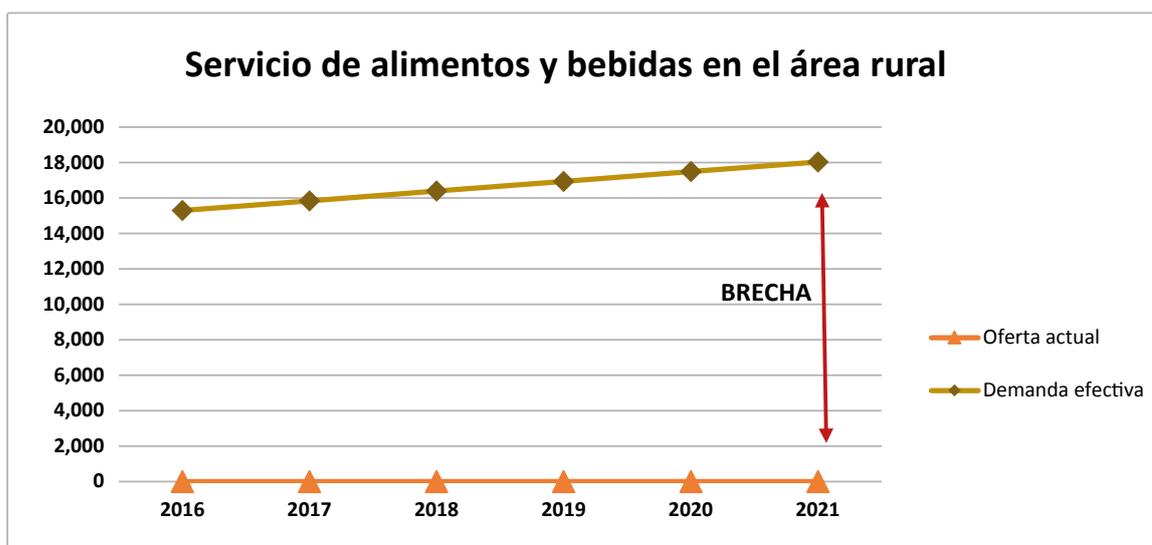
## Balance demanda-oferta (servicio alimentación y bebida en el área rural)

Tabla N° 65. Balance demanda con Plan de Negocio-oferta actual (sillas/año)

TURISTAS	AÑO	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Oferta actual		0	0	0	0	0	0
Demanda incremental efectiva		15,294	15,843	16,393	16,943	17,492	18,042
<b>Brecha D-O</b>		<b>15,294</b>	<b>15,843</b>	<b>16,393</b>	<b>16,943</b>	<b>17,492</b>	<b>18,042</b>

Elaboración propia.

Gráfico N° 24. Brecha demanda-oferta (servicio restaurante rural)



Elaboración propia.

## b) Evidencias de existencia de mercado de TRC

Para justificar la existencia de un mercado de servicios turísticos privados de TRC, el emprendedor debe documentar su articulación con los agentes de comercialización (agencia de viaje mayorista y minorista) con los cuales ha establecido relación comercial.

Para ello se presentan dos casos:

- En el caso de emprendedores con experiencia en TRC: Registro de ventas de los últimos dos años, ya sea ventas realizadas de manera colectiva como organización o de manera individual, sustentados mediante comprobantes de venta que haya emitido, contratos celebrados u otros documentos que evidencien relaciones de compra-venta. Asimismo, documentos que sustenten un compromiso de compra-venta de los servicios privados de TRC ofertados a los agentes de comercialización.
- En el caso de emprendedores sin experiencia o que empiezan con una nueva actividad económica: convenios de compra, contratos de compra-venta, convenios con entidades de promoción y apoyo al turismo rural comunitario u otro documento que sustente un compromiso de compra-venta de los servicios que generará la propuesta productiva.

### Ejemplo:

#### Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Se conoce que actualmente la asociación AMPI presta servicios ecoturísticos, culturales, recreativos, servicios de alojamiento rural y servicios de alimentos y bebidas, los cuales no se ofertan con una adecuada calidad que satisfaga a los turistas. En tal sentido, se estaría considerando a la Asociación AMPI en el primer caso (emprendedores con experiencia en TRC); por lo tanto, la Asociación deberá sustentar su propuesta productiva de TRC con su respectivo registro de ventas, comprobantes emitidos, contratos celebrados, entre otros.



**Nota:** Para los dos casos señalados, el formulador deberá realizar su respectiva implementación, adjuntando los documentos sustentatorios, sea el caso, dichos documentos deberán ser anexados en la propuesta productiva de TRC.

## 5.5. Estrategia de marketing

Se debe señalar cómo se logrará la ventaja competitiva necesaria para que los servicios generados por la propuesta productiva, sean demandados efectivamente por el público objetivo, debido a que en el contexto actual es difícil captar a los visitantes y no dejar que se vayan a la competencia. Es por esto que el sector turismo ha buscado soluciones a través del marketing de experiencias, con lo que se busca crear un vínculo más allá del servicio que ofrecen, mediante una estrategia que busca posicionar la experiencia y los clientes, generando lazos emocionales y sentimientos que mueven al cliente nacional y extranjero a realizar estas experiencias de turismo y sobre todo que prefieran el servicio que se brindan a los de la competencia.

### a) Estrategia de servicio

Describir las características tangibles (instalaciones, acondicionamiento, equipos, etc.) e intangibles (significados, valores, atributos del recurso turístico, atención cuidadosa y detallista, marca, etc.) del servicio. El servicio deberá ser consistente con la propuesta principal de venta que proponga la propuesta productiva.

#### **Ejemplo:**

#### **Estrategias de servicio PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

La estrategia de los servicios turísticos está basada en la calidad y la singularidad, la cual puede ser brindada bajo estándares de calidad del servicio siguiendo la “Metodología ISMI”<sup>17</sup>, orientada a cumplir con el código de protección y defensa del recurso turístico y del turista<sup>18</sup>. Estos servicios constarán con una secuencia de pasos definidos de antemano y presentados en esquemas a los visitantes, junto con planos de los recorridos y la información relevante sobre los atractivos y las medidas de seguridad y de riesgos, así también se contará con personal debidamente capacitado que pueda brindar la información y atención adicional que requieran los visitantes y los guíen durante todo el recorrido. Tomar en cuenta que los servicios turísticos asociados a las rutas de ecoturismo, cultura y recreación, se darán tomando en cuenta el cuidado y respeto por el entorno delicado y prístino de la naturaleza y, la originalidad y autenticidad de las costumbres y tradiciones culturales.

<sup>17</sup> ISMI-International Service Marketing Institute. Esta metodología se puede ubicar en la siguiente página web: <http://coaching.toptenms.com/archivos/777/descargas/estandares2.pdf>.

<sup>18</sup> Ley N° 29571 Código de protección y defensa del consumidor.

Los servicios presentan las siguientes características:

- El servicio de ecoturismo consistente en la observación de flora y fauna, será brindado por un orientador turístico local, el cual estará capacitado con conocimientos en cuanto a los atributos y valores de la flora y fauna del emprendimiento, y llevará al visitante hacia el recurso turístico natural vinculado a la laguna Pacucha. El servicio incluirá, el uso de guía de campo, binoculares y lupas para ampliar la visión, protocolos de visita. Las instalaciones turísticas que se utilizarán para la observación de flora y fauna son acondicionamientos de las instalaciones (caminos de ruta interna, descansos, miradores, señales y paneles), que serán construidas con materiales que no alteren la armonía del paisaje y propios del lugar. En el lugar se observarán distintas especies de flora (nopales, huizaches, magueyes, biznagas, panzas agrias, guarines, panaderas, encinos, panzas de madroño, oyameles, trigüeños, bosques de eucalipto, entre otros.) y fauna (pejerrey del río, ardillas, tuzas, ratones de campo, armadillos y diversas especies de aves como patos y patillos silvestres, etc.), todas estas especies tienen distintas cualidades en términos de colores, texturas, olores, tamaños, formas, entre otros<sup>19</sup>.
- La estrategia del servicio de turismo cultural consistente en la interpretación de la música y danza auténtica y oriunda del lugar permitirá brindar la máxima satisfacción del turista a través de la puesta en escena de danzantes y músicos de nuestra cultura andina de Pacucha. Las danzas se representarán a través de la participación de agrupaciones culturales de la zona, especializadas en la producción de música andina melodiosa y alegres interpretaciones (enérgicas y rítmicas) de danzas. Los músicos y danzantes serán parte de la puesta en escena, quienes expondrán un repertorio cultural. Entre la propuesta de repertorio se tiene: Negrillos, Inkachas, Waylías, Ukumaris y Ursulitas.
- El servicio turístico recreativo consistente en caminata y paseo en bote, será brindado por un orientador turístico local debidamente preparado para dar asistencia e información especializada. Las instalaciones que se utilizarán para este servicio son los senderos interpretativos señalizados y con paneles interpretativos, que permitirán la observación de la belleza escénica y paisajística de la zona. Los equipos que se utilizarán para este servicio serán los bastones de trekking para las zonas accidentadas, los chalecos de salvavidas e instrumentos de pesca para el paseo en bote, y el recurso turístico visitado, será la Laguna de Pacucha.
- En cuanto a la estrategia del servicio de alojamiento. Se presentarán servicios direccionados a una excelente recepción de los visitantes, con instalaciones adecuadamente acondicionadas y acogedoras.
- El servicio de alojamiento rural será gestionado por personal debidamente capacitado que pueda satisfacer las necesidades que requieran los visitantes. Se contará con un administrador y un encargado de recepción que será responsable de dar la bienvenida, registrar, manejar las solicitudes de alojamiento, así como realizar la cobranza. El alojamiento contará con habitaciones simples, dobles y triples, las cuales tendrán camas cómodas, veladores, ropero, sillas, y calefactores eléctricos. Cada dormitorio estará ambientado con artesanías elaboradas por los propios comuneros y totalmente equipadas con menaje, sábanas, mantas, y toallas. El cuarto de baño será de uso común y estará equipado con todos los utensilios necesarios para el aseo personal. Los materiales de construcción del alojamiento son principalmente de material noble

<sup>19</sup> Elaborado sobre la base de las siguientes páginas web: <http://encicloturismoperu.blogspot.pe/2009/08/laguna-de-pacucha-apurimac.html>; [http://www.elclima.com.mx/clima\\_flora\\_y\\_fauna\\_en\\_pachuca.htm](http://www.elclima.com.mx/clima_flora_y_fauna_en_pachuca.htm)

revestidos con materiales de la zona que le dará un aspecto rústico y adecuado al entorno paisajístico.

- La estrategia del servicio de alimentación y bebidas está basada en la calidad y salubridad, los cuales serán adquiridos y preparados bajo las normas de calidad actuales y manteniendo la sazón tradicional de la zona, orientado a cumplir con el código de protección y defensa del consumidor. Se contará con instalaciones debidamente acondicionadas, tomando en cuenta las normas de seguridad establecidas y las áreas de circulación, así también se hace relevante contar con personal debidamente capacitado que atienda a los visitantes y los hagan sentir una experiencia culinaria inigualable.
- El servicio de alimentación y bebida en el área rural será brindado principalmente por un cocinero de la comunidad campesina AMPI, quien preparará los alimentos con insumos locales de buena calidad y siguiendo buenas prácticas de higiene y de manipulación de alimentos. La atención será brindada por los pobladores de la comunidad quienes estarán debidamente capacitados y vestirán sus trajes típicos en todo momento. El desayuno, almuerzo y cena serán variados; cada día se elaborará un plato diferente con alimentos locales y con alto valor nutricional que hará que el visitante valore la gastronomía ancestral andina (la carta será actualizada como mínimo una vez al año). El restaurante rural, donde se ofrecerá el servicio de alimentación y bebida, tendrá adecuados ambientes y estará equipado con el menaje necesario para el disfrute de la comida; asimismo, el servicio será brindado acompañado con música tradicional y relajante. Los materiales de la infraestructura del restaurante rural son principalmente de material noble revestidos con materiales de la zona que le darán un aspecto rústico y adecuado al entorno paisajístico.

## b) Estrategia de precio

Los acápites a considerar son:

- Método de estimación de precios: Existen diversos métodos de precios que podrán utilizarse, entre ellos están:
  - Método de la disponibilidad a pagar.  
Este se obtiene a través del desarrollo de encuestas a los visitantes actuales al emprendimiento o centro soporte.
  - Método de la competencia.  
Análisis de la política de precios de la competencia en aquellos servicios privados de TRC iguales o similares a los que propone el Plan de Negocio.
  - Método en función de la estructura de costos.  
Se fijan los precios en función de los costos unitarios y el margen que propone el emprendedor.

Podrá elegirse uno de los métodos o la combinación de estos, para fijar valores mínimos y máximos que puede tomar esta variable.

- Precios propuestos  
Se indicarán las tarifas obtenidas para los diferentes servicios privados (ecoturísticos, culturales, recreativo, alojamiento rural y alimentación y bebidas), que ofrece la propuesta productiva, así como se determinará si éstas permanecerán fijas o se modificarán según la temporada del año.

- Formas de pago  
Identificar si se cobrará el 100% en efectivo o si se dará crédito, y a través de qué medios de pago (tarjetas de crédito, tarjetas de débito, etc).
- Política de descuento  
Indicar si se hará descuentos por temporadas del año de visita, por cantidad de grupos de personas (viajeros, estudiantes universitarios, promociones escolares, etc.) e identificar si éste se realizará al inicio del negocio, en la fase de lanzamiento, o será una política permanente.

**Ejemplo:**

**Estrategias de precio PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Para efectos del ejemplo se tomará el servicio de ecoturismo a modo de referencia:

Se utilizarán los tres métodos anteriormente presentados:

**Tabla N° 66. Método de estimación de precios para los servicios ecoturísticos**

MÉTODOS	CARACTERÍSTICAS
Método de la disponibilidad a pagar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A través de encuestas realizadas a los visitantes, se ha determinado que la disponibilidad a pagar por los servicios de ecoturismo es de 30 soles.</li> </ul>
Método de la competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dado que no hay competencia directa no se ha podido establecer un valor referencial para el servicio de ecoturismo.</li> </ul>
Método en función de la estructura de costos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considerando un margen de utilidad de un 20% se ha determinado el precio de los servicios ecoturísticos en 30 soles.</li> </ul>

Por ende, considerando que la disponibilidad a pagar es mayor que el precio en función a los costos unitarios, el precio que se ha fijado para el servicio de ecoturismo es de 30 soles. El precio permanecerá fijo teniendo una única forma de pago, la cual será efectivo. No se presentarán ofertas promocionales.

**c) Estrategia de la plaza**

Determinar la forma cómo se llegará al visitante. Se debe analizar si el emprendedor se encuentra en posibilidad de realizar ventas directas o a través de agencias de viajes mayoristas y/o minoristas locales, regionales o nacionales. La selección del canal de venta de los servicios privados de TRC tiene que ser justificada y documentada.

**Ejemplo:**

**Estrategias de distribución PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Para poder llegar al visitante, la asociación AMPI aún no se encuentra preparada para realizar la venta directa de sus servicios, debido a que no han recibido capacitación necesaria para desarrollar esas funciones, por ello se asociarán con operadores turísticos

de la provincia de Andahuaylas, como por ejemplo Picaflor Travel, con la cual la Asociación ya sostuvo coordinaciones para el desarrollo de alianzas estratégicas hacia atrás, que permitirá captar a los visitantes a través de la red y medios de comunicación (página web, redes sociales, publicidad escrita, entre otros), que maneje la agencia de viajes.

Esta alianza estratégica se ha plasmado en una propuesta de convenio marco, en la que se establece un trabajo conjunto inicial de dos años, la responsabilidad de cada una de las partes, entre otros.

#### **d) Estrategia de promociones**

Para determinar la estrategia de promoción, será necesario saber cuál es la mezcla promocional: publicidad (volantes, afiches, etc.), promoción de ventas (rebaja de precio en ciertas temporadas del año, etc.), relaciones públicas (asistencia a ferias especializadas en TRC), E-marketing (página web, redes sociales, etc), entre otras. La publicidad en agencias de viajes virtuales, sitios web de descuentos de viaje, es una excelente vía de promoción dado que son accesibles desde una PC, pero también desde el celular lo que hace más directa la promoción con el visitante.

Se deben establecer dos momentos en la promoción de negocios de TRC:

- El primero es el periodo de lanzamiento durante el cual se pondrá en conocimiento los nuevos servicios a ofrecer, las ampliaciones realizadas (de ser el caso) y los mejoramientos realizados (de ser el caso). Este periodo podrá variar dependiendo del grado de posicionamiento del negocio de TRC.
- El segundo momento de la promoción es la operación y mantenimiento, el cual se debe dar a lo largo de todo el periodo de funcionamiento del negocio.

#### **Ejemplo:**

#### **Estrategia de promociones PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

La estrategia de promoción más apropiada para el negocio TRC es el marketing mix, el cual se detalla a continuación según etapas.

**Tabla N° 67. Características de la estrategia de promoción**

ETAPA	ACTIVIDAD
<b>Lanzamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación del portal web del negocio de TRC.</li> <li>• Volanteo de manera directa en los principales terminales terrestres y en el aeropuerto. Éstos volantes deberán indicar los principales servicios que ofrece la Asociación de la Comunidad Campesina de AMPI, medios de acceso, datos de contacto, entre otros.</li> <li>• Colocación de páginas web y páginas en redes sociales, más importantes (Facebook, twitter, instagram, etc.).</li> </ul>
<b>Operación y mantenimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y distribución de afiches y volantes promocionando fines de semana larga, fechas especiales (como Semana Santa, el Día de Todos los Santos, Día del Campesino, Navidad, entre otros).</li> <li>• Pago del dominio, así como de los honorarios del encargado del web master de la página principal y de las redes sociales.</li> <li>• Una vez al mes se establecerá reuniones de coordinación con los operadores turísticos, a fin de evaluar los logros en la captación de visitantes, así como la adecuada transmisión de las características del emprendimiento de TRC AMPI hacia los visitantes, los retos a asumir.</li> </ul>

Elaboración propia.

## 6 ESTUDIO TÉCNICO

### 6.1. Proceso de producción

#### a) Descripción del proceso de prestación del servicio turístico privado-TRC

- Describir brevemente el proceso de prestación de servicio, utilizando el esquema siguiente:
  - Descripción de los servicios turísticos principales de ecoturismo, cultural y recreativo.
  - Descripción del servicio de alojamiento rural y servicio de alimentación y bebida en el área rural.
  - Insumos principales y secundarios.
  - Insumos alternativos y efectos de su empleo.
  - Servicios principales, subservicios e intermedios.
- Presentar un flujograma del proceso de producción de prestación de los distintos servicios turísticos.
- Definir las líneas de producción.

A continuación se presenta un ejemplo:

SERVICIOS ECOTURÍSTICOS	SERVICIOS CULTURALES	SERVICIOS RECREATIVOS
<p><b>Servicio de observación de flora y fauna</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de los grupos con el guía/orientador turístico local correspondiente.</li> <li>• Se detallará a los turistas en qué consiste la actividad ecoturística que desarrollarán.</li> <li>• Se brindará una explicación detallada de las características y atributos de la flora, fauna y ecosistemas, permitiendo que el turista tenga múltiples sensaciones.</li> <li>• Se entregará a cada turista los equipos y/o materiales correspondientes a la actividad.</li> </ul>	<p><b>Servicio de interpretaciones musicales y danzas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de los grupos con el guía/orientador turístico local correspondiente.</li> <li>• Se detallará a los turistas en qué consiste la actividad turística cultural que desarrollarán.</li> <li>• Se realizará una puesta en escena e interpretación musical y de danza.</li> <li>• Se explicará a los turistas el tipo de expresiones que tienen, y sus significados y valores culturales.</li> <li>• Se preguntará a los turistas si quieren participar en una actividad cultural (música y/o danza).</li> </ul>	<p><b>Servicio de caminata y paseo en bote</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se preguntará a los turistas si quieren participar en alguna de las actividades de turismo recreativo.</li> <li>• Organización de los grupos con el guía/orientador turístico local correspondiente.</li> <li>• Se detallará a los turistas en qué consiste la actividad turística recreativa que desarrollarán.</li> <li>• Se dará una explicación detallada sobre la ruta de caminata a desarrollar así como del paseo en bote, considerando los riesgos que podrían afectar a los visitantes.</li> <li>• Se entrega equipos y materiales, así como una explicación sobre las medidas de seguridad a tomar.</li> </ul>

SERVICIOS ECOTURÍSTICOS	SERVICIOS CULTURALES	SERVICIOS RECREATIVOS
<p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La flora y fauna.</li> <li>- Las instalaciones.</li> <li>- Materiales y equipos (Biscopulares, lupas, kit de primeros auxilios).</li> </ul>	<p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las instalaciones.</li> <li>- Vestuarios.</li> <li>- Materiales para escenografía y equipos de sonidos.</li> <li>- Instrumentos musicales (violín, quena, tamborcillo, campanilla y bombo).</li> <li>- Vestimenta típica (negrillos, inkachas, wayllás, ukumaris, ursulitas).</li> </ul>	<p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las instalaciones en el entorno natural.</li> <li>- Bastones de trekking.</li> <li>- Chalecos salvavidas.</li> <li>- Kit de primeros auxilios.</li> </ul>

SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL ÁREA RURAL
<p>Se deberá contar con procedimientos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reserva de habitaciones, mantenimiento y aseo del alojamiento rural.</li> <li>• Recepción y acogida de huéspedes, incluyendo una visita guiada por el hospedaje rural, reserva.</li> <li>• Planificación de todas las actividades que el huésped pueda realizar con la familia anfitriona.</li> </ul> <p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calefactores.</li> <li>- Camas (1.5 plaza).</li> <li>- Veladores.</li> <li>- Roperos.</li> <li>- Artículos de dormitorio (sábanas, frazadas, toallas, televisores, entre otros).</li> <li>- Artículos de limpieza.</li> <li>- Materiales diversos (velas, lámparas, otros).</li> <li>- Botiquín de primeros auxilios.</li> <li>- Entre otros.</li> </ul>	<p>Se deberá contar con procedimientos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción y acogida a los visitantes.</li> <li>• Reserva, venta y cancelaciones.</li> <li>• Preparación de alimentos.</li> <li>• Tratamiento de los reclamos.</li> <li>• Contratación y entrenamiento de personal.</li> <li>• Manejo y mantenimiento de equipos y materiales.</li> </ul> <p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquinaria y equipos (cocina, refrigeradora, licuadora, cafetera, entre otros).</li> <li>- Utensilios de limpieza, cocina y comida.</li> <li>- Insumos para la preparación de alimentos propios de la zona (cebolla, tomate, aji panca, pimienta, cominos, etc.).</li> <li>- Entre otros.</li> </ul>

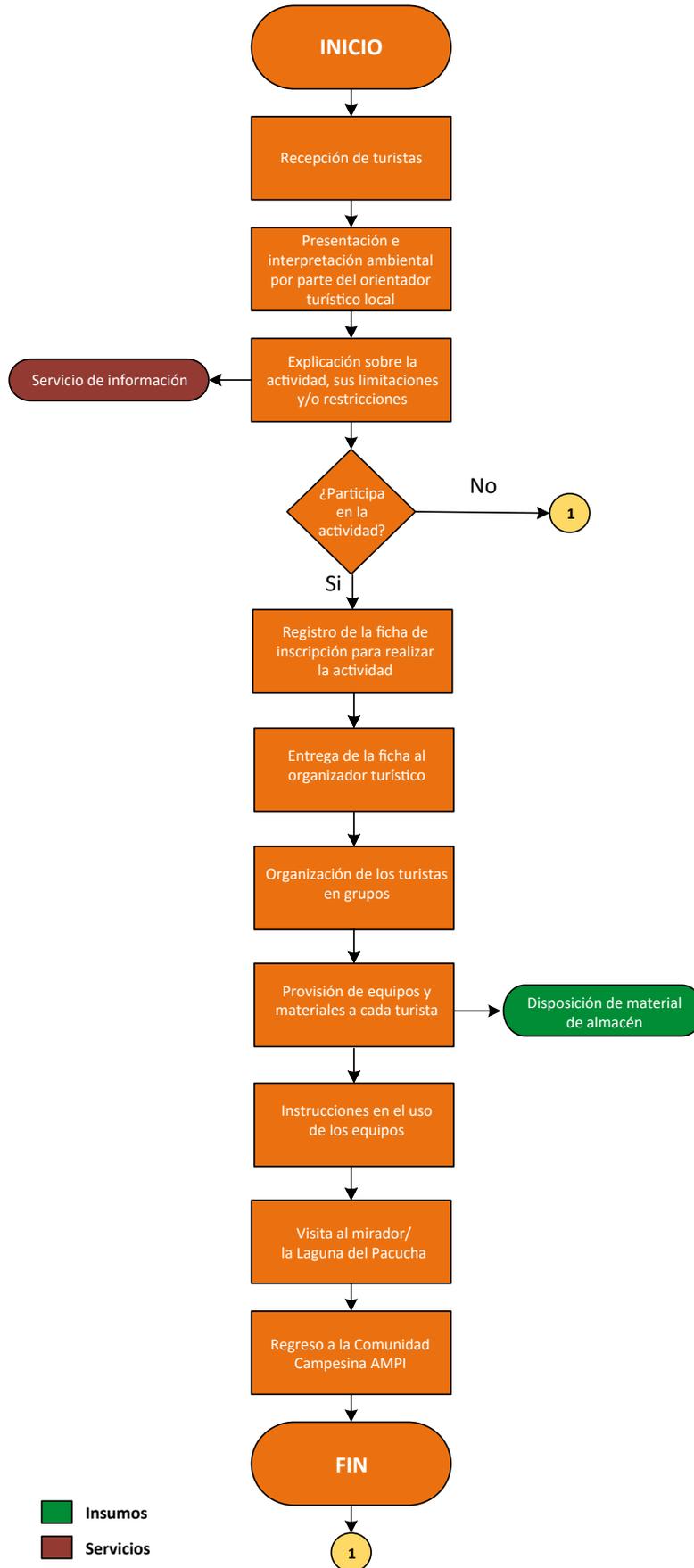
Se deberá incluir un flujograma del proceso de prestación del servicio turístico privado-TRC. Si la propuesta productiva contempla más de un servicio turístico privado de TRC, se deberá realizar los flujogramas de todos los servicios turísticos.

Para el presente caso, se ha considerado tres servicios principales, los cuales son: (servicio ecoturístico, cultural y recreativo); así como también, los servicios complementarios como servicio de alojamiento rural y de alimentación y bebidas.

**Ejemplo:**

**Flujograma del servicio de ecoturismo. PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

**Observación de flora y fauna**



**Tabla N° 68. Flujo de los servicios ecoturísticos**

RUBRO	SERVICIOS ECOTURÍSTICOS OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA
<b>Recepción de visitantes.</b>	Dar la bienvenida a los visitantes y llevarlos a una zona libre y sin ruido donde el orientador/guía pueda presentarse y explicar todo lo referente al servicio sin ninguna incomodidad.
<b>Presentación e interpretación ambiental por parte del orientador turístico.</b>	El orientador/guía turístico deberá: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar su nombre, su edad, su experiencia en la comunidad, sus capacitaciones y otros datos principales.</li> <li>- Brindar datos relevantes sobre la interpretación ambiental.</li> <li>- Explicar sobre los cuidados que deberán tener los visitantes para con la flora y fauna.</li> <li>- Llevar el botiquín de primeros auxilios que cuente con los medicamentos necesarios para este tipo de actividades.</li> </ul>
<b>Explicación sobre la actividad, sus limitaciones y/o restricciones.</b>	El orientador/guía turístico detallará: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades que se desarrollarán e indicará las limitaciones y/o restricciones que este implica (incluyendo los peligros que podrían afectar al visitante, y a la flora y fauna).</li> <li>- Recomendaciones acerca de la vestimenta que deberá ser adecuada con el clima y los equipos personales que serán utilizados por los visitantes (bloqueador solar, repelente, gorras, entre otros necesarios para las actividades).</li> </ul>
<b>Participación en la actividad.</b>	Luego de brindar la explicación debida sobre la actividad, sus limitaciones y/o restricciones, se deberá consultar a los turistas si aún desean participar en esta actividad.
<b>Registro de ficha de inscripción para realizar la actividad.</b>	La ficha deberá ser completada por los visitantes que estén de acuerdo a desarrollar la actividad y contendrá la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hora de inicio.</li> <li>- Lugar donde se realiza la actividad.</li> <li>- Nombres y apellidos.</li> <li>- Género.</li> <li>- Edad.</li> <li>- N° de pasaporte o DNI.</li> <li>- Nacionalidad.</li> <li>- Datos de contacto de la persona con quien se debe comunicar en caso de urgencia.</li> <li>- Experiencia previa en una actividad similar.</li> <li>- Nombre del guía responsable.</li> <li>- Información de seguro (de ser el caso).</li> <li>- Firma.</li> <li>- Entre otros.</li> </ul>
<b>Entrega de ficha al orientador turístico.</b>	Los visitantes entregarán al orientador/guía turístico la ficha de inscripción para realizar la actividad debidamente llenada.
<b>Organización de los visitantes en grupos.</b>	El orientador turístico/guía deberá: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agrupar a los visitantes con el propósito de hacer un recorrido más organizado.</li> <li>- Efectuar la presentación sobre el contenido de la ruta y los modos de comportamiento.</li> </ul>
<b>Provisión de equipos y materiales a cada turista.</b>	El orientador turístico hará entrega de los siguientes equipos en buen estado de funcionamiento y operatividad, y se asegurará que los visitantes verifiquen sus implementos antes, durante y después de la actividad: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lupas.</li> <li>- Binoculares.</li> <li>- Entre otros.</li> </ul>
<b>Instrucción en el uso de los equipos</b>	Breve explicación de uso de equipos y materiales.

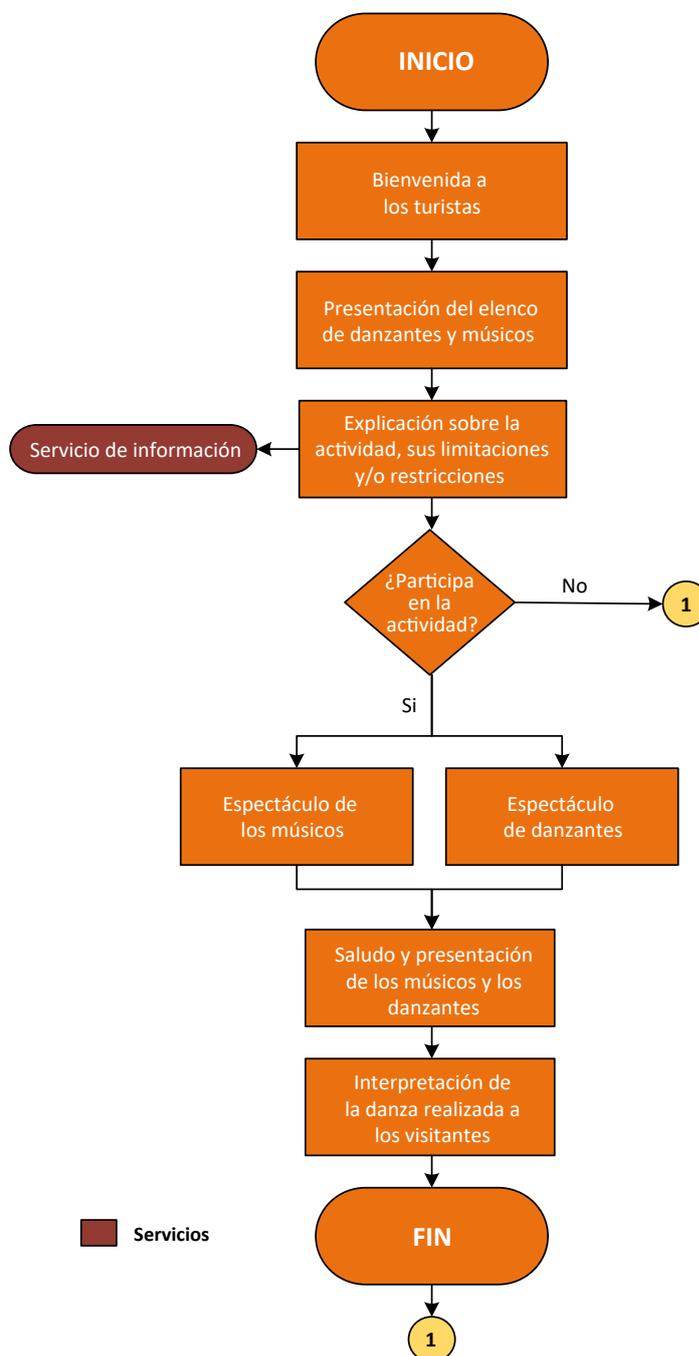
RUBRO	SERVICIOS ECOTURÍSTICOS OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA
Visita de observación de flora y fauna	Visita a la flora y fauna de Pacucha, a través de la ruta interpretativa, con el motivo de conocer y disfrutar de las distintas especies existentes en Pacucha. El guía revelará de manera permanente los atributos de la flora y fauna.
Regreso a la comunidad campesina AMPI	Finalmente los visitantes regresan a la comunidad campesina AMPI para que puedan descansar o hacer otras actividades que se encuentren dentro de su itinerario.

Elaboración propia.

### Ejemplo:

### Flujograma del servicio cultural. PROCOMPITE de la Asociación AMPI

#### Interpretaciones musicales y danzas



## Servicio cultural-interpretaciones musicales y danzas

La actividad de interpretaciones musicales y danzas consisten en disfrutar de interpretaciones artísticas, mediante la expresión de las danzas y los acordes de la música típica y auténtica de la zona.

Tabla N° 69. Flujo del servicio cultural

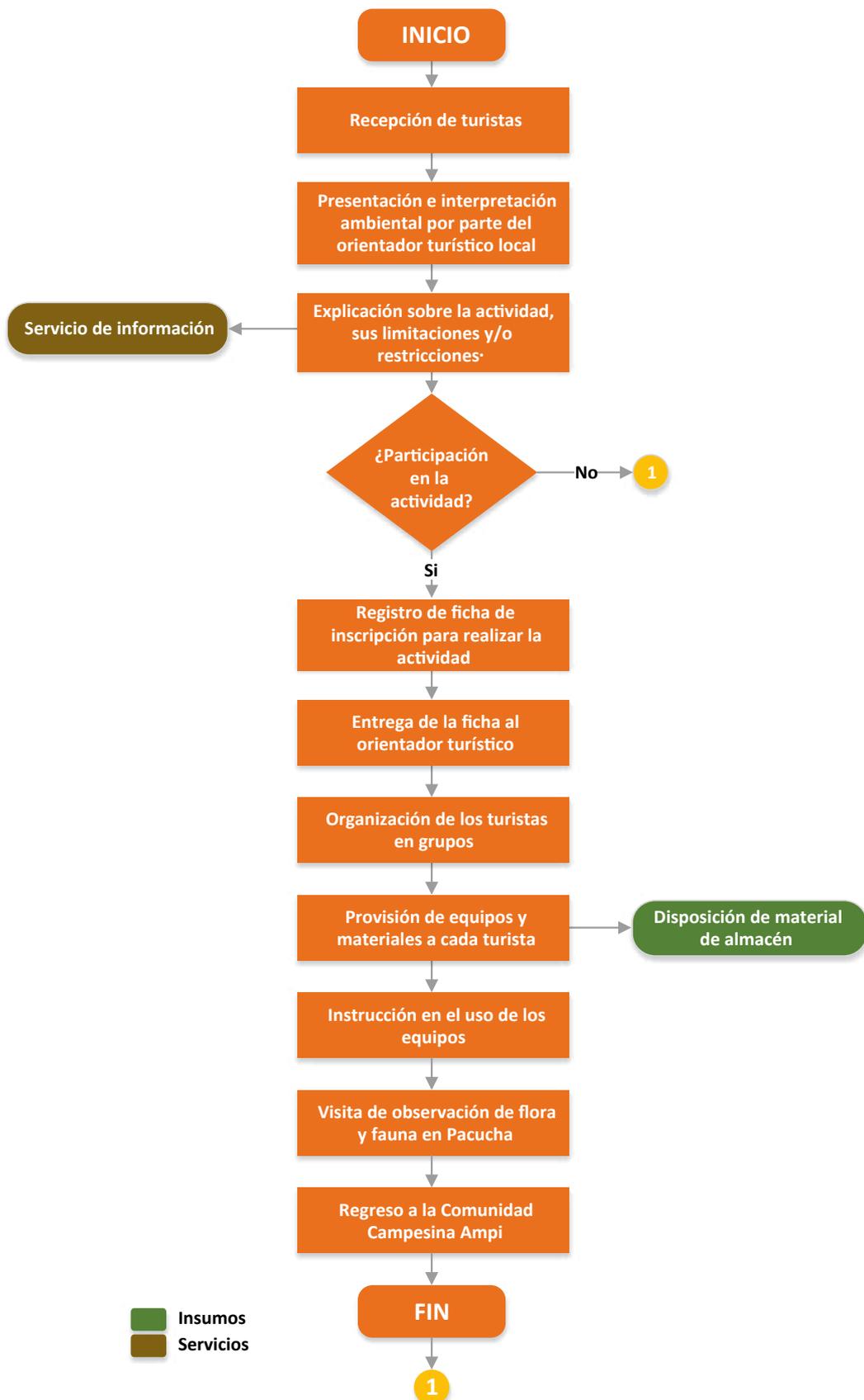
SERVICIOS CULTURALES	INTERPRETACIÓN DE MÚSICA Y DANZAS
<b>Bienvenida a los turistas.</b>	El administrador da la bienvenida a los turistas y explica todo lo referente al servicio.
<b>Presentación del elenco de danzantes y músicos.</b>	El administrador presentará al grupo musical y al grupo de danzantes, para el conocimiento de los turistas, así también deberá de brindar información sobre si pertenecen a alguna asociación artística. Adicionalmente, los músicos y los danzantes se presentan ante los turistas, brindando sus nombres.
<b>Explicación sobre la actividad, sus limitaciones y/o restricciones.</b>	El administrador detallará la actividad que se desarrollará e indicará las limitaciones y/o restricciones que ésta implica (se debe indicar sobre los modos de comportamiento y respeto por el patrimonio cultural de Apurímac).
<b>Participación en la actividad.</b>	Luego de brindar la explicación debida sobre la actividad, sus limitaciones y/o restricciones, se deberá consultar a los turistas si solo desean presenciar esta actividad o si algunos quieren participar formando parte del espectáculo.
<b>Interpretación de los músicos.</b>	Los músicos toman sus respectivos puestos y comienzan a tocar melodías de la zona, interpretando su repertorio musical. El visitante que haya elegido participar tocando alguna melodía con los músicos, previamente recibirá algunas recomendaciones.
<b>Espectáculo de danzantes.</b>	Los danzantes toman sus posiciones y realizan sus danzas típicas y auténticas, al compás de las melodías interpretadas por los músicos. El visitante que desea participar no solo como espectador, sino también como un miembro del espectáculo de danzantes, lo podrá hacer, previo a una explicación e instrucción rápida sobre la coreografía.
<b>Saludo y presentación de los músicos y los danzantes.</b>	Luego de la interpretación, los músicos y los danzantes agradecen a los turistas, por su participación.
<b>Interpretación de la danza realizada a los visitantes.</b>	Un representante de los danzantes, les explicará a los turistas la interpretación de la danza realizada.

Elaboración propia.

Ejemplo:

Flujograma del servicio recreativo. PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Caminata y paseo en bote



**Tabla N° 70. Flujo de los servicios turísticos recreativos**

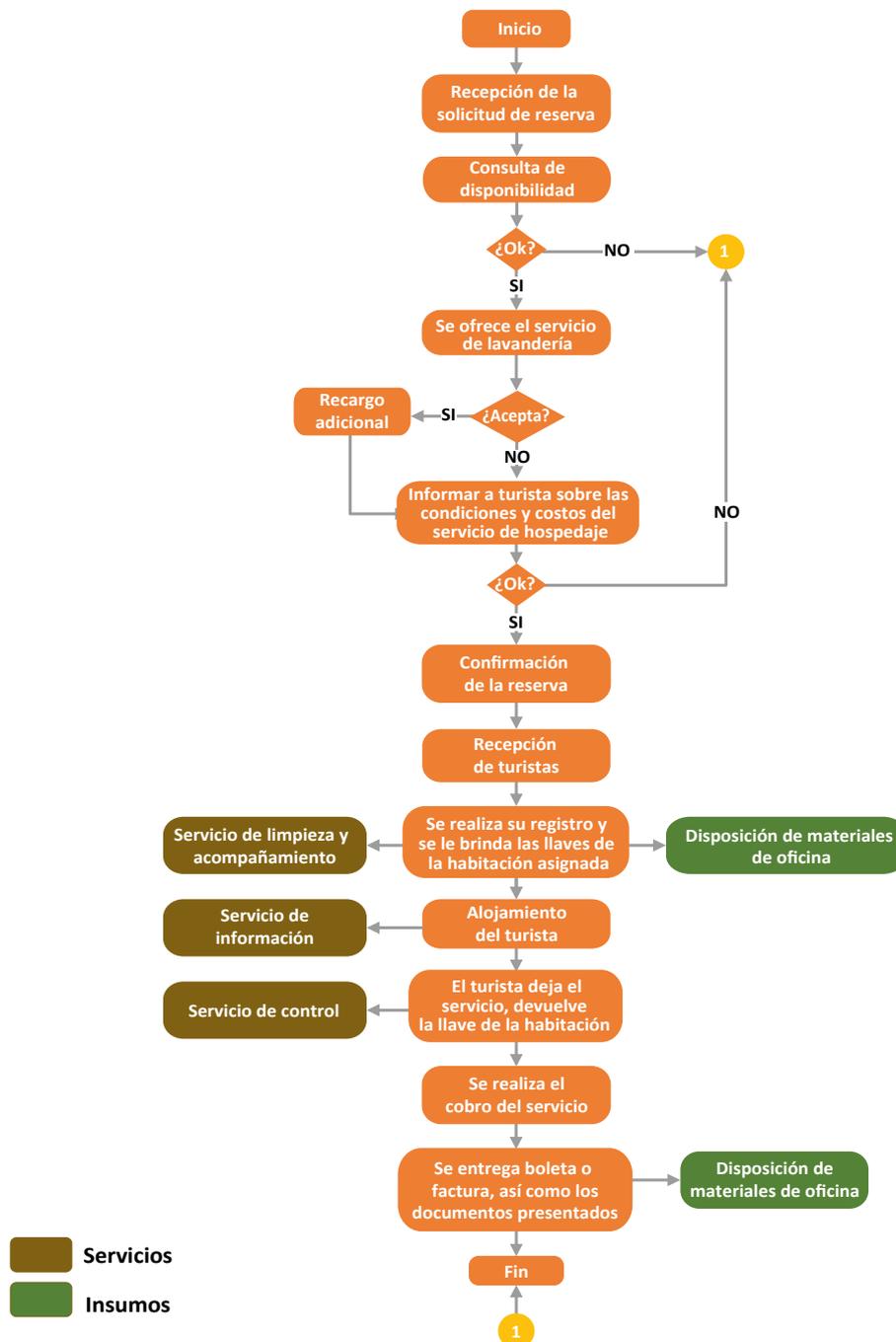
RUBRO	SERVICIO RECREATIVO CAMINATA Y PASEO EN BOTE
<b>Recepción de visitantes.</b>	Dar la bienvenida a los visitantes y llevarlos a una zona libre y sin ruido donde el orientador/guía pueda presentarse y explicar todo lo referente al servicio sin ninguna incomodidad.
<b>Presentación e explicación de la ruta por parte del orientador turístico.</b>	El orientador/guía turístico deberá: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar su nombre, su edad, su experiencia en la comunidad, sus capacitaciones y otros datos principales.</li> <li>- Brindar datos relevantes sobre la ruta de la caminata y paseo en bote.</li> <li>- Explicar sobre los cuidados que deberán tener los visitantes para con la caminata y paseo en bote.</li> <li>- Llevar el botiquín de primeros auxilios que cuente con los medicamentos necesarios para este tipo de actividades.</li> </ul>
<b>Explicación sobre la actividad, sus limitaciones y/o restricciones.</b>	El orientador/guía turístico detallará: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades que se desarrollarán e indicará las limitaciones y/o restricciones que este implica (indicaciones sobre los peligros que podrían afectar al visitante y a los recursos turísticos).</li> <li>- Recomendaciones acerca de la vestimenta que deberá ser adecuada con el clima y los equipos personales que serán utilizados por los visitantes (bloqueador solar, repelente, gorras, entre otros necesarios para las actividades).</li> </ul>
<b>Participación en la actividad.</b>	Luego de brindar la explicación debida sobre la actividad, sus limitaciones y/o restricciones, se deberá consultar a los turistas si aún desean participar en esta actividad.
<b>Registro de ficha de inscripción para realizar la actividad.</b>	La ficha deberá ser completada por aquellos visitantes que estén de acuerdo con desarrollar la actividad y contendrá la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hora de inicio.</li> <li>- Lugar donde se realiza la actividad.</li> <li>- Nombres y apellidos.</li> <li>- Género.</li> <li>- Edad.</li> <li>- N° de pasaporte o DNI.</li> <li>- Nacionalidad.</li> <li>- Datos de contacto de la persona con quien se debe comunicar en caso de urgencia.</li> <li>- Experiencia previa en una actividad similar.</li> <li>- Nombre del guía responsable.</li> <li>- Información de seguro (de ser el caso).</li> <li>- Firma.</li> <li>- Entre otros.</li> </ul>
<b>Entrega de ficha al orientador turístico.</b>	Los visitantes entregarán al orientador/guía turístico la ficha de inscripción para realizar la actividad debidamente llenada.
<b>Organización de los visitantes en grupos.</b>	El orientador/guía turístico deberá: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agrupar a los visitantes con el propósito de hacer un recorrido más organizado</li> <li>- Efectuar la presentación sobre el contenido de la ruta y los modos de comportamiento.</li> </ul>
<b>Provisión de equipos y materiales a cada turista.</b>	El orientador turístico hará entrega de los siguientes equipos en buen estado de funcionamiento y operatividad, y se asegurará que los visitantes verifiquen sus implementos antes, durante y después de la actividad: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bastón de trekking.</li> <li>- Chaleco salvavidas.</li> <li>- Entre otros.</li> </ul>

RUBRO	SERVICIO RECREATIVO CAMINATA Y PASEO EN BOTE
Instrucción en el uso de los equipos	Breve explicación de uso del equipo y materiales.
Visita a las instalaciones recreativas	Visita a las instalaciones recreativas de Pachuca, a fin de poder disfrutar de la caminata y el paseo en bote.
Regreso a la comunidad campesina AMPI	Finalmente los visitantes deberán regresar a la Comunidad Campesina AMPI para que puedan descansar o hacer otras actividades que se encuentren dentro de su itinerario.

Elaboración propia.

### Ejemplo:

### Flujograma del servicio de alojamiento rural. PROCOMPITE de la Asociación AMPI



**Tabla N° 71. Flujo del servicio de alojamiento rural**

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO RURAL	
<b>Recepción de la solicitud de reserva.</b>	La solicitud de reservas de habitación/es se realizará por vía telefónica, on-line o directamente en el establecimiento, por parte de turistas o a través de un intermediario del mismo. Si se trata de una solicitud de reserva de alojamiento, el personal de recepción procederá a consultar la disponibilidad.
<b>Consulta de la disponibilidad.</b>	<p>En el momento de la recepción de la solicitud, el personal de recepción comprobará si existe disponibilidad en número de plazas, fecha y tipo de habitación solicitada por el turista u otro en el libro o software que se actualiza diariamente con las habitaciones disponibles y en el estado en que se encuentren (limpias o no).</p> <p>El personal de acogida, en caso de no disponer en ese momento de las condiciones requeridas, preguntará al cliente si desea realizar la reserva en otra fecha o alguna otra posibilidad. Asimismo, se interesará por el número de clientes que hay y si tienen características que requieran un servicio especial (niños pequeños, minusválidos-habitaciones y baños diseñados especialmente, etc.).</p>
<b>Ofrecer servicio de lavandería.</b>	<p>Se le informará sobre el servicio de lavandería y se consultará si desea disponer de este para poder hacerle el recargo adicional en el costo, se deberá considerar el volumen de ropa a tratar y el grado de ocupación del mismo.</p> <p>La persona que se hospede, deberá indicar el número de prendas, nombre completo, número de habitación, fecha de entrega, devolución requerida y firma, junto con la ropa que se desea que se le preste el servicio.</p> <p>Además, en cada habitación se mostrará una lista de lavandería que contenga desglosadas las características de cada prenda, la cantidad y el valor del servicio.</p>
<b>Información al turista sobre las condiciones y costos del servicio.</b>	Se le informará sobre las características de las habitaciones y el costo de las mismas. En caso se añada el servicio de lavandería, se le indicarán los costos adicionales.
<b>Confirmación de la reserva.</b>	Se confirmará la reserva en caso de existir la disposición de habitación.
<b>Registro del turista y se le brinda las llaves de la habitación.</b>	Se registrará a los turistas que accederán al servicio de hospedaje rural. Se podrá utilizar la "Hoja de previsión de ocupación". El turista deberá considerar que el horario de ingreso (check in) es 3:00 pm.
<b>Alojamiento del turista.</b>	<p>El turista es acompañado a su habitación por el personal de recepción. En los ambientes del hospedaje estarán a disposición de los turistas, material de información local, que puede ser útil a los huéspedes:</p> <p>Datos del alojamiento rural: nombre de la persona de contacto, teléfono, dirección y teléfonos de los servicios tales como hospitales, postas médicas, policía, servicios bancarios, internet, entre otros e información relacionada con líneas de transporte terrestre, aéreo, horarios y afiches de actividades adicionales del negocio TRC.</p>
<b>Brindar un aperitivo de cortesía.</b>	Personal de recepción ofrecerá un aperitivo de cortesía (chicha de jora o ponche).
<b>El turista deja el servicio del alojamiento rural.</b>	Al momento que el turista deje la habitación, el personal de recepción constatará las condiciones de la misma. Se deberá considerar que el horario máximo para poder retirarse (check out) del alojamiento rural es a las 12:00 pm.

## SERVICIOS DE ALOJAMIENTO RURAL

**Cobranza del servicio de hospedaje.**

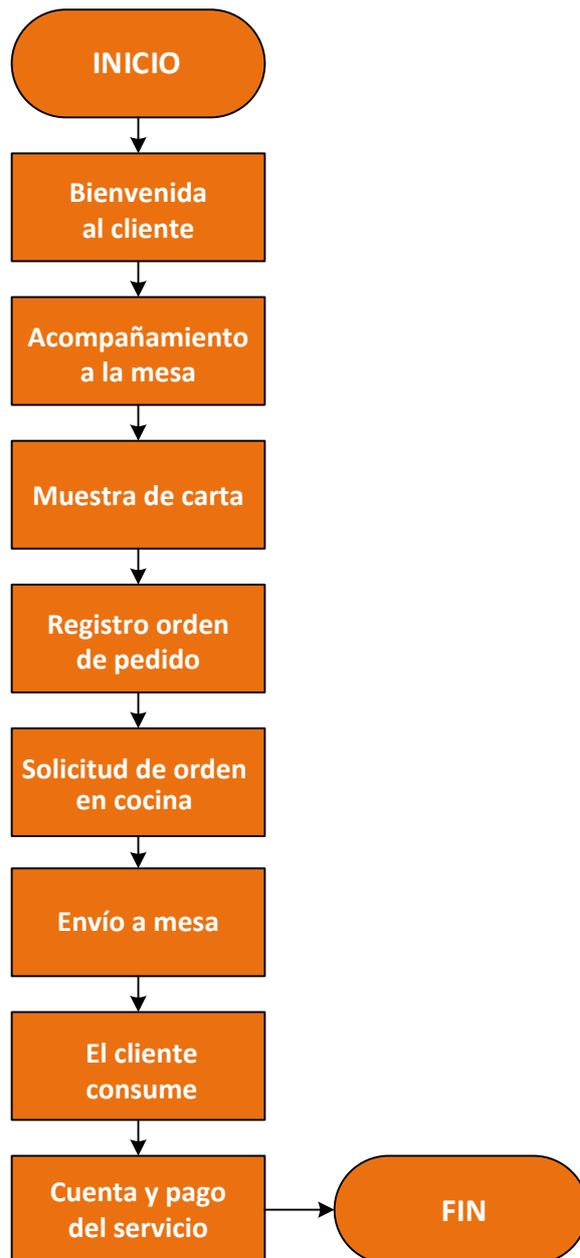
Se realizará la cobranza una vez que el turista haya dejado la habitación y a su vez se acerque al área de recepción a entregar las llaves.

**Se entrega boleta o factura, así como tarjeta de contacto.**

Una vez cancelado el servicio, se le entregará un comprobante y una tarjeta de contacto para su próxima visita.

Elaboración propia.

### Flujograma de servicio de alimentos y bebidas en el área rural



**Tabla N° 72. Flujo del servicio de alimentos y bebidas**

SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL ÁREA RURAL	
<b>Bienvenida al cliente.</b>	El mozo da la bienvenida a los turistas y explicar todo lo referente al servicio.
<b>Acompañamiento de la mesa.</b>	El mozo orienta y acompaña a los turistas en la mesa respectiva de acuerdo a la cantidad de personas y la disponibilidad de las mesas.
<b>Muestra la carta.</b>	El mozo muestra la carta de alimentos y bebidas a los turistas. Les recomienda los platos del día y la especialidad del restaurante. Asimismo, les indica las bebidas que pueda ofrecerles a los turistas.
<b>Registro de orden de pedido.</b>	El mozo registra el pedido de los turistas de acuerdo a los gustos de cada uno.
<b>Solicitud de orden en cocina.</b>	La orden registrada por el mozo se ingresa a cocina para la preparación de los platos de comida como de bebida solicitado por los turistas. Luego de culminar la preparación de los platos de comida como las bebidas solicitadas, se comunica al mozo para su entrega.
<b>Envío a mesa.</b>	El mozo recepciona los platos y bebidas solicitadas del área de cocina. Luego, éstos son llevados a la mesa donde se encuentran los turistas para su posterior consumo.
<b>El cliente consume.</b>	Los turistas recepcionan sus platos y bebidas para su consumo y disfrute.
<b>Cuenta y pago del servicio.</b>	Una vez que los turistas culminen con el consumo de sus alimentos, el mozo les hace entrega de la cuenta para su pago. Los turistas cancelan los servicios prestados por el restaurante de acuerdo a la cuenta. La recepción del local procede a despedirse y agradecer a los visitantes.

Elaboración propia.

## b) Mejora tecnológica de la propuesta

- Describir la tecnología del servicio actual.
- Describir la tecnología de producción seleccionada.
- Lugar de procedencia de la tecnología seleccionada.
- Justificar las mejoras tecnológicas contempladas en el proceso de operación.
- Analizar si la mejora tecnológica y/o innovación que se propone, permite generar un aumento significativo de valor para el AEO.

Señalar si se proponen innovaciones de proceso, es decir la implementación de un método de producción o distribución nuevo o con un alto grado de mejora. De ser el caso, se debe señalar las mejoras importantes en técnicas, presentación del servicio, acondicionamiento adecuado al entorno rural, equipos y/o software.



*La tecnología en TRC es la generación de nuevas teorías y/o de técnicas que hayan permitido el aprovechamiento práctico y cuidadoso del conocimiento relativo al ecoturismo, cultura, entre otros, a través de mecanismos y procesos aplicados al turismo rural comunitario.*

Se debe explicar en detalle la mejora tecnológica que se propone aplicar mediante la propuesta productiva. Por ejemplo, la mejora tecnológica podrá ser la implementación de buenas prácticas en servicios ecoturísticos, revalorar las técnicas y materiales constructivos ancestrales o tradicionales, entre otros.

A continuación se presenta un ejemplo:

#### **SERVICIO ECOTURÍSTICO, CULTURAL Y RECREATIVO**

- En aquellas comunidades donde existan y se usen técnicas ancestrales y tradicionales para la construcción de espacios con materiales propios de su ambiente y cultura.
- Construcción de instalaciones turísticas con materiales y técnicas ancestrales.
- Rutas de visita, basadas en un guión y protocolo para la interpretación de los recursos naturales (flora y fauna).
- Guión y protocolo de puesta en escena e interpretación de las danzas y música de la comunidad.
- Rutas de visita basadas en un guión y protocolo asociado al turismo recreativo (caminata y paseo en bote).

Se indicará si se utilizan los conocimientos o insumos locales en la implementación de la innovación tecnológica, por ejemplo el adobe, la caña o la piedra son materiales constructivos con un gran valor cultural, estético y funcional. Además, se indicará que personas se involucran en la innovación y si alguna entidad (ONG, municipalidad, entre otros), ha colaborado en su sistematización.

Criterios de selección de alternativas tecnológicas:

- Naturaleza de la propuesta de negocio (creación, ampliación, mejoramiento).
- Que se vinculen al patrimonio cultural y natural.
- Que los efectos ambientales sean identificados.
- Costos y rentabilidad.
- Razones institucionales.
- Se impulsará e incorporarán normas sobre uso y proceso sostenible y sustentable del recurso turístico.
- Se adquirirá herramientas que facilitarán la implementación del sendero a fin de estar acorde al paisaje (especial cuidado del patrimonio cultural y natural).

### c) Aspectos técnicos del servicio

Describir las características del servicio según la naturaleza de intervención, así como detallar los aspectos técnicos que garanticen un servicio de calidad, los cuales se dividen en:

- Características del servicio turístico
  - Presentar el diseño del servicio turístico principal y servicios complementarios.
  - Presentar prototipos o modelos.
  - Determinar los estándares técnicos y de calidad requeridos, y los mecanismos para pruebas y ensayos que correspondan.
  - Señalar si se proponen innovaciones de producto, es decir la introducción de un bien o servicio nuevo o con un alto grado de mejora, respecto a sus características o su uso deseado, para satisfacer necesidades no cubiertas del mercado actual.
  
- Otros aspectos técnicos requeridos
  - Presentar especificaciones técnicas del servicio turístico.
  - Presentar información sobre la marca del servicio turístico.
  - Presentar características de la presentación.
  - Presentar registros y permisos legales.
  - Presentar certificaciones de calidad, si los hubiera.

Es necesario describir el desarrollo de algunas actividades del servicio, estableciendo los aspectos técnicos de calidad de los materiales y equipos que se utilizarán para el desarrollo de la actividad.

#### **Ejemplo:**

#### **Aspectos técnicos. Propuesta Productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Para el presente documento, se ha considerado desarrollar, a modo de ejemplo, los aspectos técnicos de los equipos que se usarán para el servicio de observación de flora y fauna, los cuales se describen a continuación:

**Tabla N° 73. Equipos técnicos para los servicios de observación de flora y fauna**

TIPOLOGÍA DE EQUIPOS	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	IMAGEN
Equipos de observación de flora y fauna	Binoculares	Binoculares: 7 x 35 mm. Tipo: porro Campo de visión: 67 m en 1,000 m. Ideal para vistas panorámicas y paisajes	
	Lupa	30X-21mm Distancia focal de ½ pulgada	
Equipo de comunicación	Radio portátil (Walkie talkie)	Radio de frecuencia: 400~520MHz /136~174MHz Canales: 128 Distancia: 10 km Batería con capacidad: 1800 mAh Tiempo de trabajo: 48 horas.	

Elaboración propia.

**Nota:** Cada formulador deberá analizar las especificaciones técnicas de los equipos de acuerdo con las necesidades de las actividades turísticas que se ofrecen en los distintos emprendimientos de TRC.

## 6.2. Tamaño

### a) Factores condicionantes del tamaño

Para determinar el tamaño, se debe considerar ciertos factores condicionantes para tomar la decisión. Estos factores están referidos a:

- Tamaño mercado.
- Tamaño insumos y/o servicios directos.
- Tamaño tecnología.
- Tamaño financiamiento.
- Tamaño localización.

Para el presente caso, se detalla a modo de ejemplo, los factores condicionantes del tamaño de la propuesta de TRC.

## **Ejemplo:**

### **Factores condicionantes del tamaño. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Factores condicionantes del tamaño para la Asociación AMPI.

#### **Tamaño-mercado**

De acuerdo al estudio de mercado, debido a que es un emprendimiento nuevo se está tomando el 100% de la demanda efectiva de los servicios ecoturísticos, culturales y recreativos, el 40% de ocupabilidad para el servicio de alojamiento rural y el 30% de ocupabilidad para el servicio de alimentos y bebidas.

#### **Tamaño-insumos y/o servicios directos**

##### **Tamaño-insumos**

Para el servicio de alimentos y bebidas se tiene proveedores locales que pueden dotar de productos necesarios para cubrir la demanda de insumos para alimentos y bebidas; así mismo, en caso hubiera algún desabastecimiento de insumos, la ciudad de Andahuaylas se encuentra a 45 minutos de la localidad de AMPI, en el cual pueden adquirirse los productos necesarios o productos sustitutos de ser el caso.

##### **Tamaño-servicios directos**

Se tiene que contemplar que los servicios directos que brindan los danzantes o músicos a los turistas tienen que estar cubiertos con la cantidad adecuada de miembros de cada agrupación cultural, a fin de que se pueda brindar correctamente el servicio cultural. Por otro lado, para el caso de los servicios de ecoturismo y recreación, los guías dispondrán de los equipos en la cantidad necesaria (binoculares, lupas, bastón de trekking, salvavidas, etc.) para asegurar una adecuada visita a los turistas.

##### **Tamaño-tecnología**

De no existir una adecuada transferencia de conocimiento de la forma de construcción ancestral, del conocimiento de la flora y fauna, costumbres, folklore, etc, limitaría la dotación de los servicios a los turistas.

##### **Tamaño-financiamiento**

El financiamiento del 43% se obtendrá a través del Gobierno Regional del Apurímac, en el marco de la Ley 29337 PROCOMPITE, el 36.71% con aporte propio y la diferencia del 20.29% será aportada mediante préstamo en entidades financieras.

##### **Tamaño-localización**

La localización del emprendimiento se encuentra en la localidad de AMPI debido a su ubicación estratégica cerca al Monumento Arqueológico de Sondor y la laguna de Pacucha.

## **b) Capacidad productiva de la propuesta productiva de TRC**

La capacidad de producción de la propuesta productiva (como la capacidad de producción normal), deberá expresarse de acuerdo con las características de cada tipología de servicios pudiendo ser visitantes/año, camas/año, mesas/año, entre otros.

Ésta puede ser definida de acuerdo a los siguientes casos:

- En el caso de unidades de negocio existentes que requieran ampliar su capacidad de producción, deberá describir la demanda insatisfecha incremental que pretende atender con la ampliación de sus servicios.
- En el caso de nuevas unidades de negocio deberá describir la demanda insatisfecha actual que pretende atender con la creación de la unidad de negocio.
- Se deberá señalar el incremento porcentual de la capacidad de provisión de servicios privados de TRC, con relación al que existía en la cadena productiva.
- En el caso que las unidades de negocio presenten baja calidad en la prestación del servicio turístico, se deberá describir la demanda insatisfecha que se pretende atender a través de un incremento en la calidad.

Para la obtención del tamaño normal se tiene en cuenta la tasa de estacionalidad mensual dado que la actividad turística es muy susceptible a los periodos de vacaciones, las estaciones (clima), feriados, entre otros. Por ende, se sabe que los meses de julio y agosto presentan mayor demanda contrastado con los demás meses, pero con relación al tamaño total anual el monto o la cuantía es la misma, solo que la desagregación mensual es distinta. Así también se considera la demanda obtenida para cada servicio diferenciado.

Por otro lado, se estimó la capacidad de carga en un escenario de implementación del Plan de Negocio para los servicios de ecoturismo, cultura y recreación; asimismo, mediante una entrevista con expertos, se obtuvieron los niveles de ocupabilidad de los servicios de alojamiento rural y alimentación y bebida en el área rural para el emprendimiento de TRC de la Asociación AMPI, siendo de 40% para alojamiento rural y el 30% para el servicio de alimentación y bebida en el área rural.

**Tabla N° 74. Tamaño normal para el servicio ecoturístico**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO ECOTURÍSTICO "OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA"							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total</b>		<b>13,346</b>	<b>13,817</b>	<b>14,289</b>	<b>14,761</b>	<b>15,232</b>	<b>15,704</b>
N° de visitantes/día		37	38	40	41	42	44

Elaboración propia.

Para el servicio ecoturístico de observación de flora y fauna se tiene en el año 0 (2016) una cantidad de 37 de visitantes/día y al año 5 (2021) una cantidad de 44 visitantes/día.

**Tabla N° 75. Tamaño normal para el servicio cultural**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO CULTURAL							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total</b>		<b>12,538</b>	<b>12,980</b>	<b>13,422</b>	<b>13,864</b>	<b>14,305</b>	<b>14,747</b>
N° de visitantes/día		35	36	37	39	40	41

Elaboración propia.

Para el servicio cultural se tiene en el año 0 (2016) una cantidad de 35 de visitantes/día y al año 5 (2021) una cantidad de 41 visitantes/día.

**Tabla N° 76. Tamaño normal para el servicio recreativo**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO RECREATIVO							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total</b>		<b>12,324</b>	<b>12,759</b>	<b>13,194</b>	<b>13,630</b>	<b>14,064</b>	<b>14,500</b>
N° de visitantes/día		34	35	37	38	39	40

Elaboración propia.

Para el servicio ecoturístico de caminata y paseo en bote se tiene en el año 0 (2016) una cantidad de 34 de visitantes/día y al año 5 (2021) una cantidad de 40 visitantes/día.

**Tabla N° 77. Tamaño normal para el servicio de alojamiento rural**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total al 100% ocupabilidad</b>		<b>13,767</b>	<b>14,252</b>	<b>14,738</b>	<b>15,224</b>	<b>15,709</b>	<b>16,195</b>
<b>Total al 40% ocupabilidad</b>		<b>5,507</b>	<b>5,701</b>	<b>5,895</b>	<b>6,090</b>	<b>6,284</b>	<b>6,478</b>
N° de camas al 40% de ocupabilidad		15	16	16	17	17	18

Elaboración propia.

Para el servicio de alojamiento rural se tiene en el año 0 (2016) una cantidad de 15 camas ocupadas por día y al año 5 (2021) una cantidad de 18 camas ocupadas por día.

**Tabla N° 78. Tamaño normal para el servicio de alimentación y bebida**

TAMAÑO DE DISEÑO PARA EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL ÁREA RURAL							
TURISTAS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total al 100% ocupabilidad</b>		<b>16,419</b>	<b>16,999</b>	<b>17,580</b>	<b>18,162</b>	<b>18,742</b>	<b>19,323</b>
<b>Total al 30% ocupabilidad (comensal)</b>		<b>4,926</b>	<b>5,100</b>	<b>5,274</b>	<b>5,448</b>	<b>5,623</b>	<b>5,797</b>
N° de sillas por día		14	14	15	15	16	16
N° de mesas		4	4	4	4	4	4

Elaboración propia.

Para el servicio de alimentos y bebidas se tiene en el año 0 (2016) una cantidad de 4 mesas por día y al año 5 (2021) una cantidad de cuatro mesas por día.

## 6.3. Localización

### a) Justificación de la localización

El formulador deberá efectuar un croquis con las secuencias de las rutas internas de visita así como la ubicación de las zonas de presentación de las actividades de ecoturismo, culturales y recreativas. Finalmente, se deberá mostrar la ubicación de las instalaciones de hospedaje y restaurante rural.

Explicar los factores condicionantes o restrictivos que se han tomado en cuenta en la selección de la alternativa de localización, tales como:

- Facilidad de acceso para clientes y trabajadores.
- Disponibilidad de terrenos, con características físicas compatibles con el proceso productivo y dimensiones necesarias para la operación actual y futuras expansiones.
- Accesibilidad al mercado meta y a los proveedores de insumos.
- Costos de transporte al mercado meta y a los proveedores de insumos.
- Riesgos de peligros que afectan al recurso turístico, instalaciones y visitantes.
- Estrategia respecto a la competencia.
- Condiciones legales para su establecimiento.
- Facilidad para acceder a servicios básicos o complementarios.

Presentar elementos de juicio que prueben que la localización no es incompatible con el tamaño y el proceso planteado.

### b) Descripción de la localización

#### Macrolocalización

- Describir la zona geográfica donde se ubicará la propuesta productiva, resaltando sus características y ventajas sobre otras alternativas que pueden darse en un contexto regional o local.
- Demostrar que la propuesta productiva se ubica en una zona priorizada, en el estudio de priorización de zonas y cadenas productivas.
- Describir la zona geográfica donde se ubicará la propuesta productiva, entre una gama de alternativas que pueden darse en un contexto nacional, regional o local. Esta zona, por sus características, debe ofrecer ventajas sobre otros.

#### Microlocalización

- Definir la ubicación de la propuesta productiva, señalando los factores determinantes (disponibilidad de materia prima, acceso a servicios básicos, accesibilidad al mercado, disponibilidad de mano de obra, etc.) haciendo uso del método más adecuado (método de ranking de factores, método de costeo, etc.).

- Definir los factores condicionantes y analizarlos para determinar la ubicación específica de la propuesta productiva dentro de la macro zona elegida.
- Determinar la dirección exacta y colocar un plano de ubicación de los distintos servicios turísticos (rutas internas de visita).

**Ejemplo:**

**Localización. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

**Localización**

Dada la naturaleza del servicio, la ubicación está predeterminada por factores recurso-emprendedor tienen ya una localización específica.

La razón fundamental de la localización de las intervenciones es por ser el lugar donde se encuentra instalada la Asociación AMPI, además por contar con la disposición de terreno, servicios básicos, cercanía y accesibilidad a los principales recursos turísticos (Laguna Pacucha y Centro Arqueológico Sónдор). Otro factor importante que se tiene es la accesibilidad para los turistas que parten desde el centro soporte (ciudad de Andahuaylas) hacia la comunidad AMPI, lo cual significa en tiempo 45 minutos ya que la carretera se encuentra en buenas condiciones.

Por otro lado, la presente localización resulta ser una estrategia competitiva, ya que al ser el único servicio privado TRC (comunidad campesina AMPI), se generará mayores ingresos a la Asociación AMPI.

El emprendimiento de TRC en Pacucha considera la posibilidad de la ocurrencia de algunos peligros que podrían afectar al visitante, y al recurso turístico y sus instalaciones, tales como: a) los turistas podrían sufrir caídas y ahogamientos, picaduras de insectos, problemas respiratorios, entre otros y b) en el caso del recursos turístico, este podría verse afectado por la sustracción de la flora y fauna, caza furtiva, tala indiscriminada, pérdida de las costumbres y tradiciones, entre otros.

**Macrolocalización**

El Plan de Negocio TRC se encuentra localizada en el distrito de Pacucha, Provincia Andahuaylas, Región Apurímac.

**Tabla N° 79. Localización del emprendimiento**



## Microlocalización

El Plan de Negocio estará localizado en la comunidad campesina AMPI.

### Vista de la ubicación del Plan de Negocio de TRC



Fuente: Google Earth.

## 6.4. Análisis de requerimientos de recursos

### a) Plan de ventas

Determinar el plan de ventas, en base a la demanda objetivo y metas de venta, como consecuencia del análisis de la demanda insatisfecha, estructura de mercado, estrategia de marketing y capacidad operativa. El plan de ventas se proyectará durante el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

Se debe determinar el plan de ventas en base a los cálculos de la demanda insatisfecha, los precios de venta proyectados, la estructura de mercado, la estrategia de marketing y la capacidad operativa en un horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

#### Ejemplo:

#### Plan de ventas. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Para el caso de servicios el plan de ventas está determinado por la cantidad de N° de visitantes/día, N° de camas/día y N° de mesas/día, de acuerdo a los siguientes cuadros:

**Tabla N° 80. Plan de ventas para el servicio de ecoturismo (observación de flora y fauna)**

ECOTURISTICO	1	2	3	4	5
Visitantes/año	13,817	14,289	14,761	15,232	15,704
Precio	S/ 30.00				

Para el servicio ecoturístico de observación de flora y fauna se tiene en el año 1 (2017) una cantidad de 13,817 visitantes/año y al año 5 (2021) una cantidad de 15,704 visitantes/año.

**Tabla N° 81. Plan de ventas para el servicio cultural**

CULTURAL	1	2	3	4	5
Visitantes/año	12,980	13,422	13,864	14,305	14,747
Precio	S/ 15.00				

Para el servicio cultural se tiene en el año 1 (2017) una cantidad de 12,980 visitantes/año y al año 5 (2021) una cantidad de 14, 747 visitantes/año.

**Tabla N° 82. Plan de ventas para el servicio recreativo (caminata y paseo en bote)**

RECREATIVO	1	2	3	4	5
Visitantes/año	12,759	13,194	13,630	14,064	14,500
Precio	S/ 30.00				

Para el servicio de caminata y paseo en bote se tiene en el año 1 (2017) una cantidad de 12,759 visitantes/año y al año 5 (2021) una cantidad de 14,500 visitantes/año.

**Tabla N° 83. Plan de ventas para el servicio de alojamiento rural**

ALOJAMIENTO RURAL	1	2	3	4	5
Visitantes/año	5,701	5,895	6,090	6,284	6,478
Precio	S/ 80.00				

Para el servicio de alojamiento rural se tiene en el año 1 (2017) una cantidad de 5,701 visitantes/año, que corresponde a 16 camas ocupadas, y al año 5 (2021) con 6,478 visitantes/año, con una cantidad de 18 camas ocupadas por día.

**Tabla N° 84. Plan de ventas para el servicio de alimentación y bebida**

ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	1	2	3	4	5
Visitantes/año	5,100	5,274	5,448	5,623	5,797
Precio	S/ 60.00				

Para el servicio de alimentos y bebidas se tiene en el año 1 (2017) una cantidad de 5,100 visitantes/año con 4 mesas por día y al año 5 (2021) se tiene 2797 visitantes/año con una cantidad de 4 mesas por día.

## b) Plan de producción

Se trata de precisar la cantidad de servicios que se atenderán en el año, con respecto a ecoturismo, turismo cultural y recreativo, así como del servicio de alojamiento rural y alimentación y bebidas, proyectada para cinco años de horizonte temporal, el cual deberá guardar relación con el plan de ventas y los inventarios iniciales y finales, la formulación del plan de producción, entre otros.

### **Ejemplo:**

#### **Plan de producción. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Para el caso de los servicios turísticos se asume que el plan de producción es igual al plan de ventas debido a la intangibilidad del servicio.

Con la puesta en marcha del servicio de TRC en Pacucha, se tiene proyectado brindar el servicio de la siguiente manera:

- Servicio de ecoturismo: 13,817 visitantes en el primer año, lo que equivale a 38 visitantes/día.
- Servicio cultural: 12,980 visitantes en el primer año, lo que equivale a 36 visitantes/día.
- Servicio recreativo: 12,759 visitantes en el primer año, lo que equivale a 35 visitantes/día.
- Servicio de alojamiento rural: 5,701 visitantes en el primer año, lo que equivale a 16 personas/día.
- Servicio de alimentación y bebida: 5,100 visitantes en el primer año, lo que equivale a 14 personas/día.

### **c) Requerimiento de instalaciones**

Determinar los requerimientos de las instalaciones, diseño, dimensiones, sus características, en función al flujograma de los servicios de TRC que se brindarán.

Además, deberá consignar la siguiente información:

#### **Información básica de las obras propuestas**

- Breve memoria descriptiva.
- Información topográfica.
- Información y especificaciones técnicas de las instalaciones, su arquitectura, estructuras, instalaciones eléctricas e instalaciones sanitarias.

#### **Presentación de planos, presupuestos y estudios afines**

- Presentar planos de ubicación.
- Planos topográficos.
- Planos de instalaciones turísticas (señales, paneles, rutas de visita, etc.).
- Planos de estructuras, arquitecturas, instalaciones eléctricas y sanitarias.
- Planos de cortes, elevaciones.
- Presentar presupuestos de obras.
- Planilla de metrados.
- Relación de insumos.
- Desagregado de gastos generales.
- Modalidad de ejecución.
- Estudio de suelos.
- Otros que considere necesarios.

**Determinar los requerimientos de las instalaciones turísticas, diseño, dimensiones y sus principales características, considerando por lo menos las siguientes:**

- Señalar los criterios y requisitos técnicos mínimos exigidos para el tipo de instalaciones turísticas (sendero, señalización, paneles, alojamiento rural, etc.), de acuerdo con la operación del proceso de prestación de los servicios turísticos.
- Se debe considerar el empleo de formas arquitectónicas en armonía con el paisaje, se debe mantener el paisaje rural (en lo posible con materiales de la zona).
- Seguir las normas técnicas del Reglamento Nacional de Edificaciones.
- Las instalaciones turísticas deberán guardar especial respecto con el patrimonio cultural y material (no alterarlo).
- Las instalaciones turísticas deberán afirmar la seguridad y cuidado para con el visitante.
- El diseño de las instalaciones debe considerar criterios ambientales en uso de energía limpia, manejo del agua y tratamiento de residuos.

### **Ejemplo:**

#### **Requerimientos de infraestructura. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Las intervenciones en el emprendimiento de Turismo Rural Comunitario, se pueden realizar a través de las siguientes instalaciones:

- Ruta interna de visita con sus respectivos senderos, paneles interpretativos, señales turísticas, miradores, entre otros, que no afecten la flora y fauna del entorno ni las tradiciones o costumbres culturales, y aseguren una visita agradable del turista.
- Alojamiento rural y restaurante rural, que tome en cuenta el entorno paisajístico y tradicional; así como, materiales de la zona para los procesos constructivos.

A modo de ejemplo se detallan algunas instalaciones a colocar para la Asociación AMPI.

Las instalaciones a proyectar cuentan con cobertura de dos aguas que servirán para una mejor capacidad de respuesta hacia las fuertes precipitaciones del lugar, todas las cubiertas contarán con drenaje de evacuación pluvial metálico.

El sistema constructivo empleado será de mampostería reforzada (los bloques, las columnas, vigas y soleras, trabajan en conjunto).

#### **Ruta interna de visita**

Esta instalación servirá para que el turista disfrute de la observación de la flora y fauna, a través del conocimiento de la biodiversidad de la zona y disfrute del paisaje en el recorrido turístico desde la comunidad campesina hasta la laguna Pacucha. La ruta interna tendrá una longitud de 3,000 metros y contará con senderos, paneles interpretativos y señales turísticas (que no afecte a la flora y fauna y asegure una visita agradable del turista).

Para el diseño e instalación de señales se tomará en cuenta las recomendaciones del Manual de Señalización Turística del Mincetur.

A continuación se presenta el resumen de áreas de los ambientes que componen la ruta interna de visita.

**Tabla N° 85. Cuadro de áreas del sendero**

AMBIENTES	LONGITUD (m)
Ruta interna	3,000
<b>Total</b>	<b>3,000</b>

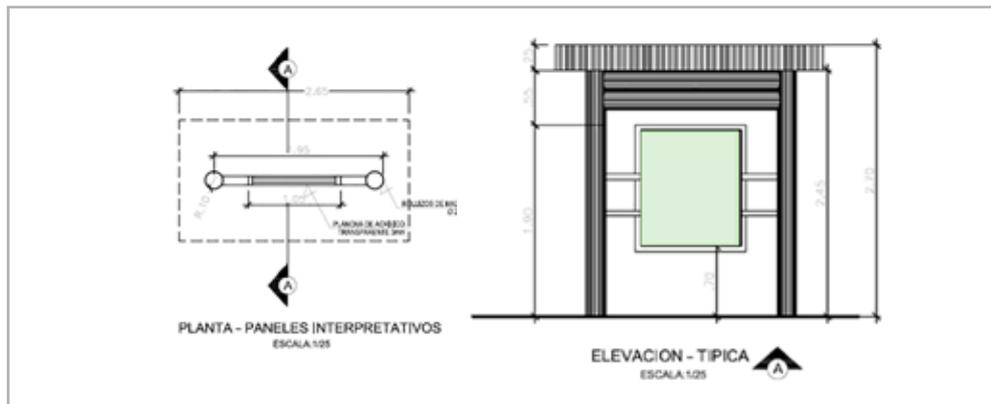
Elaboración propia.

El presupuesto asignado para la construcción de la ruta interna (sendero, paneles y señales turísticas) es de **S/ 256,088.000**.

**Gráfico N° 25. Vista plano del sendero**

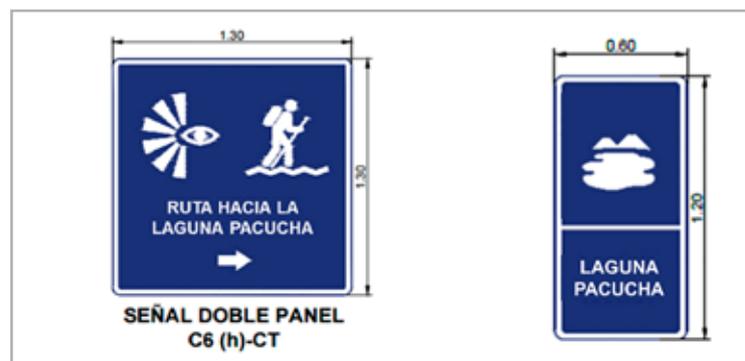


**Gráfico N° 26. Vista de planos de paneles interpretativos**



Elaboración propia.

**Gráfico N° 27. Vista de señales**



Elaboración propia.

## Mirador

La cobertura del mirador es de cuatro aguas y liviana, tendrá unas columnas de rollizo circular de  $\varnothing 3''$ , con zapata de concreto armado cuenta con dos asientos de concreto enchapado en piedra y madera machihembrada. Para la construcción del mirador se está considerando la limpieza y apisonado del terreno y en algunos casos relleno de tierra. Solo cuenta con un ambiente y tendrá un área de 5.27 m<sup>2</sup>.

A continuación se presenta el resumen de áreas de los ambientes que componen el mirador.

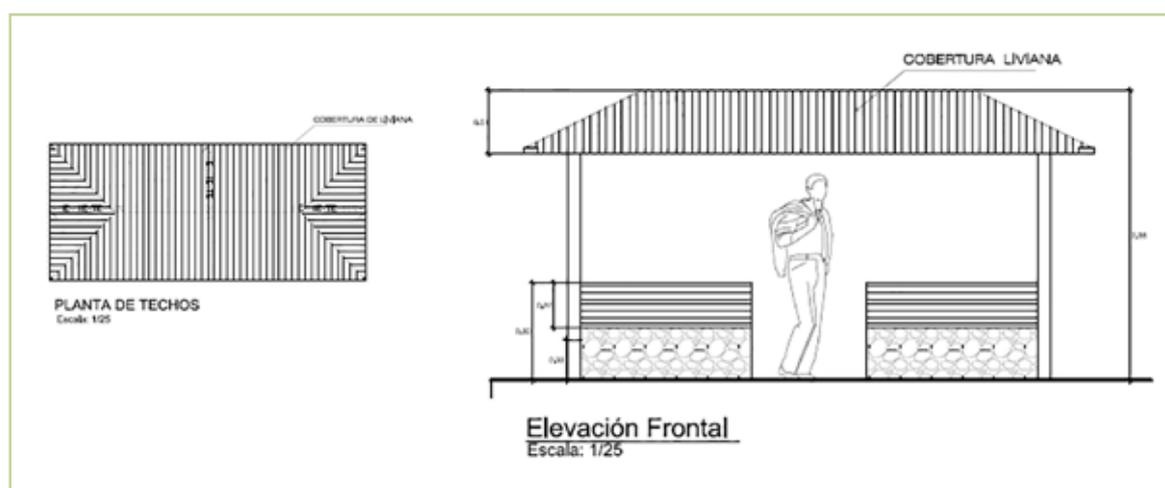
**Tabla N°86. Cuadro de áreas del mirador**

AMBIENTES	ÁREA (m <sup>2</sup> )
Área de mirador	5.27
<b>Total</b>	<b>5.27</b>

Elaboración propia.

El presupuesto asignado para la construcción para el mirador es de **S/ 527.00**.

**Gráfico N° 28. Vistas del plano del mirador**



Elaboración propia.

## Servicio de alojamiento rural

Para el servicio de alojamiento rural, se requiere de las siguientes instalaciones:

- **Terraza**  
Se ubica en el ingreso, cuenta con dos bancas modulares de madera para descanso de los turistas. La terraza posee una cobertura a dos aguas, piso terminado de madera machihembrada. Este ambiente tiene un área de 22.42 m<sup>2</sup>.
- **Sala de recepción-Sala de estar**  
Los muros son de ladrillo artesanal, propios de la zona, el piso es de madera machihembrada, la ventilación e iluminación será natural mediante una ventana de

2.30 x 1.20 m. Este ambiente cuenta con un área de 20.15 m<sup>2</sup> espacio suficiente para que el encargado de recepción realice sus labores diarias, y para que el turista pueda esperar cómodamente por la atención del servicio.

- **Servicio higiénico de la recepción**

Este servicio higiénico es para el uso del personal administrativo. Los muros están enchapados con cerámico color blanco de 30x30 con una altura 1.8 m, el piso estará enchapado con cerámico antideslizante de 30x30 color gris claro. Cuenta con ventanas altas de marcos de madera y vidrio transparente de 2 mm; asimismo tiene aparatos sanitarios de color blanco como 01 lavatorio, 01 inodoro, 01 urinario y 01 ducha, este ambiente se ha proyectado en un área de 3.90 m<sup>2</sup>.

- **Habitaciones simples**

Se cuenta con seis habitaciones simples, con capacidad para albergar a un visitante, se encuentran equipados con veladores, ropero, sillas, y tienen ventilación e iluminación natural mediante una ventana de 1.20x1.20 de altura. Los pisos tendrán un acabado en madera machihembrada. El ambiente por cada habitación tendrá un área de 9.86 m<sup>2</sup>.

- **Habitaciones dobles**

Se cuenta con seis habitaciones dobles, con capacidad para albergar a dos visitantes, se encuentran equipados con veladores, ropero, sillas, y tienen ventilación e iluminación natural mediante una ventana de 2.00x1.20 de altura. Los pisos tendrán un acabado en madera machihembrada. El ambiente por cada habitación tendrá un área de 14.86 m<sup>2</sup>.

- **Habitaciones cuádruples**

Se cuenta con tres habitaciones cuádruples, con capacidad para albergar a cuatro visitantes, se encuentran equipados con veladores, roperos, sillas, y tienen ventilación e iluminación natural mediante una ventana de 2.00x1.20 de altura. Los pisos tendrán un acabado en madera machihembrada. El ambiente por cada habitación tendrá un área de 29.72 m<sup>2</sup>.

- **Almacén**

Tiene una puerta de 0.90x2.10, contará con ventilación natural mediante una ventana alta de 1.15x0.40 m, el piso será de cemento pulido. El área contemplada para este ambiente es de 8.95 m<sup>2</sup>.

- **Lavandería**

Se cuenta con una lavandería techada pero ventilada con un lavadero de ropa y adicionalmente con un baño de 3.20x0.60 m con piso de cemento pulido, una puerta de 0.90x2.10. El ambiente en mención cuenta con un área de 9.00 m<sup>2</sup>.

- **Servicios higiénicos para turistas-caballeros**

Este servicio higiénico será para el uso de los visitantes. Los muros están enchapados con cerámico color blanco de 30x30 con una altura 1.8 m, el piso estará enchapado con cerámico antideslizante de 30x30 color gris claro. Cuenta con ventanas altas de marcos de madera y vidrio transparente de 2mm; asimismo, tiene aparatos sanitarios de color blanco como 01 lavatorio, 01 inodoro, 01 urinario y 01 ducha, el ambiente se ha proyectado en un área de 3.90 m<sup>2</sup>.

- **Servicios higiénicos para turistas-damas**

Este servicio higiénico será para el uso de los visitantes. Los muros están enchapados con cerámico color blanco de 30x30 con una altura 1.80 m, el piso estará enchapado con cerámico antideslizante de 30x30 color gris claro. Cuenta con ventanas altas de marcos de madera y vidrio transparente de 2 mm, asimismo tiene aparatos sanitarios de color blanco como 01 lavatorio, 01 inodoro y 01 ducha, el ambiente se ha proyectado en un área de 3.90 m<sup>2</sup>.

- **Jardín**

El jardín incluirá arbustos, flores y árboles. Será un espacio donde los turistas podrán descansar al aire libre antes de llegar a sus habitaciones, se contará con ocho bancas de madera. Este ambiente también podrá ser usado por la asociación para realizar otras actividades que puedan programarse a los turistas. Este ambiente tendrá un área de 54.3 m<sup>2</sup>.

A continuación, se presenta el resumen de áreas de los ambientes que componen el servicio de alojamiento rural.

**Tabla N° 87. Cuadro de áreas del servicio de alojamiento rural**

AMBIENTES	ÁREA (m <sup>2</sup> )
Terraza	22.42
Sala de recepción - Sala de estar	20.15
Servicios higiénicos	3.9
Habitación simple	59.16
Habitaciones dobles	89.16
Servicios higiénicos para turistas - Caballeros	3.9
Servicios higiénicos para turistas - Damas	3.9
Habitaciones cuádruples	89.16
Jardín	54.3
Almacén	8.95
Lavandería	9
<b>Total</b>	<b>364</b>

Elaboración propia.

El presupuesto asignado para la construcción para el hospedaje rural es de **S/ 620,649.60**, monto que incluye un muro de contención como medida de prevención de riesgo (deslizamiento).

Gráfico N° 29. Plano del hospedaje rural



Elaboración propia.

## Servicio de alimentación y bebida en el área rural

Para el servicio de alojamiento rural, se requiere de las siguientes instalaciones:

- **Sala comedor**

Se ubica en un lugar de fácil acceso desde el exterior, este ambiente posee un área de 73 m<sup>2</sup> y tendrá un piso de madera machihembrada. La ventilación e iluminación de este ambiente se realizará a través de una celosía que se implementará en el ambiente.

- **Servicios higiénicos para hombres y mujeres**

Los servicios higiénicos son diferenciados y se encuentran al lado derecho de la sala comedor, cada uno posee un área de 3.40 m<sup>2</sup>. La iluminación y ventilación de ambos ambientes se realizarán a través de ventanas altas. En cada ambiente las dimensiones son de 0.60 x 0.50 m, el tratamiento del piso será con cerámica de 30 x 30 cm. Estos ambientes contarán con los siguientes aparatos sanitarios.

- En los servicios higiénicos de varones se contará con un inodoro, un lavatorio y un urinario.
- En los servicios higiénicos de damas contará con un inodoro y un lavatorio, cocina

Este ambiente posee un área de 17 m<sup>2</sup> y tendrá un piso de cerámico de 30 x 30 cm. La ventilación e iluminación de este ambiente se realizará a través de una ventana ubicada en la parte lateral del ambiente con la siguiente dimensión: 1.50 x 1.50 m.

- **Servicios higiénicos del personal**

Este ambiente solo será para el uso del personal de cocina y de atención a los visitantes, posee un área de 3.00 m<sup>2</sup>. La iluminación y ventilación de ambos ambientes se realizarán a través de ventanas altas. Las dimensiones son de 0.60 x 0.50 m, contará con un inodoro y un lavatorio, el tratamiento del piso será con cerámica de 30 x 30 cm.

- **Almacén**

Se ha proyectado un almacén donde se guardará las compras de alimentos, utensilios y equipos. Será de material noble y posee un área de 5.00 m<sup>2</sup> y el tratamiento del piso será de cerámico 30 x 30 cm.

A continuación se presenta el resumen de áreas de los ambientes que componen el restaurante rural.

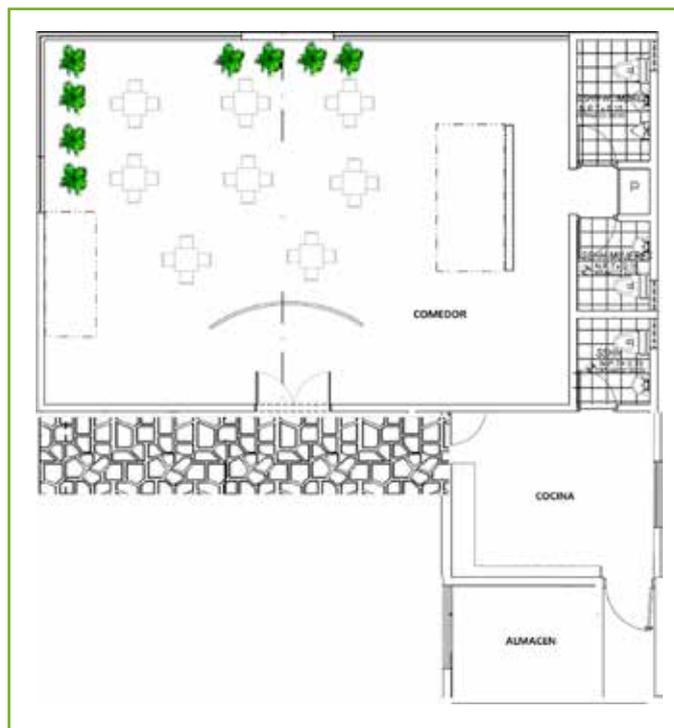
**Tabla N° 88. Cuadro de áreas del restaurante rural**

AMBIENTES	ÁREA (m <sup>2</sup> )
Sala comedor	73
Servicios higiénicos mujeres	3.4
Servicios higiénicos hombres	3.4
Cocina	17
Servicios higiénicos del personal	3
Almacén	5
<b>Total</b>	<b>104.8</b>

Elaboración propia.

El presupuesto asignado para la construcción para el restaurante rural es de **S/ 70,350.00**, monto que incluye un muro de contención como medida de prevención de riesgo.

**Gráfico N° 30. Plano del restaurante rural**



Elaboración propia.

#### **d) Requerimiento de maquinaria, equipos y herramientas**

Determinar los requerimientos de maquinaria, equipos, herramientas y sus especificaciones técnicas, en función al flujograma del proceso de operación de los servicios turísticos de ecoturismo, cultural y recreativo, así como de los servicios de alojamiento rural y alimentación y bebidas, establecer metas del plan de producción y requerimientos de intervención para mejorar la competitividad y sostenibilidad de la cadena de valor del turismo.

Las especificaciones técnicas deben cumplir con los reglamentos técnicos y normas correspondientes, definiendo con precisión las características, condiciones, cantidad y calidad de los bienes y servicios que se requieran, considerando por lo menos lo siguiente:

- Características técnicas dimensiones y peso total.
- Capacidad de diseño y de producción normal.
- Vida útil de los bienes y de partes especiales.
- Cantidad.
- Plazos y otras condiciones de entrega.
- Gastos de traslado.
- Garantías ofrecidas sobre la capacidad, calidad y plazo de entrega.
- Servicio de capacitación y asistencia técnica para el buen uso, mantenimiento y manejo.
- Servicio de montaje y desmontaje de equipos.

Además, es necesario indicar el periodo de reposición, cuyo costo no forma parte de la inversión del presente estudio.

A continuación se detalla un ejemplo de requerimiento de maquinaria, equipos y herramientas:

SERVICIOS ECOTURÍSTICOS Y CULTURALES EN EL ÁREA RURAL	SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDA EN EL ÁREA RURAL
<p><b>Servicio ecoturístico (observación de flora y fauna)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Binoculares.</li> <li>• Lupas.</li> <li>• Sistema de comunicación, telefónico, radial o satelital (Walkie talkie).</li> </ul> <p><b>Servicio cultural (música y danza)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales para escenografía y equipos de sonido.</li> <li>• Violín.</li> <li>• Tamborcillo.</li> <li>• Campanilla.</li> <li>• Quena.</li> <li>• Bombo.</li> </ul> <p><b>Servicio recreativo (caminata y paseo en bote)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bote con remos.</li> <li>• Bastón para trekking.</li> <li>• Chaleco salvavida.</li> <li>• Sistema de comunicación, telefónico, radial o satelital (Walkie talkie).</li> </ul>	<p>Se deberá velar por el adecuado equipamiento de las áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanque de agua y terma solar para los requerimientos del visitante.</li> <li>• Equipos para las habitaciones (televisor, dispensador de agua, calefacción eléctrica, entre otros).</li> <li>• Equipos de oficina para la sala de recepción (teléfono, laptop, radio, impresora, entre otros).</li> <li>• Muebles y enseres como: camas, sillas de dormitorio, closet, sofá de espera, mesa de centro, estante, escritorio, archivador, entre otros).</li> </ul>	<p>Se deberá contar con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calentador de pared.</li> <li>• Equipos eléctricos como cocina, refrigeradora, licuadora, cafetera, entre otros).</li> <li>• Equipos para la recepción del restaurante rural como caja registradora, teléfono, entre otros).</li> <li>• Muebles y enseres para el restaurante rural (mesa, sillas, vajilla, cristalería, cubiertos, juegos de ollas, manteles, etc.).</li> </ul>

Fuente: Elaborado en base a NCh 3015-2006, NCh 3069-2007-47, Guía Técnica GTS-USNA Sectorial 009. Página web: <http://acodres.com.co/wp-content/uploads/2013/09/NTS-USNA009.pdf>



**Nota:** Es importante que el formulador detalle las especificaciones técnicas de todo lo que va requerir para la implementación del Plan de Negocio (fijarse en los detalles).

### Ejemplo:

#### Requerimiento de maquinaria, equipos, menaje y herramientas. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Para saber los requerimientos de maquinarias, equipos y herramientas, se elaborará un cuadro que ayudará a detallar sus especificaciones técnicas, definiendo con precisión cada uno de los bienes que se utilizarán para los distintos servicios turísticos principales y complementarios, detallando la unidad de medida, la cantidad y sus respectivas características; además, se debe considerarla vida útil.

## Servicio ecoturístico

### Observación de flora y fauna

Para el servicio de observación de flora y fauna se requerirán los siguientes equipos:

**Tabla N° 89. Requerimiento de equipos para el servicio de flora y fauna**

ÍTEM	UNIDAD	CANT.	DESCRIPCIÓN TÉCNICA <sup>20</sup>	VIDA ÚTIL
<b>EQUIPO</b>				
Binoculares 	Unidad	10	Medida de 8x42 (8 aumentos y 42 mm de apertura y por tanto de luz). Pupila salida entre 5,2 y 5,3. Rango de corrección óptica -4. Campo de visión no menor a 100 mt. Livianos. Resistentes (duración aproximada de 10 años).	10 años
Lupa 	Unidad	5	30X-21mm. Distancia focal de ½ pulgada.	5 años

Elaboración propia.

## Servicio recreativo

### Caminata y paseo en bote

Para el servicio de caminata y paseo en bote se requerirán los siguientes equipos:

**Tabla N° 90. Requerimiento de equipos para el servicio recreativo**

ÍTEM	UNIDAD	CANT.	DESCRIPCIÓN TÉCNICA	VIDA ÚTIL
<b>EQUIPO</b>				
Bastón para trekking 	Unidad	10	Es un bastón de aluminio retráctil, color negro. Su peso es de 250 g aproximadamente, se componen de dragoneras (cintas que sirven como empuñaduras de los bastones) que forman una gasa ajustable para colocar la muñeca y apoyar directamente el peso en la cinta. Tienen una roseta o canasta en la parte baja que impide que el bastón se sumerja en la superficie de un terreno nevado o fangoso <sup>21</sup> . La vida útil de estos implementos es de cinco años. El bastón permite mejorar la estabilidad durante la caminata, además evita lesiones en las rodillas y tobillos porque amortigua el peso.	5 años

<sup>20</sup> El consultor debe detallar todas las especificaciones técnicas que requieran los equipos y materiales, así como los costos de envío y de instalación, cuando sea necesario.

<sup>21</sup> Página Web Oficial de Mundo Trekking

ÍTEM	UNIDAD	CANT.	DESCRIPCIÓN TÉCNICA	VIDA ÚTIL
<p>Chaleco salvavidas</p> 	Unidad	10	<p>Material: Campera enjebado 100% impermeable importado (retardante de fuego y ácidos).</p> <p>04 Cintas rígidas 3.8 con tic-toc. 3.8 alrededor de todo el chaleco. Zipper o relámpago de 38 cms permite cerrado tipo casaca revestido en PVC inoxidable.</p> <p>Laterales reforzados que cubren 90% del torso. Collarín de seguridad para nuca.</p> <p>Resistente: hasta 120 Kg en el mar - 125 Newton</p>	5 años

Elaboración propia.

**Nota:** El formulador debe detallar las especificaciones técnicas de todo lo que se va a requerir.

### e) Requerimiento de materiales e insumos

- Determinar los requerimientos de materiales e insumos y sus especificaciones técnicas, en función al flujograma del proceso de prestación del servicio ecoturístico, cultural y recreativo, y de los servicios complementarios.
- Elaborar una lista de requerimientos, considerando la cantidad y unidad de medida correspondiente, proyectando en función al plan de servicios turísticos privados de TRC durante un horizonte evaluación. Por ejemplo: productos de limpieza y desinfección, insumos básicos de botiquín de primeros auxilios, alimentos, etc.
- Adjuntar como parte de los anexos las especificaciones técnicas de la materia prima e insumos a utilizar en el proceso de prestación de servicio.

#### Ejemplo:

#### Requerimiento de materiales e insumos. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Para el presente caso y a modo de ejemplo, a continuación se especifica sobre los insumos para los servicios de alojamiento rural.

#### Servicio de alojamiento rural

A continuación, se presente una lista de insumos requeridos para el acondicionamiento del dormitorio en alojamiento rural.

**Tabla N° 91. Insumos requeridos el servicio de alojamiento rural**

DESCRIPCIÓN	U. MEDIDA	CANTIDAD
Colchones	Unidad	30
Frazadas	Unidad	60
Toallas	Unidad	60
Toallas de mano	Unidad	24
Almohadas	Unidad	120
Juegos de sábanas	Kit	120
Cubre cama	Unidad	60
Manta	Unidad	30
Jabón de tocador	Unidad	6,570
Shampoo	Unidad	6,570
Papel higiénico	Unidad	6,570

Elaboración propia.

#### **f) Requerimiento de servicios**

- Elaborar una lista de requerimientos de servicios, considerando por lo menos lo siguiente:
  - Asistencia técnica en buenas prácticas para la prestación de servicios turísticos privados de TRC y gestión empresarial.
  - Capacitación en buenas prácticas para la prestación los servicios turísticos privados de TRC y gestión empresarial.
  - Servicios básicos para el proceso de prestación de servicios y gestión del negocio.

#### **Ejemplo:**

#### **Requerimiento de servicios. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

La Asociación AMPI requerirá de los siguientes servicios:

- Consultorías para la interpretación y manejo cuidadoso de la flora y fauna en Pacucha, así como para la sistematización y conservación del patrimonio inmaterial de la cultura chanca.
- Capacitaciones en protección de recursos naturales, culturales y capacitación en atención al turista.
- Catálogos y protocolos del servicio ecoturístico, cultural y recreativo, y catálogo de buenas prácticas de los servicios en alojamiento y restaurante rural.

**Nota:** Para el caso de la asistencia y capacitación, el formulador deberá presentar los términos de referencia correspondientes.

## g) Requerimiento de recursos humanos

- Determinar los requerimientos de recursos humanos y sus características, en función al flujograma del proceso de producción, metas del plan de producción y requerimientos de intervención para mejorar la competitividad y sostenibilidad de la cadena.
- Elaborar una lista de requerimientos de personal, considerando las necesidades del tipo de personal por actividad, nivel de utilización (horas/personal) por actividad y número necesario para generar el nivel de servicios turísticos privados de TRC requerido en el plan de servicios, en un horizonte de cinco años.
- Presentar los siguientes aspectos relacionados a los recursos humanos considerando por lo menos lo siguiente:
  - Detalle de los recursos humanos requeridos en la operación del negocio turístico, por tipo, cantidad y costo unitario.
  - Cumplimiento de la normatividad laboral específica que corresponda.
  - Capacidades y aptitudes para el personal de servicios turísticos. Dada la naturaleza del negocio se requerirá de personal preferentemente local, con actitud positiva, amable, servicial y cortés.
  - Cantidad, nivel de preparación y posibilidades de entrenamiento del personal propuesto. Por ejemplo, en calidad del servicio y la acogida, códigos de conducta y de buenas prácticas, primeros auxilios, higiene alimentaria, idiomas, entre otros.
  - Detalle del empleo y actividades a desarrollar por los socios, así como las competencias mínimas requeridas.
  - Perfil del puesto.

### Ejemplo:

#### **Requerimiento de recursos humanos. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Para el funcionamiento del Plan de Negocio TRC de la Asociación AMPI se requiere 20 trabajadores teniendo las siguientes características:

**Tabla N° 92. Características de los recursos humano del Plan de Negocio TRC de la Asociación AMPI**

ÁREAS	CARGO	CANTIDAD	TAREAS	HABILIDADES	PERFIL
Administración	Administrador	1	<p>Administración general del negocio rural:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar y verificar el buen desempeño de todas las áreas.</li> <li>• Supervisa todos los servicios de turismo.</li> <li>• Analizar los problemas de la empresa (financiero, contable, administrativo, otros).</li> <li>• Controlar la documentación (facturas, boletas, cantidad de turistas, sugerencias de los visitantes, otros).</li> <li>• Efectuar el pago mensual a los colaboradores.</li> <li>• Coordinar las capacitaciones hacia los colaboradores.</li> <li>• Otras tareas que sean necesarias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección.</li> <li>• Coordinación.</li> <li>• Control.</li> <li>• Capaz de poder tomar decisiones.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Comunicarse con efectividad.</li> <li>• Poder manejar conflictos.</li> <li>• Tener cualidades morales.</li> <li>• Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional en administración o afines.</li> <li>• Experiencia general mínima de cuatro años.</li> <li>• Experiencia específica comprobada de gestión de establecimientos de hospedaje.</li> </ul>
	Asistente de administración	1	<p>Apoyo al administrador:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en el control administrativo y disciplinario de los trabajadores.</li> <li>• Manejo de la relación con los diferentes proveedores.</li> <li>• Apoyo en el control, organización y registro contable.</li> <li>• Apoyo en la elaboración de estados financieros.</li> <li>• Apoyo en la supervisión de las habitaciones.</li> <li>• Apoyo en las capacitaciones.</li> <li>• Hacer el pedido a los proveedores.</li> <li>• Otras tareas necesarias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajar bajo presión.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Tratar en forma cortés a los visitantes.</li> <li>• Saber manejar Ms Office a nivel básico.</li> <li>• Tener cualidades morales.</li> <li>• Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico en administración.</li> <li>• Experiencia general mínima de tres años.</li> <li>• Experiencia específica en apoyo en la administración de negocios en el rubro servicios, de preferencia en establecimientos de hospedaje.</li> </ul>
	Orientador turístico	4	<p>Orientador turístico (Ecoturístico)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de los servicios ecoturísticos (observación de flora y fauna).</li> <li>• Acompañamiento al turista en todo su recorrido.</li> <li>• Absolver cualquier duda que tenga el visitante.</li> <li>• Orientador turístico (cultural).</li> <li>• Coordinación sobre las interpretaciones y puestas en escena de las danzas oriundas de la zona.</li> <li>• Acompañamiento al turista en todo su recorrido del servicio cultural.</li> <li>• Absolver cualquier duda que tenga el visitante.</li> <li>• Orientador turístico (recreativo).</li> <li>• Desarrollo de los servicios recreativos.</li> <li>• Acompañamiento al turista en los servicios recreativos (caminata y paseo en bote).</li> <li>• Absolver cualquier duda que tenga el visitante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento sobre el paisaje, flora y fauna de la zona.</li> <li>• Conocimiento de las costumbres, y tradiciones y danzas propias del lugar.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Comunicarse con efectividad.</li> <li>• Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros).</li> <li>• Poseer cualidades morales.</li> <li>• Tener un buen trato con los turistas.</li> <li>• Tener conocimiento básico de inglés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional en guiado turístico.</li> <li>• Conocimientos de la historia, mitos, leyendas y cualquier otro contenido cultural de la comunidad.</li> <li>• Conocimientos de la flora, fauna y cualquier otro aspecto relevante relacionado a los recursos naturales.</li> <li>• Experiencia en guiado turístico mínimo de un año.</li> <li>• De preferencia manejo del idioma inglés.</li> </ul>

ÁREAS	CARGO	CANTIDAD	TAREAS	HABILIDADES	PERFIL
Interpretación de costumbres y tradiciones	Danzantes	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Representación de diferentes danzas del lugar.</li> <li>Interpretar los significados de las danzas.</li> <li>Invitar a los turistas a compartir la danza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectuar la representación de las danzas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en escenificación de danzas mínimo de un año.</li> <li>Conocimiento de los significados culturales de las danzas.</li> <li>Contar con capacidades físicas.</li> </ul>
	Músicos	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación musical de acuerdo con las costumbres culturales autóctonas.</li> <li>Interpretar los significados de la música.</li> <li>Invitar a los turistas a compartir la música.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectuar la representación de la música.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en escenificación de música mínimo de un año.</li> <li>Conocimiento de los significados culturales de la música.</li> </ul>
	Cocinero	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preparar el desayuno, almuerzo y cena.</li> <li>Realizar y supervisar la limpieza de los objetos de cocina.</li> <li>Controlar que el pedido de los alimentos lleguen en buen estado.</li> <li>Controlar los ingresos y egresos por día.</li> <li>Enviar la documentación (boletas, facturas) al área administrativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saber cocinar.</li> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Comunicarse con efectividad.</li> <li>Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios de cocina o gastronomía.</li> <li>Experiencia mínima de tres años en cargos iguales o similares.</li> <li>Experiencia en comida (regional y peruana).</li> </ul>
	Ayudante de cocina	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asiste al cocinero en todo lo referido a la preparación de las comidas.</li> <li>Hace la limpieza diaria del restaurante rural (mesas, sillas y el suelo).</li> <li>Colaborar en la distribución de las raciones.</li> <li>Hacer el cobro por los alimentos.</li> <li>Acomodar los utensilios de las mesas.</li> <li>Hace un pequeño inventario de las frutas, verduras o material de cocina que pueda hacer falta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Comunicarse con efectividad.</li> <li>Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros).</li> <li>Tener un buen trato con los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deseable estudiante de cocina o gastronomía.</li> <li>Experiencia mínima de un año en cocina.</li> </ul>
Personal de alimentos y bebidas y del alojamiento rural	Mozo	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servir y retirar los aperitivos a los visitantes.</li> <li>Ayuda a hacer la limpieza diaria.</li> <li>Entrega a los turistas el monto del gasto por su consumo.</li> <li>Ayuda a elaborar los inventarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buen trato a los visitantes.</li> <li>Interés por su trabajo.</li> <li>Atento con los pedidos de sus clientes.</li> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Comunicación efectiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios mínimos de secundaria completa.</li> <li>Proactivo y carismático con orientación de servicio al cliente.</li> <li>De preferencia experiencia en restaurantes o afines.</li> </ul>
	Recepcionista/cajera	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alojamiento rural</li> <li>Recibir a los turistas de forma agradable.</li> <li>Hacer el registro de los turistas mediante un formulario.</li> <li>Encargada de entregar y recibir las llaves de las habitaciones.</li> <li>Realizar y recibir las llamadas telefónicas necesarias para brindar un buen servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Comunicarse con efectividad</li> <li>Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros).</li> <li>Tener un buen trato con los turistas.</li> <li>Poseer cualidades morales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios mínimos de hotelería o turismo o afines.</li> <li>Buen trato con los turistas.</li> <li>De preferencia experiencia previa en el rubro de establecimientos de hospedaje y restaurantes (sea el caso).</li> <li>De preferencia manejo del idioma inglés.</li> </ul>

ÁREAS	CARGO	CANTIDAD	TAREAS	HABILIDADES	PERFIL
Personal de Marketing y Operaciones			<ul style="list-style-type: none"> <li>Controlar y coordinar todas las reservaciones.</li> <li>Generar las boletas/facturas de los visitantes.</li> <li>Otra tarea que se requiera en el momento.</li> <li>Enviar al administrador toda la documentación del día.</li> </ul> <p>Restaurante Rural</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar y recibir las llamadas telefónicas necesarias para brindar un buen servicio del restaurante rural.</li> <li>Controlar y coordinar todas las reservaciones referidas a la alimentación.</li> <li>Generar las boletas/facturas de los visitantes.</li> <li>Otros que se requieran.</li> </ul>		
	Vendedor de paquete turístico	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar las coordinaciones de venta de paquetes turísticos con la agencia turística.</li> <li>Controlar y coordinar todas las reservaciones en coordinación con el personal de recepción.</li> <li>Mantener actualizado las aplicaciones informáticas de la empresa, como: página web, facebook, twitter, entre otros, referidos a los paquetes turísticos que se ofrecen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Comunicarse con efectividad.</li> <li>Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros).</li> <li>Tener un buen trato con los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios mínimos de hotelería o turismo o afines.</li> <li>Conocimiento sobre ventas de paquetes turísticos y marketing electrónico.</li> <li>Buen trato con los turistas.</li> <li>De preferencia manejo del idioma inglés.</li> </ul>
	Personal de mantenimiento y limpieza	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limpiar las habitaciones y otras áreas.</li> <li>Acomodar las camas y muebles de las habitaciones del hospedaje rural.</li> <li>Limpiar los servicios higiénicos.</li> <li>Mantener cerradas las habitaciones desocupadas.</li> <li>Escuchar a los visitantes en caso le hagan alguna sugerencia.</li> <li>Limpieza de los espacios recreativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Comunicarse con efectividad.</li> <li>Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros).</li> <li>Poseer cualidades morales.</li> <li>Tener un buen trato con los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios mínimos de secundaria completa.</li> <li>De preferencia experiencia laboral previa en mantenimiento y limpieza.</li> </ul>
	Vigilante	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejercer la vigilancia y la protección de los turistas y de los bienes muebles e inmuebles.</li> <li>Controlar la identidad de los visitantes en el acceso o en el interior de los inmuebles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicarse con efectividad.</li> <li>Poseer cualidades sociales (interés por el trabajo, actitud positiva, estabilidad emocional, otros).</li> <li>Poseer cualidades morales.</li> <li>Tener un buen trato con los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios mínimos de secundaria.</li> <li>Experiencia en puestos de seguridad o similares.</li> </ul>

Elaboración propia.

**Nota (1):** Los formuladores pueden considerar otros cargos de acuerdo a la naturaleza de cada emprendimiento, se pueden considerar especialistas en historia, antropología, etnología, biología, zoología, entre otros.

**Nota (2):** Los danzantes y músicos forman parte del personal que labora en el emprendimiento.

## h) Licencias, permisos, entre otros

- Definir la disponibilidad de terrenos, licencias, autorizaciones, permisos, entre otros, los cuales son necesarios para la ejecución y operación del proyecto.

Para ello, se deberá contactar con apoyo del gobierno local donde se localice la propuesta productiva, a fin de que se trámite las licencias, permisos, entre otros. De necesitarse permisos u autorizaciones especiales de acuerdo al tipo de servicio, se deberá contactar con la entidad competente.

### **Ejemplo:**

#### **Licencias, permisos. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

La Asociación AMPI, cuenta ya con el documento de saneamiento físico legal correspondiente a nombre de la misma Asociación. Asimismo, se cuenta con los respectivos permisos<sup>22</sup> y licencias<sup>23</sup> brindados por la Municipalidad Provincial de Andahuaylas.

En cuanto a los permisos, para la construcción de las instalaciones para los servicios principales y complementarios, la Asociación AMPI deberá solicitar ante la Municipalidad Distrital de Pacucha la licencia de funcionamiento definitiva (ver TUPA- Municipalidad Distrital de Pacucha).

<sup>22</sup> Incluir los N° de licencias, permisos y registros de los inmuebles.

<sup>23</sup> Los requisitos para conseguir las licencias de funcionamiento, se encuentra en la página web de la municipalidad.

## 7 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

### 7.1. Modalidad de constitución del Agente Económico Organizado (AEO)

Presentar información sobre la constitución, representación legal del negocio, composición de la junta directiva.

Debe adjuntar el detalle de los socios que conforman el AEO, señalando nombres, número de DNI, género, fecha de nacimiento, principales bienes patrimoniales y los que ofrece como aporte, actividad económica y experiencia.

#### Ejemplo:

#### Modalidad de constitución. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

La estructura jurídica del AEO AMPI tiene un diseño con fines empresariales, cuya actividad principal será de turismo rural comunitario. De otro, el AEO AMPI se encuentra registrado en los Registros Públicos de Apurímac con la Partida Electrónica N° 1239756, y su representante legal es el señor Jorge Caycho Rueda. Su composición orgánica es la siguiente:

**Tabla N° 93. Datos de los socios del AEO del Plan de Negocio TRC Asociación AMPI**

CARGO	NOMBRE Y APELLIDOS	DNI
Presidente	Jorge Caycho Rueda	07473229
Vicepresidente	Valentín Ramón Valencia	16354968
Secretario	Alejandro Vega Quispe	08621957
Tesorero	Carmen Chunga Espilco	08045288
Fiscal	Roberto Galván Mendoza	18529530
Vocal 1	Nélida Quiroz Huamán	27430586

Elaboración propia.

La presente tabla muestra los principales datos de los socios del AEO del Plan de Negocio, la cual ha sido elaborada para fines didácticos.

**Nota:** El formulador deberá consignar el detalle de los socios que conforman el AEO, señalando sus nombres, fecha de nacimiento, género, principales bienes patrimoniales y los que ofrece como aporte, entre otros.

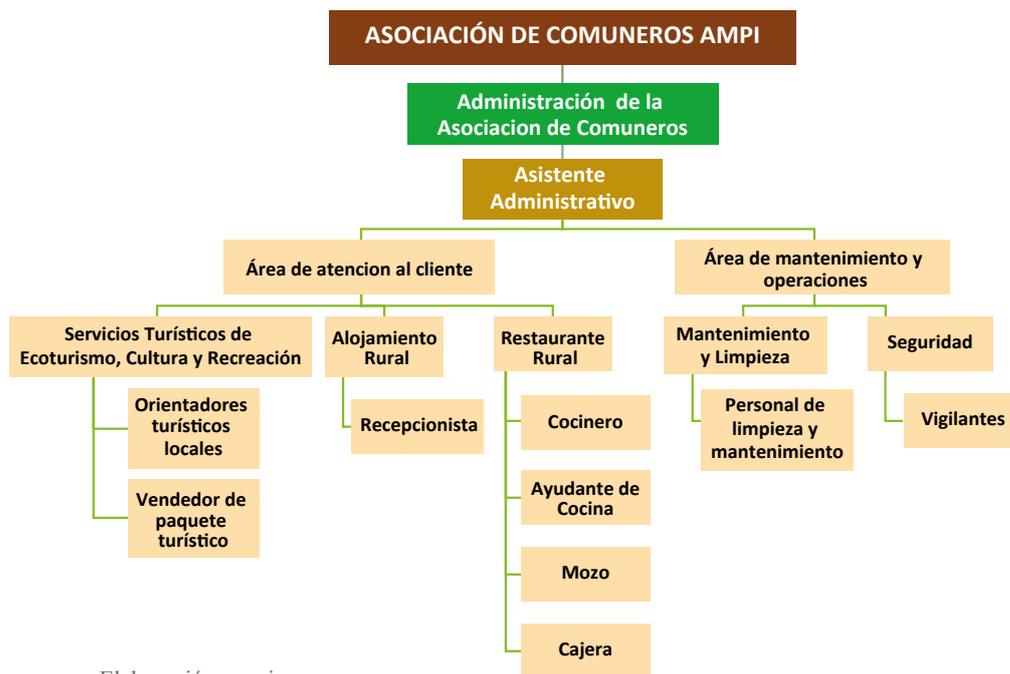
## 7.2. Estructura orgánica del AEO

- Presentar el organigrama general del AEO.
- Definir las funciones de cada nivel jerárquico.
- Señalar las acciones necesarias para garantizar la solidez y sostenibilidad de la organización.
- En caso de personas naturales organizadas (categoría A), señalar las acciones concretas para constituirse en personas jurídicas empresariales con fines de lucro.

### Ejemplo:

#### Estructura del Plan de Negocio PROCOMPITE de la Asociación AMPI

La estructura del Plan de Negocio de la Asociación AMPI presenta el siguiente organigrama:



Elaboración propia.

Funciones de cada nivel jerárquico:

- Asociación de comuneros: Dirección, control y toma de decisiones generales.
- Área de administración: Control y gestión de recursos financieros.
- Asistente administrativo: Realizar laborar de asistencia del área.
- Área del servicio al cliente: Servicio, atención, seguimiento de clientes.
- Área de operaciones: Transformación de recursos en productos y/o servicios.

## 7.3. Gestión para el control y seguimiento de la operación

Indicar brevemente como se realizará el control, acompañamiento y seguimiento de la operación de la propuesta productiva, indicando los órganos, actores y estrategia que se utilizarán para ello.

### Ejemplo:

#### Gestión para el control y seguimiento de la operación. Asociación AMPI

PROGRAMACIÓN Y OBTENCIÓN DE RESULTADOS MEDIOS Y FINALES

Indicadores	Unidad de Medida	Línea de Base	Año I		Año II		Año III		Año IV		Año V		Meta Total		Logro Total
			Programada	Lograda											
Empleos generados.															%
Número de turistas que realizan actividades turísticas: ecoturismo, cultural y recreación.															%
Número de turistas.															%
Número de camas ocupadas.															%
Número de mesas ocupadas.															%
Precio por tipo de servicio.															%
Número de personas por grupo.															%
Número máximo de grupos en la ruta turística.															%
Ingreso por ventas.															%
Costo unitario por tipo de servicio.															%
Utilidad promedio por cada socio del AEO.															%
Rentabilidad de las ventas.															%
Rentabilidad de la inversión.															%
Ingresos promedio por casa socio del AEO.															%

Fuente: Guía Operativa de PROCOMPITE / Elaboración propia.

## 7.4. Gestión de riesgos

Señalar la existencia de peligros o dificultades que pueden afectar la ejecución y operación los negocios de turismo rural comunitario.

En adelante se detallará el proceso de identificación de peligros que podrían afectar a recursos turísticos, instalaciones y turistas vinculados a los servicios turísticos de ecoturismo, culturales, recreativos y complementarios en el área rural.

### Análisis de peligros

#### Paso 1: Identificar los peligros

Para identificar los peligros que pudiesen ocurrir, utilizar información de fuentes secundarias y primarias como:

- Conocimiento local. Es importante que se consulte con la población los antecedentes de peligros que pudiesen haber ocurrido; para ello aplica herramientas participativas.
- Se hace relevante efectuar visitas de campo que permitan identificar los peligros que pudieran afectar al turista (insectos, asaltos, etc.), a los recursos turísticos (pérdida o alteración del patrimonio cultural, sustracción de la flora y fauna, etc) y a sus instalaciones (derrumbes, deslizamientos, crecida de ríos, etc).
- Es importante también identificar la manera de contrarrestar los peligros antrópicos que los visitantes puedan ocasionar a los servicios ecoturísticos, culturales y recreativos.
- Mapas de peligros<sup>24</sup> estudios y documentos técnicos realizados por instituciones especializadas como el Instituto Geofísico del Perú (IGP), el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (SENAMHI), el Instituto Geológico Minero y Metalúrgico (INGEMMET), el Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción del Riesgo de Desastres (CENEPRED), y los gobiernos locales en el marco del programa de incentivos municipales, entre otros.
- Planes de ordenamiento territorial o estudios de zonificación ecológica y económica elaborados por los gobiernos regionales o provinciales.
- Consulta con expertos (biólogos, zoólogos, antropólogos, etnólogos, historiadores, arqueólogos, administradores del emprendimiento turístico, guías de turismo, etc.).
- El conocimiento de la ocurrencia de desastres en el pasado nos podrá ayudar a construir los escenarios de peligros, lo cual se podrá desarrollar en base a los datos del SINPAD (Sistema de Información Nacional para la Respuesta y Rehabilitación Registro de emergencias y peligros o el reporte de emergencias recurrentes a nivel Nacional<sup>25</sup>).
- Información prospectiva científica, por ejemplo escenarios climáticos o estudios de efectos e impactos del cambio climático. El cambio climático puede modificar la intensidad y la frecuencia de aquellos peligros de origen hidrometeorológico (lluvias intensas, sequías, inundaciones, entre otros) que pueden tener efectos negativos sobre el ámbito del emprendimiento.

<sup>24</sup> Se puede acceder a la sistematización de mapas de peligros disponibles en el CD interactivo: Mapas de peligros y escenarios climáticos, Lima, 2013. En adelante, DGPI-MEF 2013b.

<sup>25</sup> Información disponible en: <http://sinpad.indeci.gob.pe/PortalSINPAD/>.

Para los peligros que hayas identificado es necesario conocer sus características en cuanto a áreas de impacto, intensidad y periodo de retorno, entre otras. En consecuencia, no solo debes conocer si existen o no peligros, sino sus características.

Se recomienda utilizar el siguiente formato para resumir la información sobre los peligros identificados.

**Tabla N° 94. Formato para resumir los resultados del análisis de peligros**

PELIGROS	¿EXISTEN ANTECEDENTES DE OCURRENCIA EN EL ÁMBITO DEL EMPRENDIMIENTO?			¿EXISTE INFORMACIÓN QUE INDIQUE FUTUROS CAMBIOS EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PELIGRO O LOS NUEVOS PELIGROS?		
	SI	NO	Características (intensidad, frecuencia, área de impacto, otros)	SI	NO	Características de los cambios o los nuevos peligros
Inundaciones.						
Movimiento en masa.						
Lluvias intensas.						
Heladas.						
Friaje/nevada.						
Sismos.						
Sequías.						
Huaycos.						
Derrumbes/deslizamientos.						
Vientos fuertes.						
Sustracción de la flora y fauna.						
Pérdida del patrimonio cultural.						
Huaqueos.						
Tala de árboles.						
Insectos, roedores.						
Asaltos a visitantes.						
Incendios urbanos.						
Anegamientos.						
Sacrilegios y profanaciones.						
Humedad.						
Otros.						

Fuente: Pautas metodológicas para la incorporación del análisis del riesgo de desastres en los proyectos de inversión pública

Una vez que se tenga la información sobre los peligros que pueden ocurrir en el área de estudio, sean nuevos o con antecedentes, es necesario que identifique aquellos que podrían afectar al recurso turístico, las instalaciones y al visitante. Para ello, en el trabajo de campo se debe tener en cuenta el área de impacto del peligro, la ubicación del recurso

turístico, las instalaciones y la ruta que visitará el turista, los posibles peligros que puedan afectar al turista; si éstas se ubican dentro del área de impacto, considera ese peligro para su posterior análisis.

### **Análisis de riesgos**

Si se concluye que en el ámbito del emprendimiento hay peligros y estos pueden impactar, se debe analizar si está en riesgo<sup>26</sup> o no, a partir del análisis de sus factores de exposición y vulnerabilidad<sup>27</sup> en relación con cada uno de los peligros identificados.

Para definir si el emprendimiento está en riesgo o no se debe realizar las tareas que se presentan a continuación.

### **Determinar el grado de exposición**

Con la información sobre las áreas de impacto de los peligros relevantes, analiza la ubicación del emprendimiento o de sus elementos en dichas áreas para determinar el grado de exposición del recurso turístico, instalaciones y turistas, ya que de éste dependerá la magnitud de los probables daños al ámbito del emprendimiento y sus efectos sobre la prestación del servicio turístico principal y complementarios.

### **Evaluar la fragilidad**

La fragilidad del emprendimiento es su grado de resistencia o el de sus elementos frente al impacto de un peligro.

El especialista encargado de los aspectos técnicos del estudio deberá analizar también si los factores de producción (recurso turístico, instalaciones y visitantes), están en condiciones de soportar el impacto del peligro al que están expuestos.

### **Evaluar la resiliencia**

La resiliencia es la capacidad del emprendimiento para asimilar y recuperarse del impacto de un peligro. Para determinarla se debe evaluar, entre otros, la existencia de instrumentos de gestión como planes de contingencia, planes de emergencia o protocolos de actuación frente a la ocurrencia de riesgos, entre otros, sobre el recurso turístico, instalaciones y visitantes.

Si del análisis realizado en las tareas anteriores se concluye que el emprendimiento está en riesgo, debes identificar los probables daños que puede sufrir el emprendimiento y sus efectos en la prestación del servicio turístico, que serían: 1) pérdidas en la capacidad de producción de los servicios turísticos parcial o total; 2) pérdidas de beneficios (experiencia) para los visitantes durante la interrupción de los servicios turísticos; y 3) gastos adicionales en los que incurrirían los visitantes para acceder a los servicios en otros emprendimientos o alternativas.

<sup>26</sup> El riesgo se entiende como los probables daños y pérdidas que sufriría el emprendimiento (recurso turístico, instalaciones y visitantes) por el impacto de un peligro, debido a su grado de exposición y vulnerabilidad.

<sup>27</sup> Susceptibilidad de que un emprendimiento y los usuarios sufran daños por la ocurrencia de un peligro.

## 8

# ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL

El proceso de producción del tipo de servicio deberá utilizar lo más amigable en términos ecológicos para evitar impactos negativos en el ambiente. Por ejemplo, evitar que las aguas servidas del alojamiento rural vayan directamente a un cuerpo de agua (río, laguna, etc.), entre otros.

Es necesario elaborar una categorización de impactos en donde se demuestre que la ejecución de la propuesta productiva no genere impactos negativos en las etapas de ejecución y operación en los siguientes medios:

- Medio socio económico (social y económico)
- Medio biológico (flora y fauna)
- Medio físico (agua, suelo y aire)

Describir en caso se genere alguna externalidad negativa al medio ambiente, qué medidas se toman para mitigarlas.

**Ejemplo: Análisis de impacto ambiental. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Se toma como ejemplo el servicio ecoturístico, recreativo y cultural.

**Tabla N° 95. Matriz de impacto ambiental de la Asociación AMPI**

POSIBLES IMPACTOS			PREGUNTAS – PLAN DE NEGOCIO	SI	NO	IMPACTO POSITIVO (+1, +2, +3, +4, +5) NEGATIVO (-1, -2, -3, -4, -5)
Posibles impactos ambientales	Biológicos	Elemento ambiental	¿Estarán incluidos dentro del área de influencia directa del Plan de Negocio, los corredores, barreras o territorios en reclamo de comunidades?		X	+3
		Flora	¿Estimulará la “erosión genética” esto es la variabilidad vegetal?		X	+3
			¿Limita el acceso a recursos naturales para las poblaciones locales?		X	+2
		Fauna	¿Estimula la “erosión genética” esto es la variabilidad animal?		X	+3
Posibles impactos sociales y culturales	Socioeconómicos	Empleo	¿Aumenta la demanda de mano de obra generando empleo a largo plazo?	X		+4
		Ingresos	¿Provoca alteración importante en los medios subsistencia/sustento de la población (su significancia dependerá de la escala y tipo de impacto socioeconómico)?		X	+3
			¿Recibirá frecuentemente cantidades importantes de visitantes?	X		+4
		Educación y población	¿Producirá afectación de núcleos de poblaciones aledañas que obliguen a su desplazamiento o reubicación?		X	+1
		Salud y seguridad alimentaria	¿Provoca el encharcamiento de aguas que puedan causar altos riesgos a la salud humana o animal?		X	+2
	Culturales	Conocimientos y tecnologías tradicionales	¿Provoca cambios de las técnicas productivas campesinas?		X	+4
			¿Provoca cambios en la comercialización a favor de la comunidad?	X		+4
			¿Fomentará la introducción de nuevas tecnologías apropiadas?	X		-3
			¿Utilizará áreas de importancia cultural, histórica y religiosa?	X		-3
			¿Pondrá en riesgo sitios manifestaciones culturales (folklore, etc.), construcciones de interés arqueológico, histórico o cultural?		X	+4
	Medidas de mitigación		¿Hay sitios de abastecimiento de agua cercanos que requieren protección especial?			-
			¿Existen o se consideran acciones de protección y conservación de las cuencas hidrográficas abastecedoras para el negocio?		X	-3
			¿Requerirá de una significativa provisión de servicios de extensión para establecer o sostener el Plan de Negocio?	X		+2
			¿Requerirá medidas de mitigación que hagan que el Plan de Negocio sea financiera o socialmente rechazado?		X	+2

Elaboración propia.

Las conclusiones son:

- El emprendimiento de la Asociación AMPI no impacta negativamente al medio ambiente.
- No perjudicará a los recursos naturales y culturales del entorno del emprendimiento.
- Generará empleo e ingresos sostenibles en la comunidad.

## 9 CALENDARIO

Detallar la programación de las actividades previstas para el logro de las metas del Plan de Negocio turístico, indicando secuencia, duración, responsables y recursos necesarios. Abarca, desde la realización del expediente técnico (para transferencia de infraestructura) cuando corresponda, fase de ejecución y operación.

### Ejemplo:

#### Calendario de actividades. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

En el presente ejemplo se detallan el cronograma de actividades para la propuesta productiva, este comprende desde la elaboración de expediente técnico hasta el inicio de operaciones de los diversos servicios turísticos principales (ecoturismo, cultural y recreativo) y complementarios. Se considera un plazo de 10 meses para la ejecución total del plan.

**Tabla N° 96. Calendario de actividades**

ACTIVIDAD	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Elaboración del expediente técnico, términos de referencia y especificaciones técnicas.	x											
Evaluación del expediente técnico, términos de referencia y especificaciones técnicas.		x										
Construcciones de instalaciones (señales, paneles, ruta interna de visita, etc).			x	x	x	x	x	x				
Adquisición de equipos, materiales y elaboración de intangibles (protocolos, etc.).					x	x	x	x	x			
Entrega de activos al AEO.										x		
Operación de servicios.											x	x
Seguimiento y control.											x	x

Elaboración propia.

**Nota:** El formulador podrá utilizar Diagrama Gantt u otra forma de esquematizar el calendario de acuerdo a sus necesidades.

**Tabla N° 97. Responsables de actividades**

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	RECURSOS
Elaboración del expediente técnico, términos de referencia y especificaciones técnicas.	Unidad Formuladora del Gobierno Regional.	Personal especialistas y logística institucional.
Evaluación del expediente técnico, términos de referencia y especificaciones técnicas.	Oficina de Programación e inversiones del Gobierno Regional. Unidad Ejecutora del Gobierno Regional.	Especialistas y logística institucional (equipos de topografía, camioneta y otros).
Construcciones de instalaciones (señales, paneles, ruta interna de visita, etc).	Oficina de Programación e inversiones del Gobierno Regional. Unidad Ejecutora del Gobierno Regional.	Especialistas y logística institucional (equipos de topografía, camioneta y otros).
Adquisición de equipos, materiales y elaboración de intangibles (protocolos, etc.).	Oficina de Programación e inversiones del Gobierno Regional. Unidad Ejecutora del Gobierno Regional.	Personal especialista y logística institucional.

Elaboración propia

# 10 ESTUDIOS FINANCIEROS

## 10.1. Inversiones

Estimar los costos de inversión con el debido sustento de cantidades y precios de los bienes y servicios de capital. La inversión comprende los requerimientos de recursos correspondientes a los activos fijos tangibles, intangibles y capital de trabajo necesarios para iniciar las operaciones de la propuesta productiva, asimismo se recomienda considerar gastos generales y gastos de supervisión o inspección.

Presentar el presupuesto de inversiones, con una estructura que considere unidad de medida, cantidad, precio unitario, por partida de bienes o servicios, rubros y clasificación de inversiones.

Presentar un cuadro de servicio a la deuda en caso que el AEO realice préstamos con entidades financieras como parte de la contrapartida según categoría.

### **Ejemplo:**

#### **Cuadro de Inversiones. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Para la instalación de los servicios de ecoturismo, cultural y recreativo, alojamiento rural y alimentación y bebidas de la Asociación AMPI, es necesario hacer el cálculo de las inversiones de los activos fijos tangibles, intangibles y capital de trabajo necesario para iniciar las operaciones de la propuesta productiva.

#### **Activos fijos**

Estos se encuentran divididos en terrenos y obras civiles, maquinaria, equipo, muebles y enseres.

A continuación, mostramos los rubros antes mencionados.

**Tabla N° 98. Terrenos y obras civiles**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	METRADOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>I. TERRENOS</b>					
Mirador	m <sup>2</sup>	1	5.27	S/ 100.00	S/ 527.00
Hospedaje rural	m <sup>2</sup>	1	364	S/ 100.00	S/ 36,400.00
Restaurante rural	m <sup>2</sup>	1	104.3	S/ 100.00	S/ 10,430.00
<b>Total terrenos</b>					<b>S/ 47,357.00</b>
<b>II. INFRAESTRUCTURA</b>					
<b>Servicio ecoturístico, cultural y recreativo</b>					
<b>Ruta Interna</b>					<b>S/ 256,088.00</b>
Sendero	m <sup>2</sup>	1	3,000	S/ 85.00	S/ 255,000.00
Paneles interpretativos	panel	4	1	S/ 146.00	S/ 584.00
Señales	señal	4	1	S/ 126.00	S/ 504.00
<b>Mirador</b>					<b>S/ 3,162.00</b>
Infraestructura del mirador	m <sup>2</sup>	1	5.27	S/ 600.00	S/ 3,162.00
<b>Total servicio ecoturístico, recreativo y cultural</b>					<b>S/ 259,250.00</b>
<b>Servicio de alojamiento rural</b>					
Terraza	m <sup>2</sup>	1	22.42	S/ 400.00	S/ 8,968.00
Sala de recepción-sala de estar	m <sup>2</sup>	1	20.15	S/ 450.00	S/ 9,067.50
Servicios higiénicos de la recepción-oficina	m <sup>2</sup>	1	3.9	S/ 600.00	S/ 2,340.00
Habitación simple	m <sup>2</sup>	6	59.16	S/ 480.00	S/ 170,380.80
Habitaciones dobles	m <sup>2</sup>	6	89.16	S/ 480.00	S/ 256,780.80
Servicios higiénicos para turistas-hombre	m <sup>2</sup>	1	3.9	S/ 750.00	S/ 2,925.00
Servicios higiénicos para turistas-mujeres	m <sup>2</sup>	1	3.9	S/ 750.00	S/ 2,925.00
Habitaciones cuádruples	m <sup>2</sup>	3	89.16	S/ 500.00	S/ 133,740.00
Jardín	m <sup>2</sup>	1	54.3	S/ 500.00	S/ 27,150.00
Almacén	m <sup>2</sup>	1	8.95	S/ 350.00	S/ 3,132.50
Lavandería	m <sup>2</sup>	1	9	S/ 360.00	S/ 3,240.00
<b>Total servicio de alojamiento rural</b>					<b>S/ 620,649.60</b>
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>					
Sala comedor	m <sup>2</sup>	1	73	S/ 700.00	S/ 51,100.00
Servicios higiénicos damas	m <sup>2</sup>	1	3.4	S/ 750.00	S/ 2,550.00
Servicios higiénicos caballeros	m <sup>2</sup>	1	3.4	S/ 750.00	S/ 2,550.00
Cocina	m <sup>2</sup>	1	17	S/ 600.00	S/ 10,200.00
Servicios higiénicos del personal	m <sup>2</sup>	1	3	S/ 650.00	S/ 1,950.00
Almacén	m <sup>2</sup>	1	5	S/ 400.00	S/ 2,000.00
<b>Total servicio de alimentos y bebidas</b>					<b>S/ 70,350.00</b>
<b>TOTAL TERRENOS Y OBRAS CIVILES</b>					<b>S/ 997,606.60</b>

Elaboración propia.

En el cuadro se muestra las instalaciones que se van a realizar como parte del activo fijo, que incluye la compra de terrenos para el mirador, hospedaje y restaurante rural. El monto total del terreno y obras civiles de las instalaciones asciende a S/ 997,606.06. Por otro lado, debido a que los terrenos no sufren depreciación, el monto sujeto a deprecación es S/ 950,249.60.

Las maquinarias, equipos y equipos de oficina, están divididos por cada uno de los servicios. A continuación, se brinda un resumen de los mismos para los tres servicios principales.

**Tabla N° 99. Maquinarias y equipos del servicio ecoturístico  
“Observación de flora y fauna”**

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<b>EQUIPO</b>				
Binoculares	Unidad	10	S/ 260.00	S/ 2,600.00
Lupas	Unidad	5	S/ 108.50	S/ 542.50
Walkie talkie	Unidad	5	S/ 180.00	S/ 900.00
<b>COSTO TOTAL DE MAQUINARIA+EQUIPOS</b>				<b>S/ 4,042.50</b>

Elaboración propia.

**Tabla N° 100. Maquinarias y equipos del servicio cultural “música y danza”**

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<b>EQUIPO</b>				
Materiales para escenografía y equipos de sonido	Glb	1	S/ 18,000.00	S/ 18,000.00
Violín	Unidad	2	S/ 300.00	S/ 600.00
Tamborcillo	Unidad	3	S/ 150.00	S/ 450.00
Campanilla	Unidad	3	S/ 30.00	S/ 90.00
Quena	Unidad	3	S/ 35.00	S/ 105.00
Bombo	Unidad	2	S/ 200.00	S/ 400.00
<b>COSTO TOTAL DE MAQUINARIA+EQUIPOS</b>				<b>S/ 19,645.00</b>

Elaboración propia.

**Tabla N° 101. Maquinarias y equipos del servicio recreativo  
“caminata y paseo en bote”**

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<b>MAQUINARIA</b>				
Bote con remo	Unidad	2	S/ 5,000.00	S/ 10,000.00
<b>EQUIPO</b>				
Bastón para trekking	Unidad	10	S/ 40.00	S/ 400.00
Chaleco salvavidas	Unidad	10	S/ 100.00	S/ 1,000.00
Walkie talkie.	Unidad	5	S/ 180.00	S/ 900.00
<b>COSTO TOTAL DE MAQUINARIA+EQUIPOS</b>				<b>S/ 12,300.00</b>

Elaboración propia.

Para los servicios complementarios (alojamiento y restaurante rural) se requerirá de maquinarias, herramientas y equipos; adicionalmente, se requiere la compra de vehículos y muebles y enseres.

## Alojamiento Rural

**Tabla N° 102. Maquinarias y equipos del servicio del alojamiento rural**

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>I. MAQUINARIA</b>				
Tanque de agua	Unidad	1	S/ 489.90	S/ 489.90
Terma solar	Unidad	1	S/ 4,560.00	S/ 4,560.00
<b>TOTAL MAQUINARIA</b>				<b>S/ 4,560.00</b>
<b>II. EQUIPOS</b>				
<b>En los dormitorios</b>				
Lavadora	Unidad	1	S/ 1,049.00	S/ 1,049.00
Televisor	Unidad	6	S/ 500.00	S/ 3,000.00
Dispensador de agua	Unidad	1	S/ 490.00	S/ 490.00
Calefacción eléctrica	Unidad	15	S/ 45.00	S/ 675.00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>				<b>S/ 5,214.00</b>
<b>III. EQUIPOS DE OFICINA</b>				
<b>En la sala recepción - oficina</b>				
Teléfono	Unidad	1	S/ 69.00	S/ 69.00
Laptop	Unidad	1	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00
Radio CD/Mp3/USB	Unidad	1	S/ 129.00	S/ 129.00
Impresora	Unidad	1	S/ 250.00	S/ 250.00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>S/ 1,748.00</b>
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				<b>S/ 11,522.00</b>

Elaboración propia.

En la tabla 102, se muestra el total de maquinarias y equipos necesarios para el servicio de alojamiento rural, cuyo monto asciende a S/ 11,522.00.

**Tabla N° 103. Muebles y enseres para el servicio del alojamiento rural**

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>En los dormitorios</b>				
Camas 1 plaza y ½	Unidad	30	S/ 650.00	S/ 19,500.00
Sillas de dormitorio	Unidad	15	S/ 159.90	S/ 2,398.50
Lámparas	Unidad	30	S/ 55.90	S/ 1,677.00

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Clóset	Unidad	15	S/ 200.00	S/ 3,000.00
<b>En la Sala recepción - oficina</b>				
Mostrador	Unidad	1	S/ 650.00	S/ 650.00
Sofá de espera	Unidad	2	S/ 279.90	S/ 559.80
Silla de oficina	Unidad	4	S/ 83.00	S/ 332.00
Mesa de centro	Unidad	1	S/ 400.00	S/ 400.00
Estante	Unidad	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Escritorio	Unidad	1	S/ 745.00	S/ 745.00
Casillero de llaves	Unidad	1	S/ 450.90	S/ 450.90
Archivador	Unidad	1	S/ 450.00	S/ 450.00
<b>En la terraza</b>				
Sillas para terraza	Unidad	2	S/ 170.00	S/ 340.00
Mesa de centro	Unidad	1	S/ 300.00	S/ 300.00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>S/ 31,053.20</b>

Elaboración propia.

En la tabla 103, se muestra el total de muebles y enseres necesarios para el servicio de alojamiento rural, cuyo monto asciende a S/ 31,053.20.

**Tabla N° 104. Vehículos para el servicio turístico**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Camioneta para servicio turístico.	1	52,000	S/ 52,000.00
<b>TOTAL VEHÍCULOS</b>			<b>S/ 52,000.00</b>

Elaboración propia.

El la tabla 104, muestra la necesidad de adquirir un vehículo para el servicio turístico, lo que corresponde a un monto de inversión de S/ 52,000.00.

**Nota:** La adquisición de vehículos, será financiado por el AEO.

## Restaurante Rural

**Tabla N° 105. Maquinarias y equipos para el servicio de alimentación y bebidas en el área rural**

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>I. MAQUINARIA</b>					
Calentador de pared.	Potencia 2000 watts, rango de calefacción de 35 m <sup>2</sup> .	unidad	2	S/ 179.90	S/ 359.80
<b>TOTAL MAQUINARIA</b>					<b>S/ 359.80</b>
<b>II. EQUIPOS</b>					
Cocina	Cocina económica de tres quemadores, 1.35 x 0.52x0.75	unidad	2	S/ 1,000.00	S/ 2,000.00
Refrigeradora	Capacidad de 485 litros, tipo side by side, no frost, dispensador de hielo, iluminación	unidad	1	S/ 1,199.00	S/ 1,199.00
Licuadaora	Capacidad 1.2 litros, potencia de 600 watts, de tres velocidades y con garantía de un año	unidad	1	S/ 349.00	S/ 349.00
Cafetera	Capacidad de 12 tasas, potencia 1000 watts	unidad	1	S/ 95.00	S/ 95.00
Lustradora	Potencia de 600 watts	Unidad	1	S/ 399.00	S/ 399.00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>					<b>S/ 4,042.00</b>
<b>III. EQUIPOS DE OFICINA</b>					
Teléfono		Unidad	S/ 1.00	S/ 69.00	S/ 69.00
Caja registradora computarizada		Unidad	1	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>					<b>S/ 2,469.00</b>
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>					<b>S/ 6,870.80</b>

Elaboración propia.

En la tabla 105, se observa el total de maquinarias y equipos necesarios para el servicio de alimentación y bebidas en el área rural, cuyo monto asciende a S/ 6,870.00.

Los muebles y enseres necesarios para el servicio de restaurante rural presentan un monto de S/ 9,610.18, para mayor detalle revisar el Anexo N° 2.

## Intangibles

**Tabla N° 106. Inversiones intangibles**

INVERSIONES INTANGIBLES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<b>Consultoría</b>			
Consultoría para la interpretación y sistematización de la flora y fauna-Pacucha.	1	S/ 65,000.00	S/ 65,000.00
Consultoría para la interpretación y sistematización de la Iconográfica de la Cultura Chanca.	1	S/ 55,000.00	S/ 55,000.00
<b>Capacitaciones</b>			
Capacitación de protección de los recursos naturales.	1	S/ 8,000.00	S/ 8,000.00
Capacitación de protección de los recursos culturales.	1	S/ 8,000.00	S/ 8,000.00
Capacitación en atención a los turistas.	1	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00
<b>Catálogos y protocolos</b>			
Catálogo y protocolo del servicio ecoturístico y recreativo.	1	S/ 20,000.00	S/ 25,000.00
Catálogo y protocolo del servicio cultural.	1	S/ 20,000.00	S/ 15,000.00
Catálogo y protocolo de buenas prácticas en restaurantes y hoteles en el entorno rural.	1	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00
<b>Licencia de funcionamiento</b>			
Licencias del hospedaje rural.	1	S/ 415.89	S/ 415.89
Licencias del restaurante rural.	1	S/ 415.89	S/ 415.89
<b>Constitución de la empresa</b>			
Empresa como persona jurídica en una notaría y registros públicos.	1	S/ 500.00	S/ 500.00
<b>Promoción y lanzamiento</b>			
Creación de página web.	1	S/ 2,800.00	S/ 2,800.00
Página de facebook.	1	S/ 800.00	S/ 800.00
<b>Software</b>			
Sistema de restaurante reserva compra venta.	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Smart hotel SI (single licence).	1	S/ 1,276.00	S/ 1,276.00
<b>Total</b>			<b>S/ 200,357.78</b>

Elaboración propia.

**Nota:** Los componentes de intangibles han sido considerados para fines didácticos, los formuladores de planes de negocios para PROCOMPITE deberán considerar todos los componentes que realmente sean necesarios para la implementación de la propuesta productiva.

## El capital de trabajo

Componente indispensable para la operación del Plan de Negocio, toda vez que el inversionista debe contar con liquidez para realizar las adquisiciones de materias primas, insumos complementarios, mano de obra, bienes y servicios que son necesarios para la normal operación de la propuesta productiva.

Para determinar el capital de trabajo se debe tomar en cuenta el ciclo productivo, el cual está determinado por el número de días que va desde el momento en que se compran los insumos hasta que se recibe el pago por la venta del servicio que se elaboró con estos insumos; en ese sentido, el N° de días a financiar estará determinado por el ciclo de producción + ciclo de cobranza - N° de días de crédito de proveedores, lo que da como resultado un periodo de desfase de 45 días como máximo y un coeficiente de rotación de 0.125. El detalle se muestra en el cuadro siguiente:

**Tabla N° 107. Capital de trabajo**

CICLO DE CONVERSIÓN EN EFECTIVO	
Ciclo de producción	30
Ciclo de cobranza	30
Días de crédito proveedores	15
Días a financiar (periodo de desfase)	45
Coeficiente de rotación	0.125

### Capital de trabajo

CONCEPTO	COSTO TOTAL
<b>I. Materia primas e insumos</b>	<b>21,735.91</b>
Materiales directos	21,735.91
<b>II. Mano de obra</b>	<b>29,475.00</b>
Mano de obra directa	13,575.00
Mano de obra indirecta	6,600.00
Mano de obra operación	1,500.00
Mano de obra administrativa	7,800.00
<b>III. Costos indirectos</b>	<b>14,278.37</b>
Materiales indirectos	5,068.08
Otros costos indirectos	9,210.29
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>S/ 65,489.27</b>

Elaboración propia.

**Tabla N° 108. Capital de trabajo con incrementales**

CONCEPTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
MATERIALES DIRECTOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Materiales directos servicio ecoturístico, cultural y recreativo.		-	-	-	-	-
Materiales directos Alojamiento rural.	37,722.00	37,722.00	37,722.00	37,722.00	37,722.00	37,722.00
Materiales directos Alimentación y bebidas.	136,165.26	140,805.88	145,454.50	150,101.53	154,742.15	159,389.17
<b>TOTAL</b>	<b>173,887.26</b>	<b>178,527.88</b>	<b>183,176.50</b>	<b>187,823.53</b>	<b>192,464.15</b>	<b>197,111.17</b>
<b>Ratio del periodo de desfase</b>	<b>21,735.91</b>	<b>22,315.99</b>	<b>22,897.06</b>	<b>23,477.94</b>	<b>24,058.02</b>	<b>24,638.90</b>
<b>Capital de trabajo incremental</b>		<b>580.08</b>	<b>581.08</b>	<b>580.88</b>	<b>580.08</b>	<b>580.88</b>

Elaboración propia.

En los cuadros anteriores se presenta el capital de trabajo para el ciclo productivo y sus incrementales, que son resultado de un periodo de desfase de 45 días y un coeficiente de rotación de 0.125.

**El presupuesto de inversión** comprende los requerimientos de recursos correspondientes a los activos fijos tangibles, intangibles, capital de trabajo, gastos generales y gastos de supervisión necesarios para iniciar las operaciones de la propuesta productiva, según como se describe en el cuadro siguiente:

**Tabla N° 109. Estructura de la inversión**

CONCEPTO	TOTAL
<b>I. Inversión fija</b>	<b>1,345,008.06</b>
I.1. Inversión fija tangible	<b>1,144,650.28</b>
I.1.1. Terrenos y obras civiles	997,606.60
I.1.2. Maquinaria y equipo	54,380.30
I.1.3. Vehículos	52,000.00
I.1.4. Muebles y enseres	40,663.38
I.2. Inversión fija intangible	<b>200,357.78</b>
<b>II. Capital de trabajo</b>	<b>65,489.27</b>
<b>III. Gastos generales (5%) IF</b>	<b>67,250.40</b>
<b>IV. Gastos de supervisión (3%) IF</b>	<b>40,350.24</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>S/ 1,518,097.98</b>

Elaboración propia.

En la tabla 109 se muestra el resumen de la Inversión del Plan de Negocio, Inversión Fija Tangible, Intangible, Capital de Trabajo, Gastos Generales y Gastos de Supervisión cuyo monto total es de S/ 1,518,097.98.

**Tabla N° 110. Requerimiento y remuneración de personal**

REQUERIMIENTOS Y REMUNERACIÓN DEL PERSONAL					
PERSONAL	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
					S/
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					<b>S/ 108,600.00</b>
<b>Servicio ecoturístico, cultural y recreativo</b>					43,200.00
Orientador turístico (Ecoturístico)	1	2	900	1,800.00	S/ 21,600.00
Orientador turístico (Cultural)	1	1	900	900	S/ 10,800.00
Orientador turístico (Recreativo)	1	1	900	900	S/ 10,800.00
<b>Servicio alojamiento rural</b>					34,200.00
Recepcionista	1	1	1,350.00	1,350.00	S/ 16,200.00
Limpieza y acondicionamiento del dormitorio	1	2	750	1,500.00	S/ 18,000.00
<b>Servicio alimentación y bebidas</b>					31,200.00
Cocinero	1	1	1,500.00	1,500.00	S/ 18,000.00
Ayudante de cocina	1	1	1,100.00	1,100.00	S/ 13,200.00
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>					<b>S/ 52,800.00</b>
<b>Servicio ecoturístico, cultural y recreativo</b>					S/ 23,400.00
Limpieza y mantenimiento de las áreas	1	1	750	750	S/ 9,000.00
Chofer turístico	1	1	1,200.00	1,200.00	S/ 14,400.00
<b>Servicio alojamiento rural</b>					S/ 4,500.00
Limpieza	0.5	1	750	375	S/ 4,500.00
<b>Servicio alimentación y bebidas</b>					24,900.00
Cajera recepcionista	1	1	750	750	S/ 9,000.00
Mozo	1	1	950	950	S/ 11,400.00
Limpieza	0.5	1	750	375	S/ 4,500.00
<b>MANO DE OBRA VENTA</b>					<b>S/ 12,000.00</b>
<b>Servicio ecoturístico, cultural y recreativo</b>					S/ 12,000.00
Vendedor de paquete turístico	1	1	1,000.00	1,000.00	S/ 12,000.00
<b>MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA</b>					<b>S/ 62,400.00</b>
Administrador	1	1	2,000.00	2,000.00	S/ 24,000.00
Asistente administrativo	1	1	1,200.00	1,200.00	S/ 14,400.00
Vigilantes	1	2	1,000.00	2,000.00	S/ 24,000.00
<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>					<b>S/ 235,800.00</b>

Elaboración propia.

En la Tabla 110, se observa el requerimiento del personal necesario para brindar el servicio ecoturístico, cultural y recreativo, de alojamiento rural y alimentación y bebidas, con sus respectivas remuneraciones, cuyo monto total asciende a S/ 235,800.00.

**El servicio a la deuda** se da cuando se realiza un préstamo con una entidad financiera como parte de contrapartida de la propuesta productiva. Para este caso, la estructura de financiamiento de la propuesta productiva está dada por la contrapartida y el cofinanciamiento. Dentro de la contrapartida se ha considerado el aporte del AEO y un préstamo que asciende a S/ 307,958.02, con una TEA de 15% a un plazo de 4 años.

**Tabla N° 111. Estructura de financiamiento y servicio a la deuda**

ESTRUCTURA	CONCEPTO	MONTOS	INVERSIÓN	PORCENTAJE
Aporte Estado + socios	Aporte propio	557,307.94	1'210,139.59	36.71%
	Fondo PROCOMPITE	652,831.65		43.00%
Préstamo	Deuda	307,958.42	307,958.42	20.29%
<b>Total</b>		<b>S/ 1'518,098.02</b>	<b>S/ 1'518,098.02</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia.

## 10.2. Costos totales

Los costos de producción deberán estar divididos en: **costos directos** (material directo, mano de obra directa) y **costos indirectos** (materiales indirectos, mano de obra indirecta, otros costos indirectos).

- **Los materiales directos** comprenden materia prima directa, accesorios del producto del servicio.
- **La mano de obra directa** comprende sueldos y salarios de los obreros (operadores de máquinas, personal que trabaja directamente con la prestación del servicio).
- **Los materiales indirectos** comprenden repuestos de maquinaria, combustible para maquinaria, aceites y lubricantes, útiles de higiene y seguridad industrial, etc.
- **La mano de obra indirecta** comprende sueldos y salarios del jefe de producción, supervisores y personal de mantenimiento industrial, etc.
- **Otros costos indirectos** comprenden energía, comunicaciones, agua, alquiler de maquinaria, etc.

Los gastos de operación comprenden los gastos de venta y gastos administrativos.

- **Los gastos de venta** comprenden: sueldos y salarios de ejecutivos, supervisores, vendedores, investigadores de mercado, comisiones a vendedores, representación, publicidad y promoción, transportes, movilidad local, viajes y viáticos, asistencia técnica a clientes, entre otros.
- **Los gastos administrativos** comprenden: sueldos y salarios del gerente, secretarias, asistentes, es decir de todo el personal administrativo, leyes sociales, alquiler del local, útiles de escritorio, papel impreso, arbitrios municipales, licencias, franquicias, derechos de autor y propiedad intelectual e industrial, seguros, etc.

La depreciación según la SUNAT es el desgaste o agotamiento que sufran los bienes del activo fijo, se compensará mediante la deducción por las depreciaciones admitidas por la Ley. Se deberá calcular en términos monetarios, determinando el valor residual al final del periodo de evaluación.

Los gastos financieros comprenden intereses y comisiones bancarias. Los intereses se obtienen del cuadro de servicio de deuda.

Estimar los costos detallados de operación con la respectiva sustentación de cantidades y precios de los bienes y servicios de operación.

Describir los supuestos y parámetros utilizados y presentar los flujos de costos de operación incrementales, proyectados en el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

Los costos de producción deberán estar divididos en costos directos (material directo, mano de obra directa) y costos indirectos (materiales indirectos, mano de obra indirecta, otros costos indirectos).

- Los materiales directos comprenden la materia prima directa que se utilizaran para el adecuado funcionamiento de los servicios de ecoturismo, cultural y recreativo.
- Los materiales directos comprenden la materia prima directa que se utilizaran para el adecuado funcionamiento del servicio de alojamiento rural y alimentación y bebidas.
- Los materiales indirectos del servicio cultural son las vestimentas típicas, las huaracas y el maquillaje.
- La mano de obra directa comprende los sueldos y salarios de los trabajadores de los servicios ecoturístico, cultural, recreativo, alojamiento rural y alimentación y bebidas, los cuales son guías y/u orientadores turísticos para el caso del servicio ecoturístico, cultural y recreativo; la recepcionista y el personal que acondiciona los dormitorios para el servicio de alojamiento rural, el cocinero y su ayudante de cocina para el restaurante rural.
- La mano de obra indirecta comprende sueldos y salarios del chofer turístico, cajera, mozo, personal de limpieza de las diferentes área, entre otros.
- Otros costos indirectos comprenden el mantenimiento de equipos e instalaciones donde se brindará el servicio, lo cual también garantiza la calidad.

Describir los supuestos y parámetros utilizados y presentar los flujos de costos de operación incrementales, proyectados durante el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

#### **Ejemplo:**

#### **Costos de producción. PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Los costos de producción se han calculado para el servicio turístico (ecoturístico, cultural y recreativo), servicio de alojamiento rural y alimentación y bebidas.

**Tabla N° 112. Costos de producción del servicio ecoturístico, cultural y recreativo**

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO (ECOTURÍSTICO, CULTURAL Y RECREATIVO)</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>I.1 COSTOS DIRECTOS</b>	<b>43,200.00</b>
I.1.1 Materiales directos	-
I.1.2 Mano de obra directa	43,200.00
<b>I.2 COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>60,609.50</b>
I.2.1 Materiales indirectos	36,500.00
I.2.2 Mano de obra indirecta	23,400.00
I.2.3 Otros costos indirectos	709.5
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>103,809.50</b>

Elaboración propia.

El costo total de producción del servicio ecoturístico, cultural y recreativo asciende a S/ 103,809.50. El detalle del cálculo de los costos de producción del servicio ecoturístico, cultural y recreativo, asociados a materiales indirectos y otros costos indirectos, se muestra en el Anexo N°3.

**Tabla N° 113. Costos de producción del servicio de alojamiento rural**

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>I.1 COSTOS DIRECTOS</b>	<b>71,922.00</b>
I.1.1 Materiales directos	37,722.00
I.1.2 Mano de obra directa	34,200.00
<b>I.2 COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>82,206.50</b>
I.2.1 Materiales indirectos	2,964.60
I.2.2 Mano de obra indirecta	52,800.00
I.2.3 Otros costos indirectos	26,441.90
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>154,128.50</b>

Elaboración propia.

El costo total de producción del servicio de alojamiento rural asciende a S/ 154,128.50. El detalle del cálculo de los costos de producción del servicio de alojamiento rural se muestra en el Anexo N°4.

**Tabla N° 114. Costos de producción del servicio de alimentación y bebidas**

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>I.1 COSTOS DIRECTOS</b>	<b>167,117.08</b>
I.1.1 Materiales directos	135,917.08
I.1.2 Mano de obra directa	31,200.00
<b>I.2 COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>72,510.94</b>
I.2.1 Materiales indirectos	1,080.00
I.2.2 Mano de obra indirecta	24,900.00
I.2.3 Otros costos indirectos	46,530.94
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>S/ 239,628.02</b>

Elaboración propia.

El costo total de producción del servicio de alimentación y bebidas asciende a S/ 239,628.02. El detalle del cálculo de los costos de producción del servicio de restaurante rural se muestra en el Anexo N° 5.

**Tabla N° 115. Costos de producción de los servicios principales y complementarios**

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LOS SERVICIOS PRINCIPALES Y COMPLEMENTARIOS</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>I.1 COSTOS DIRECTOS</b>	<b>282,487.26</b>
I.1.1 Materiales directos	173,887.26
I.1.2 Mano de obra directa	108,600.00
<b>I.2 COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>215,326.94</b>
I.2.1 Materiales indirectos	40,544.60
I.2.2 Mano de obra indirecta	101,100.00
I.2.3 Otros costos indirectos	73,682.34
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>S/ 497,814.20</b>

Elaboración propia.

**Tabla N° 116. Costos de producción proyectados de los servicios principales y complementarios**

COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>I.1 COSTOS DIRECTOS</b>	<b>282,487.26</b>	<b>291,776.50</b>	<b>296,423.53</b>	<b>301,064.15</b>	<b>305,711.17</b>
I.1.1 Materiales directos	173,887.26	183,176.50	187,823.53	192,464.15	197,111.17
I.1.2 Mano de obra directa	108,600.00	108,600.00	108,600.00	108,600.00	108,600.00
<b>I.2 COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>215,326.94</b>	<b>215,326.94</b>	<b>219,381.40</b>	<b>219,381.40</b>	<b>219,381.40</b>
I.2.1 Materiales indirectos	40,544.60	40,544.60	44,599.06	44,599.06	44,599.06
I.2.2 Mano de obra indirecta	101,100.00	101,100.00	101,100.00	101,100.00	101,100.00
I.2.3 Otros costos indirectos	73,682.34	73,682.34	73,682.34	73,682.34	73,682.34
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>S/ 497,814.20</b>	<b>S/ 507,103.44</b>	<b>S/ 515,804.93</b>	<b>S/ 520,445.55</b>	<b>S/ 525,092.57</b>

Elaboración propia.

Los gastos de operación comprenden los gastos de venta y gastos administrativos.

- Gastos de ventas comprende la remuneración y salarios del vendedor de paquete turístico, y el gasto en publicidad y marketing.
- Los gastos administrativos comprende el suelo del personal administrativo, así como todos los útiles de oficinas necesarios para brindar un adecuado servicio.

#### **Ejemplo:**

#### **Gastos de Operación PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Los gastos operativos están conformados por los gastos de venta y los gastos administrativos, como se muestra en el siguiente cuadro.

**Tabla N° 117. Gastos de operación**

GASTOS DE OPERACIÓN DE LOS SERVICIOS PRINCIPALES Y COMPLEMENTARIOS	
CONCEPTO	COSTO TOTAL
<b>I. GASTOS EN VENTAS</b>	<b>13,910.00</b>
Gastos de venta	13,910.00
<b>II. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>63,652.33</b>
Mano de obra administrativa	62,400.00
Útiles de oficina	1,252.33
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>S/ 77,562.33</b>

Elaboración propia.

El costo total de gastos de operación es de S/ 77,562.33. Para mayor detalle sobre los gastos de operación, se puede revisar el Anexo N° 6.

La depreciación es el desgaste o agotamiento que sufran los bienes del activo fijo, se compensará mediante la deducción por las depreciaciones admitidas por la Ley, se deberá calcular en términos monetarios, determinando el valor residual al final del periodo de evaluación.

**Tabla N° 118. Depreciación de activos fijos y amortización de intangibles**

CONCEPTO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN (AÑOS)					VALOR RESIDUAL
		1	2	3	4	5	
<b>I. ACTIVO NO DEPRECIADO</b>							
I.1.1. Terrenos	0	-	-	-	-	-	<b>47,357.00</b>
<b>II. DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO TANGIBLE</b>		<b>48,433.91</b>	<b>48,433.91</b>	<b>48,433.91</b>	<b>48,433.91</b>	<b>48,433.91</b>	<b>855,123.75</b>
I.1.2. Obras civiles	0.05	40,264.81	40,264.81	40,264.81	40,264.81	40,264.81	748,925.53
I.1.3. Maquinaria y equipo	0.1	3,021.13	3,021.13	3,021.13	3,021.13	3,021.13	39,274.66
I.1.4. Vehículos	0.1	2,888.89	2,888.89	2,888.89	2,888.89	2,888.89	37,555.56
I.1.5. Muebles y enseres	0.1	2,259.08	2,259.08	2,259.08	2,259.08	2,259.08	29,368.00
<b>III. AMORTIZACIÓN INTANGIBLES</b>		<b>40,071.56</b>	<b>40,071.56</b>	<b>40,071.56</b>	<b>40,071.56</b>	<b>40,071.56</b>	-
li.1. Inversión fija intangible	0.2	40,071.56	40,071.56	40,071.56	40,071.56	40,071.56	-
<b>TOTAL ( II + III)</b>		<b>S/ 88,505.46</b>	<b>S/ 902,480.75</b>				

Elaboración propia.

En cuanto a los gastos financieros, se está considerando adquirir un préstamo de S/ 307,958.42 a una entidad financiera, con una tasa efectiva anual del 15% con cuotas mensuales a cuatro años, para ello debemos hacer el cálculo de la tasa de interés mensual y el cálculo de la cuota mensual que se debe pagar en la que incluya los intereses y la amortización, para ello utilizamos la siguiente fórmula.

$$TIM = [(1 + TEA)^{\left(\frac{1}{12}\right)} - 1]$$

Donde:

*TEA* = tasa efectiva anual.

*TIM* = tasa de interés mensual.

Luego para hacer el cálculo de la cuota mensual recurrimos a la siguiente fórmula.

$$C = \frac{P * TIM}{[1 - (1 + TIM)^{-n}]}$$

Donde:

*C* = cuota mensual a pagar.

*P* = Monto del préstamo.

*TIM* = Tasa de interés mensual.

*n* = número de periodos.

Por lo tanto aplicando la primera fórmula se obtiene una tasa de interés mensual de 1.2%, que y aplicando la segunda fórmula se obtiene una cuota mensual de S/ 8,424.371 en 48 meses, lo cual en periodos anuales se muestra en la tabla siguiente:

**Tabla N° 119. Cuadro de servicio a la deuda**

SERVICIO A LA DEUDA				
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
SALDO INICIAL	S/ 307,958.42	S/ 246,285.02	S/ 175,360.61	S/ 93,797.54
AMORTIZACIÓN	S/ 61,673.40	S/ 70,924.41	S/ 81,563.07	S/ 93,797.54
INTERESES	S/ 39,418.99	S/ 30,167.98	S/ 19,529.32	S/ 7,294.86
CUOTA	S/ 101,092.39	S/ 101,092.39	S/ 101,092.39	S/ 101,092.39
SALDO FINAL	S/ 246,285.02	S/ 175,360.61	S/ 93,797.54	S/ 0.00
ESCUDO FISCAL	S/ 11,825.70	S/ 9,050.39	S/ 5,858.79	S/ 2,188.46

Elaboración propia.

Finalmente, los costos de operación o presupuesto de egresos del Plan de Negocio, son el resultado de los costos de producción, gastos de operación, depreciación y gastos financieros, los cuales se muestran a continuación.

**Tabla N° 120. Presupuesto de egresos (operación)**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>I. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>497,814.20</b>	<b>507,103.44</b>	<b>515,804.93</b>	<b>520,445.55</b>	<b>525,092.57</b>
<b>I.1. COSTOS DIRECTOS</b>	<b>282,487.26</b>	<b>291,776.50</b>	<b>296,423.53</b>	<b>301,064.15</b>	<b>305,711.17</b>
I.1.1. Materiales directos	173,887.26	183,176.50	187,823.53	192,464.15	197,111.17
I.1.2. Mano de obra directa	108,600.00	108,600.00	108,600.00	108,600.00	108,600.00
<b>I.2. COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>215,326.94</b>	<b>215,326.94</b>	<b>219,381.40</b>	<b>219,381.40</b>	<b>219,381.40</b>
I.2.1. Materiales indirectos	40,544.60	40,544.60	44,599.06	44,599.06	44,599.06
I.2.2. Mano de obra indirecta	101,100.00	101,100.00	101,100.00	101,100.00	101,100.00
I.2.3 Otros costos indirectos	73,682.34	73,682.34	73,682.34	73,682.34	73,682.34
<b>II. GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>77,562.33</b>	<b>77,562.33</b>	<b>77,562.33</b>	<b>77,562.33</b>	<b>77,562.33</b>
ii.1. Gastos de venta	13,910.00	13,910.00	13,910.00	13,910.00	13,910.00
ii.2. Gastos administrativos	63,652.33	63,652.33	63,652.33	63,652.33	63,652.33
<b>III. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZ INTANG.</b>	<b>88,505.46</b>	<b>88,505.46</b>	<b>88,505.46</b>	<b>88,505.46</b>	<b>88,505.46</b>
<b>IV. GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>101,092.39</b>	<b>101,092.39</b>	<b>101,092.39</b>	<b>101,092.39</b>	<b>-</b>
Pago de préstamo (cuota)	101,092.39	101,092.39	101,092.39	101,092.39	-
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>S/ 764,974.38</b>	<b>S/ 774,263.63</b>	<b>S/ 782,965.11</b>	<b>S/ 787,605.74</b>	<b>S/ 691,160.37</b>

Elaboración propia.

## 10.3. Determinación de ingresos

- Estimar los ingresos actuales (sin Plan de Negocio) sin la intervención de las mejoras o ampliación a implementarse.
- Estimar los ingresos con proyecto, detallando por servicio brindado, en base al precio de venta determinado y el número de visitas que se ha proyectado comercializar por periodo de tiempo (plan de ventas ajustado) en la situación con Plan de Negocio.
- Describir los supuestos y parámetros utilizados y presentar los flujos de ingresos incrementales, proyectados durante el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

### Ejemplo:

#### Determinación de ingresos. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Para la determinación de ingresos se ha considerado los siguientes precios para los servicios que ofrecerá la Asociación AMPI.

#### Servicio ecoturístico (observación de flora y fauna)

El cálculo de ingresos por ventas del servicio ecoturístico ha sido elaborado según los siguientes parámetros.

Cantidad de servicios ofrecidos en el año 1	: 13,817
Precio venta x servicio	: S/ 30.00
Incremento promedio anual de arribos	: 3.25%

**Tabla N° 121. Ingresos del servicio ecoturístico**

ECOTURÍSTICO	1	2	3	4	5
Visitantes/año	13,817	14,289	14,761	15,233	15,705
Precio	S/ 30.00				
<b>INGRESO</b>	<b>S/ 414,514.00</b>	<b>S/ 428,677.50</b>	<b>S/ 442,833.90</b>	<b>S/ 456,970.80</b>	<b>S/ 471,127.20</b>

Elaboración propia.

#### Servicio cultural (interpretaciones musicales y danzas)

El cálculo de ingresos por ventas del servicio cultural ha sido elaborado según los siguientes parámetros.

Cantidad de servicios ofrecido en el año 1	: 12,980
Precio venta x servicio S/	: S/ 15.00
Incremento promedio anual de arribos	: 3.24%

**Tabla N° 122. Ingresos del servicio cultural**

CULTURAL	1	2	3	4	5
Visitantes/año	12,980	13,422	13,864	14,305	14747
Precio	S/ 15.00				
<b>INGRESO</b>	<b>S/ 194,693.25</b>	<b>S/ 201,328.95</b>	<b>S/ 207,959.55</b>	<b>S/ 214,581.00</b>	<b>S/ 221,211.60</b>

Elaboración propia.

### Servicio recreativo (caminata y paseo en bote)

El cálculo de ingresos por ventas del servicio recreativo ha sido elaborado según los siguientes parámetros.

Cantidad de servicios ofrecido en el año 1	:	12,759
Precio venta x servicio S/	:	S/ 30.00
Incremento promedio anual de arribos	:	3.25%

**Tabla N° 123. Ingresos del servicio recreativo**

RECREATIVO	1	2	3	4	5
Visitantes/año	12,759	13,194	13,630	14,064	14,500
Precio	S/ 30.00				
<b>INGRESO</b>	<b>S/ 382,762.50</b>	<b>S/ 395,829.00</b>	<b>S/ 408,888.00</b>	<b>S/ 421,929.00</b>	<b>S/ 434,988.00</b>

Elaboración propia.

### Servicio de alojamiento rural

El cálculo de ingresos por ventas del servicio de alojamiento rural ha sido elaborado según los siguientes parámetros.

Llegada de turistas anualmente	:	14,252
Total al 40% de ocupabilidad	:	5,701
Precio venta x cama S/	:	S/ 80.00
Incremento promedio anual de arribos	:	3.25%

**Tabla N° 124. Ingresos del servicio de alojamiento rural**

ALOJAMIENTO RURAL	1	2	3	4	5
Visitantes/año	5,701	5,895	6,090	6,284	6,478
Precio	S/ 80.00				
<b>INGRESO</b>	<b>S/ 456,067.20</b>	<b>S/ 471,622.72</b>	<b>S/ 487,167.68</b>	<b>S/ 502,691.20</b>	<b>S/ 518,236.16</b>

Elaboración propia.

### Servicio de alimentación y bebidas en el área rural:

El cálculo de ingresos por ventas ha sido elaborado según los siguientes parámetros.

Llegada de turistas anualmente	:	16,999
Total al 30% de ocupabilidad	:	5,100
Precio venta x plato	:	S/ 60.00
Incremento promedio anual de arribos	:	3.26%

**Tabla N° 125. Ingresos del servicio de alimentación y bebida en el área rural**

ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	1	2	3	4	5
Visitantes/año	5,100	5,274	5,448	5,623	5,797
Precio	S/ 60				
<b>INGRESO</b>	<b>S/ 305,982.00</b>	<b>S/ 316,447.20</b>	<b>S/ 326,908.80</b>	<b>S/ 337,356.00</b>	<b>S/ 347,817.60</b>

Elaboración propia.

## 10.4. Financiamiento de inversión

- Presentar el presupuesto de inversiones, por fuentes de financiamiento, según los bienes y servicios de capital sean financiados con recursos PROCOMPITE o con aporte de los beneficiarios, tomando en cuenta los criterios y restricciones de la normatividad vigente.

### Ejemplo:

#### Estructura de Financiamiento. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

En la siguiente tabla se muestra el financiamiento para la ejecución del Plan de Negocio, el cual se realizara mediante el préstamo una entidad financiera, el aporte de los socios del AEO y el cofinanciamiento de PROCOMPITE.

**Tabla N° 126. Estructura de financiamiento de la propuesta productiva**

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO PLAN DE NEGOCIO				
CONCEPTO	APORTE DE LOS SOCIOS	PRÉSTAMO	PROCOMPITE	TOTAL FINANCIAMIENTO
<b>I. INVERSIÓN FIJA</b>	<b>S/ 491,818.63</b>	<b>S/ 200,357.78</b>	<b>S/ 652,831.65</b>	<b>S/ 1,345,008.06</b>
<b>I.1. Inversión fija tangible</b>	S/ 491,818.63	S/ 0.00	S/ 652,831.65	S/ 1,144,650.28
I.1.1 Terrenos y obras civiles	S/ 344,774.95		S/ 652,831.65	S/ 997,606.60
I.1.2 Maquinaria y equipo	S/ 54,380.30			S/ 54,380.30
I.1.3 Vehículos	S/ 52,000.00			S/ 52,000.00
I.1.4 Muebles y enseres	40663.38			S/ 40,663.38
<b>I.2. Inversión fija intangible</b>		<b>S/ 200,357.78</b>		<b>S/ 200,357.78</b>
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>S/ 65,489.27</b>			<b>S/ 65,489.27</b>
<b>III. GASTOS GENERALES (5%) IF</b>		<b>S/ 67,250.40</b>		<b>S/ 67,250.40</b>
<b>IV. GASTOS DE SUPERVISIÓN (3%) IF</b>		<b>S/ 40,350.24</b>		<b>S/ 40,350.24</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>S/ 557,307.90</b>	<b>S/ 307,958.42</b>	<b>S/ 652,831.65</b>	<b>S/ 1,518,097.98</b>
<b>PORCENTAJE %</b>	<b>36.71%</b>	<b>20.29%</b>	<b>43.00%</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia.

## 10.5. Estados financieros

### a) Estado de resultados

Elaborar y presentar el estado de resultados o pérdidas y ganancias aplicando el principio de devengado, que implica que los gastos se registran cuando se constituye la obligación o derecho, no dependiendo si se efectúa en el periodo de análisis. Realizar la proyección del horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

## Ejemplo:

### Estado de Resultados. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Para fines didácticos se ha considerado un impuesto a la renta de 30%. El consultor o formulador deberá considerar el porcentaje de impuesto a la renta determinado por la SUNAT.

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas del Plan de Negocio ha sido elaborado por el principio de devengado, donde se han considerado dos escenarios, el primero sin endeudamiento y el segundo con endeudamiento, los cuales se pueden apreciar en las tablas siguientes:

**Tabla N° 127. Estado de ganancias y pérdidas sin préstamo**

ITEMS	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS (VENTAS)</b>	S/ 1,754,019.45	S/ 1,813,905.37	S/ 1,873,757.93	S/ 1,933,528.00	S/ 2,895,861.31
Ventas	S/ 1,754,019.45	S/ 1,813,905.37	S/ 1,873,757.93	S/ 1,933,528.00	S/ 1,993,380.56
Ingresos extraordinarios					S/ 902,480.75
<b>II. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	S/ 497,814.20	S/ 507,103.44	S/ 515,804.93	S/ 520,445.55	S/ 525,092.57
<b>III. UTILIDAD BRUTA</b>	S/ 1,256,205.25	S/ 1,306,801.93	S/ 1,357,953.00	S/ 1,413,082.45	S/ 2,370,768.73
<b>IV. GASTOS DE OPERACIÓN</b>	S/ 77,562.33				
Gastos de venta	S/ 13,910.00				
Gastos administrativos	S/ 63,652.33				
<b>V. DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. INTANG.</b>	S/ 88,505.46				
<b>VI. UTILIDAD OPERATIVA</b>	S/ 1,090,137.46	S/ 1,140,734.13	S/ 1,191,885.21	S/ 1,247,014.66	S/ 2,204,700.94
<b>VII. IMPUESTO A LA RENTA (30%)</b>	S/ 327,041.24	S/ 342,220.24	S/ 357,565.56	S/ 374,104.40	S/ 661,410.28
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/ 763,096.22</b>	<b>S/ 798,513.89</b>	<b>S/ 834,319.65</b>	<b>S/ 872,910.26</b>	<b>S/ 1,543,290.66</b>

Elaboración propia.

**Tabla N° 128. Estado de ganancias y pérdidas con préstamo**

ITEMS	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS POR SERVICIOS</b>	S/ 1,754,019.45	S/ 1,813,905.37	S/ 1,873,757.93	S/ 1,933,528.00	S/ 2,895,861.31
Venta de servicios	S/ 1,754,019.45	S/ 1,813,905.37	S/ 1,873,757.93	S/ 1,933,528.00	S/ 1,993,380.56
Ingresos extraordinarios					S/ 902,480.75
<b>II. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	S/ 497,814.20	S/ 507,103.44	S/ 515,804.93	S/ 520,445.55	S/ 525,092.57
<b>III. UTILIDAD BRUTA</b>	S/ 1,256,205.25	S/ 1,306,801.93	S/ 1,357,953.00	S/ 1,413,082.45	S/ 2,370,768.73
<b>IV. GASTOS DE OPERACIÓN</b>	S/ 77,562.33				
Gastos de venta	S/ 13,910.00				
Gastos administrativos	S/ 63,652.33				
<b>V. DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. INTANG</b>	S/ 88,505.46				
<b>VI. UTILIDAD OPERATIVA</b>	S/ 1,090,137.46	S/ 1,140,734.13	S/ 1,191,885.21	S/ 1,247,014.66	S/ 2,204,700.94
<b>VII. GASTOS FINANCIEROS (PAGO DE INTERESES)</b>	S/ 39,418.99	S/ 30,167.98	S/ 19,529.32	S/ 7,294.86	-
<b>VIII. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	S/ 1,050,718.47	S/ 1,110,566.15	S/ 1,172,355.89	S/ 1,239,719.80	S/ 2,204,700.94
<b>IX. IMPUESTO A LA RENTA ( 30 % )</b>	S/ 315,215.54	S/ 333,169.85	S/ 351,706.77	S/ 371,915.94	S/ 661,410.28
<b>UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO</b>	<b>S/ 735,502.93</b>	<b>S/ 777,396.31</b>	<b>S/ 820,649.13</b>	<b>S/ 867,803.86</b>	<b>S/ 1,543,290.66</b>

Elaboración propia.

**Nota:** Para efectos del flujo de caja económico, se utiliza el estado de resultados sin financiamiento, toda vez que en el flujo de caja financiero se le agrega el escudo fiscal tributario.

## b) Flujo de caja

Elaborar y presentar el flujo de caja como herramienta de evaluación, que muestre todos los ingresos y egresos, actuales y futuros, que tiene una propuesta productiva, que sirve para estimar la rentabilidad financiera. Realizar la proyección el horizonte de evaluación planteado para la propuesta productiva.

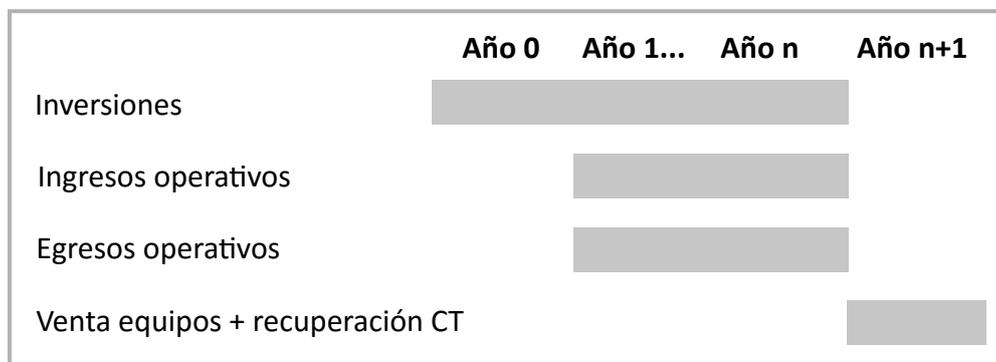
### Ejemplo:

#### Flujo de caja económico y financiero. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Según Paul Lira Briceño (2014)<sup>28</sup>, “el flujo de caja (FC), que es necesario proyectar cuando se evalúan proyectos, no debe confundirse con el flujo de tesorería; que es un flujo de caja que se proyecta a plazos muy cortos y que permite saber, al tesorero, cuando faltará o sobrará efectivo y, por lo tanto, actuar en consecuencia. Lo que se busca en el FC de un proyecto es estimar los ingresos y egresos en efectivo que se producirán en un horizonte temporal de largo plazo (la vida del proyecto) y saber cuánto de ese efectivo se puede retirar, sin que esto afecte la marcha del proyecto. Así, el FC del proyecto guarda estrecha relación con el horizonte temporal del mismo. El horizonte temporal de un proyecto puede dividirse en tres etapas claramente definidas, a saber: inversión, operación y liquidación. La primera está concentrada en el año 0, la segunda va desde el año 1 hasta el año n, y la tercera convencionalmente se asume en el año n+1.

El año 0, es el momento actual donde se tomará la decisión de invertir o no en el proyecto. El lapso que va del año 1 al año n representa la vida útil del proyecto (o sea el tiempo en el que producirá bienes y servicios), y al año n+1 se le denomina año de liquidación (aunque en la práctica muchos incluyen el año de liquidación dentro del último año de vida útil del proyecto) en donde se venden los activos y se recupera el capital de trabajo (¿para qué necesito invertir en capital de trabajo si ya no produciré más?). Es importante notar que, a pesar que muchos textos llaman al año 0 el año de la inversión, en realidad las inversiones del proyecto pueden producirse entre ese año y el año n-1 (ampliación de capacidad, reemplazo de maquinaria, aumento o disminución de capital de trabajo, etcétera)”.

Gráfico N° 31. Horizonte de flujo de caja



Fuente: Paul Lira Briceño

<sup>28</sup> Paul Lira Briceño, *Evaluación de Proyectos de inversión “Herramientas financieras para analizar la creación de valor”* Universidad de Ciencias Aplicadas, marzo 2014.

Tabla N° 129. Flujo de caja económico y financiero

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO						
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS		S/ 1,754,019.45	S/ 1,813,905.37	S/ 1,873,757.93	S/ 1,933,528.00	S/ 2,964,253.57
1. Ingreso por servicios		S/ 1,754,019.45	S/ 1,813,905.37	S/ 1,873,757.93	S/ 1,933,528.00	S/ 1,993,380.56
1.1 Ingreso de servicios ecoturístico, cultural y recreativo		S/ 991,970.25	S/ 1,025,835.45	S/ 1,059,681.45	S/ 1,093,480.80	S/ 1,127,326.80
1.2 Ingresos de hospedaje		S/ 456,067.20	S/ 471,622.72	S/ 487,167.68	S/ 502,691.20	S/ 518,236.16
1.3 Ingreso de restaurante rural		S/ 305,982.00	S/ 316,447.20	S/ 326,908.80	S/ 337,356.00	S/ 347,817.60
2. Valor residual						S/ 902,480.75
3. Recuperación de capital de trabajo						S/ 68,392.26
II. EGRESOS		S/ -902,997.84	S/ -927,467.09	S/ -951,513.70	S/ -972,692.36	S/ -1,264,646.06
1. Costos de producción		-497814.2	S/ -507,103.44	S/ -515,804.93	S/ -520,445.55	S/ -525,092.57
2. Gastos de operación		S/ -77,562.33				
3. Impuesto a la renta		S/ -327,041.24	S/ -342,220.24	S/ -357,565.56	S/ -374,104.40	S/ -661,410.28
4. Inversión fija año 0	S/ -1,518,097.98					
4.1. Inversión en activo fijo tangible	S/ 1,144,650.28					
4.2. Inversión en activo fijo intangible	S/ 200,357.78					
4.3. Capital de trabajo	S/ 65,489.27	S/ -580.08	S/ -581.08	S/ -580.88	S/ -580.08	S/ -580.88
4.4. Gastos generales	S/ 67,250.40					
4.5. Gastos de supervisión	S/ 40,350.24					
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>S/ -1,518,097.98</b>	<b>S/ 851,021.61</b>	<b>S/ 886,438.28</b>	<b>S/ 922,244.23</b>	<b>S/ 960,835.64</b>	<b>S/ 1,699,607.51</b>
I. PRÉSTAMO	S/ 307,958.42					
II. SERVICIO DE DEUDA		S/ -101,092.39	S/ -101,092.39	S/ -101,092.39	S/ -101,092.39	
III. ESCUDO FISCAL		S/ 11,825.70	S/ 9,050.39	S/ 5,858.79	S/ 2,188.46	
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>S/ -1,210,139.55</b>	<b>S/ 761,754.91</b>	<b>S/ 794,396.28</b>	<b>S/ 827,010.64</b>	<b>S/ 861,931.71</b>	<b>S/ 1,699,607.51</b>

Elaboración propia.

En el cuadro N° 129, se muestran los flujos de caja económicos y financieros para los servicios ecoturístico, cultural y recreativo, alojamiento rural y alimentación y bebidas, elaborados mediante el método directo, con el cual se podrán calcular los indicadores de rentabilidad (VAN y la TIR).

**Nota:** El formulador podrá elaborar su flujo de caja por el método directo o NOPAT (Utilidad operativa neta después de impuestos).

## 10.6. Análisis del punto de equilibrio

Determinar el punto de equilibrio como aquella cantidad de servicios privados de TRC que se necesitan comercializar para sostener el negocio, es decir, cubrir sus costos fijos y variables. Esta información proporciona información sobre la cantidad mínima de servicios que se deben vender, para no presentar pérdidas, para ello se aplican las siguientes fórmulas:

### a) Punto de equilibrio en cantidades

$$PE(q) = \frac{CF}{Pu - CVu}$$

Donde:

$CF$  : Costos fijos.

$Pu$  : Precio unitario.

$CVu$  : Costo variable unitario.

$PE(q)$ : Punto de equilibrio en cantidades.

### b) Punto de equilibrio en valor monetario

$$PE(S/) = \frac{CF}{1 - CV / Ventas}$$

Donde:

$CF$  : Costos fijos.

$CV$  : Costo variable.

$Ventas$  : Ingresos por ventas.

$PE(S/)$ : Punto de equilibrio en soles.

### Ejemplo:

Haciendo uso de las fórmulas se obtienen los siguientes resultados:

$$PE(s/.) = \frac{253,250.18}{1 - (511,724,20 + 1,754,019.45)} = 357,568.58$$

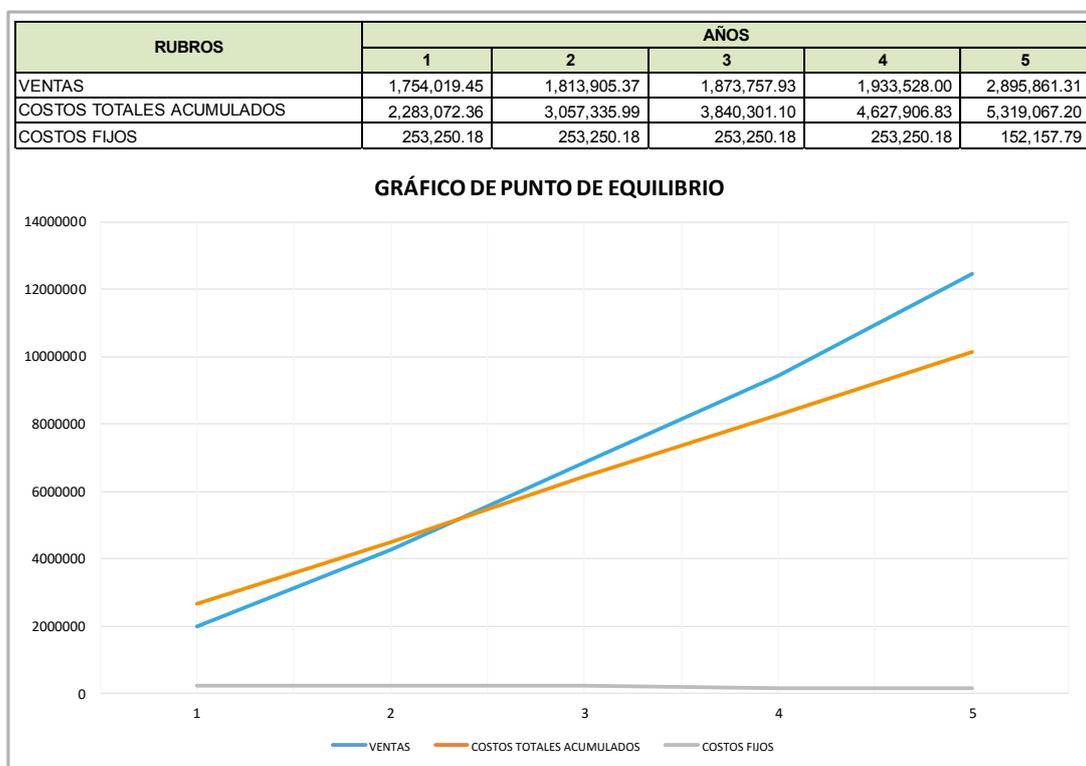
Significa que se debe obtener ingresos como mínimo de S/ 357,568.58 por las ventas de los servicios ecoturístico, cultural y recreativo, alojamiento rural y alimentación y bebidas para el primer año.

**Ejemplo:**  
**Punto de equilibrio. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

**Tabla N° 130. Punto de equilibrio**

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>COSTOS FIJOS.</b>	<b>253,250.18</b>	<b>253,250.18</b>	<b>253,250.18</b>	<b>253,250.18</b>	<b>152,157.79</b>
DEPRECIACIÓN DE A. F. Y AMORT. INTANG	S/ 88,505.46				
GASTOS FINANCIEROS (pago de préstamo)	101,092.39	101,092.39	101,092.39	101,092.39	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	63,652.33	63,652.33	63,652.33	63,652.33	63,652.33
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>511,724.20</b>	<b>521,013.44</b>	<b>529,714.93</b>	<b>534,355.55</b>	<b>539,002.57</b>
COSTOS DE PRODUCCIÓN	497,814.20	507,103.44	515,804.93	520,445.55	525,092.57
GASTOS DE VENTA	13,910.00	13,910.00	13,910.00	13,910.00	13,910.00
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>764,974.38</b>	<b>774,263.63</b>	<b>782,965.11</b>	<b>787,605.74</b>	<b>691,160.37</b>
VENTA TOTALES	50,355.99	52,074.88	53,792.78	55,508.30	57,226.19
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (S/)</b>	<b>357,568.58</b>	<b>355,305.70</b>	<b>353,061.28</b>	<b>349,968.53</b>	<b>186,955.57</b>

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
VENTAS	1,754,019.45	1,813,905.37	1,873,757.93	1,933,528.00	2,895,861.31
COSTOS TOTALES ACUMULADOS	2,283,072.36	3,057,335.99	3,840,301.10	4,627,906.83	5,319,067.20
COSTOS FIJOS	253,250.18	253,250.18	253,250.18	253,250.18	152,157.79



Elaboración propia.

## 10.7 Evaluación de la rentabilidad financiera

Realizar un análisis de costo-beneficio para determinar la conveniencia de realizar la propuesta productiva en base a la identificación, cuantificación y comparación temporal de la inversión, costos de operación e ingresos, generados por la propuesta productiva. Para la evaluación de la rentabilidad, se utilizan los indicadores siguientes:

**Tabla N° 131. Análisis costo-beneficio**

Ítems	INDICADOR BENEFICIO-COSTO					
	0	1	2	3	4	5
BENEFICIOS		S/ 1,754,019.45	S/ 1,813,905.37	S/ 1,873,757.93	S/ 1,933,528.00	S/ 2,964,253.57
COSTOS	-S/ 1,518,097.98	-S/ 902,997.84	-S/ 927,467.09	-S/ 951,513.70	-S/ 972,692.36	-S/ 1,264,646.06
FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	1.00	0.8469348	0.7172985	0.6075050	0.5145171	0.4357624
BENEFICIOS ACTUALIZADOS		S/ 1,485,540.05	S/ 1,301,111.59	S/ 1,138,317.37	S/ 994,833.28	S/ 1,291,710.38
COSTOS ACTUALIZADOS	-S/ 1,518,097.98	-S/ 764,780.26	-S/ 665,270.75	-S/ 578,049.36	-S/ 500,466.88	-S/ 551,085.26
FLUJO ECONÓMICO ACTUALIZADO		S/ 720,759.79	S/ 635,840.84	S/ 560,268.01	S/ 494,366.40	S/ 740,625.12
INDICADOR BENEFICIO /COSTO		S/ 1.36				
ÍNDICE DE RENTABILIDAD		S/ 2.08				

Elaboración propia.

### Determinación de la tasa de descuento

La tasa de descuento o coste de capital es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

Según Paul Lira Briceño (2012)<sup>29</sup>, “la tasa de rendimiento que se le exige a un proyecto está en función directa a su riesgo y no al de la empresa que lo ejecuta. Las tasas de descuento que debemos obtener son el WACC y el COK<sup>30</sup>, para descontar el Flujo de Caja Libre (FCL) y Flujo de Caja del Accionista (FCA), respectivamente”.

Asimismo para hallar el WACC:

$$WACC = D/(D + E) \times i \times (1 - 0.3) + E/(D+E) \times COK \text{ proy}$$

*WACC* : Coste Medio Ponderado de Capital.

*D* : Deuda.

*E* : Aporte de los socios + Aporte del estado donación.

*IR* : Tax = Impuesto a la Renta = 0.3

*Tea* : Tasa efectiva anual.

*COK* : Costo de oportunidad de capital.

A continuación, se muestra un cuadro que ayudará a entender si el Plan de Negocio es rentable o no:

<sup>29</sup> Paul Lira Briceño (marzo, 2012). Diario Gestión: <http://blogs.gestion.pe/deregresoalobasico/2012/01/determinando-la-tasa-de-descue.html>.

<sup>30</sup> El COK, es decir, la tasa de rentabilidad que exigen los accionistas por invertir su dinero en el proyecto, es la única variable que necesitamos determinar.

EVALUACIÓN DEL PROYECTO A TRAVÉS DE:	SE COMPARA CONTRA:	SIGNIFICADO	RESULTADOS	CONCLUSIÓN
Flujo de caja libre (FCL).	WACC	Punto de vista de los inversionistas: expectativas de rentabilidad promedio por los recursos invertidos / Punto de vista del proyecto: costo promedio de las fuentes utilizadas en su financiamiento.	Rentabilidad > WACC	Genera valor.
			Rentabilidad = WACC	Da lo requerido.
			Rentabilidad < WACC	Destruye valor.
Flujo de caja del accionista (FCA).	COK	Rentabilidad de una alternativa de similar riesgo.	Rentabilidad > COK	Genera valor.
			Rentabilidad = COK	Da lo requerido.
			Rentabilidad < COK	Destruye valor.

Fuente: Paul Lira Briceño. Evaluación de proyectos de inversión, "Herramientas financieras para analizar la creación de valor" Universidad de Ciencias Aplicadas, marzo 2014. Pág. 91 al 92.

### Ejemplo:

$$WACC = \frac{307.958.42}{1.518.097.98} \times 0.15 \times (1 - 0.3) + \frac{1,210,139.55}{1.518.097.98} \times 0.20$$

$$WACC = 18.07\%$$

### a) Valor Actual Neto (VAN)

Para calcular el valor presente de los flujos de cajas netos que va a generar la propuesta productiva (flujos de caja incrementales), primero debemos definir si el negocio es o no con apalancamiento. Si el negocio es con apalancamiento se utiliza el costo promedio ponderado de capital (CPPK o el WACC), que es la valla de rentabilidad mínima que deberá superar el plan de negocio, lo que significa que por encima de ello, el proyecto genera valor.

Una vez calculado el WACC en función de la TEA y el COK. Los flujos de caja serán descontados de la siguiente manera:

- Flujo de caja económico o flujo de caja libre (FCL) lo descontamos con el WACC
- Flujo de caja del accionista (FCA) o flujo de caja financiero lo descontamos con el COK

Si se da el caso, que el negocio se realiza sin apalancamiento, el Flujo de caja económico o flujo de caja libre (FCL) se descontara con el COK.

Fórmula:

$$VAN = -INV + \frac{FLUJO\ 1}{(1+i)} + \frac{FLUJO\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FLUJO\ 3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FLUJO\ n}{(1+i)^n}$$

#### TOMA DE DECISIONES SEGÚN VAN

$VAN$	$=$	0	→	INDIFERENTE	😐
$VAN$	$>$	0	→	VIABLE ECONÓMICAMENTE	😊
$VAN$	$<$	0	→	NO VIABLE ECONÓMICAMENTE	😞

### Ejemplo:

#### VANE y VANF. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Para el plan de negocio de TRC, el costo de oportunidad de capital (COK) se estableció en 20%, una tasa efectiva anual (TEA) de 15% y un WACC de 18.07%.

$$VANE = \frac{851,021.61}{(1+0.1807)^1} + \frac{886,438.28}{(1+0.1807)^2} + \frac{922,244.23}{(1+0.1807)^3} + \frac{960,835.64}{(1+0.1807)^4} + \frac{1,699,607.51}{(1+0.1807)^5} - 1,518,097.98$$

$$VANE = 1,633,762.18$$

$$VANF = 1,533,617.77$$

Como se puede observar, los indicadores del valor actual neto económico y financiero son mayores a cero, por lo tanto con el proyecto crea valor, recomendando aceptar y realizar la inversión.

### b) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que hace el VPN (VAN) igual a cero. El TIR no es nada menos que la tasa de rentabilidad promedio anual que el proyecto paga a los inversionistas por invertir sus fondos allí. Esa tasa de rentabilidad se debe comparar contra lo que se deseaba ganar como mínimo: el WACC, si se utiliza el FCL; o el COK, si es el FCA. La tasa interna de retorno para el Plan de Negocio se obtiene desarrollando la siguiente fórmula, como también se obtiene del aplicativo Excel.

Fórmula:

$$0 = -INVERSIÓN + \frac{FLUJO\ 1}{1 + TIR} + \frac{FLUJO\ 2}{(1+TIR)^2} + \frac{FLUJO\ 3}{(1+TIR)^3} + \dots + \frac{FLUJO\ 4}{(1+TIR)^4}$$

#### TOMA DE DECISIONES SEGÚN TIR

TIR	=	TASA DE DESCUENTO	→	INDIFERENTE	😐
TIR	>	TASA DE DESCUENTO	→	VIABLE ECONÓMICAMENTE	😊
TIR	<	TASA DE DESCUENTO	→	NO VIABLE ECONÓMICAMENTE	😞

### Ejemplo:

#### TIR. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

$$0 = \frac{851,021.61}{(1+TIR)^1} + \frac{886,438.28}{(1+TIR)^2} + \frac{922,244.23}{(1+TIR)^3} + \frac{960,835.64}{(1+TIR)^4} + \frac{1,699,607.51}{(1+TIR)^5} - 1,518,097.98$$

$$TIRE = 55.17\%$$

$$TIRF = 63.98\%$$



**Ejemplo:**

**Evaluación de rentabilidad. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

**Evaluación de rentabilidad:**

**Tabla N° 132. Evaluación de rentabilidad**

INDICADORES DE RENTABILIDAD	
VANE	S/ 1,633,762.18
VANF	S/ 1,553,617.77
TIRE	55.17%
TIRF	63.98%

Elaboración propia.

**¿Se debe aceptar o rechazar este Plan de Negocio desde el punto de vista de la TIR?**

Los inversionistas necesitan como mínimo que el negocio rinda 18.07% anual y dada la situación, encuentran que el proyecto entrega una rentabilidad de 55.17%, por lo que se concluye que se debe aceptar el Plan de Negocio. Por el contrario, si la TIR es menor a 18.07%, el proyecto debe ser rechazado.

## 10.8 Análisis de sensibilidad

Realizar un análisis de sensibilidad por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta un indicador de rentabilidad (VAN o TIR), ante cambios en determinadas variables de la propuesta productiva, con el propósito de hallar los límites máximos de alteración de variables que mantenga la decisión de realizar un negocio rentable financieramente.

**Ejemplo:**

**Punto de quiebre. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

Según el tipo de servicio, se pueden encontrar diferentes variables, los cuales pueden ser: el número de arribos nacionales y/o extranjeros, el número de servicios turísticos a ofrecer, el número de camas, el número de mesas, el precio de los distintos servicios, entre otros.

Para la propuesta productiva de TRC, se ha analizado tres variables (arribo de turistas, ingresos y egresos) con las mismas variaciones, encontrándose que la variable más sensible son los ingresos.

**Tabla N° 133. Análisis de sensibilidad**

VARIACIÓN	ARRIBOS				INGRESOS				EGRESOS			
	VANE	TIRE	VANF	TIRF	VANE	TIRE	VANF	TIRF	VANE	TIRE	VANF	TIRF
54%									S/ -18,450.17	17.62%	S/ -25,630.51	19.22%
45%	S/ 3'311,538.77	90.36%	S/ 3'159,801.21	106.82%	S/ 4'238,561.39	109.81%	S/ 4'046,273.44	130.89%	S/ 256,918.55	24.32%	S/ 237,577.54	27.12%
40%	S/ 3'125,154.64	86.53%	S/ 2'981,336.38	102.13%	S/ 3'949,139.26	103.86%	S/ 3'769,311.70	123.54%	S/ 409,901.18	27.94%	S/ 383,804.23	31.40%
30%	S/ 2'752,359.85	78.83%	S/ 2'624,406.73	92.71%	S/ 3'370,294.99	91.90%	S/ 3'215,388.22	108.81%	S/ 715,866.43	35.00%	S/ 676,257.62	39.79%
15%	S/ 2'193,101.12	67.11%	S/ 2'089,012.25	78.45%	S/ 2'502,028.59	73.74%	S/ 2'384,503.00	86.55%	S/ 1'174,814.31	45.24%	S/ 1,114,937.70	52.03%
0	S/ 1'633,762.18	55.17%	S/ 1'553,617.77	63.98%	1'633,762.18	55.17%	S/ 1'553,617.77	63.98%	S/ 1'633,762.18	55.17%	S/ 1,553,617.77	63.98%
-15%	S/ 1'074,342.63	42.92%	S/ 1'018,223.30	49.23%	S/ 765,495.78	35.95%	S/ 722,732.55	40.87%	S/ 2'092,710.06	64.87%	S/ 1'992,297.85	75.72%
-30%	S/ 514,842.05	30.25%	S/ 482,828.82	34.10%	S/ -102,770.62	15.58%	S/ -108,152.67	16.78%	S/ 2'551,657.94	74.40%	S/ 2'430,977.93	87.31%
-40%	S/ 141,796.45	21.48%	S/ 125,899.17	23.73%	S/ -681,614.89	0.90%	S/ -662,076.15	-0.24%	S/ 2'857,623.19	80.69%	S/ 2'723,431.32	94.99%
-45%	S/ -44,739.96	16.97%	S/ -52,565.66	18.43%	S/ -971,037.02	-6.96%	S/ -939,037.89	-9.20%	S/ 3'010,605.82	83.81%	S/ 2'869,658.01	98.81%

Elaboración propia.

Interpretando los resultados, podemos concluir que una reducción por encima del 43% en los arribos, implicaría que el proyecto ya no sea rentable. Asimismo, una reducción por encima del 28% en los ingresos, ocasionaría que el proyecto ya no sea rentable.

Otra variable que se analizó fueron los egresos; para este caso, ante un aumento en los costos de producción y operación (egresos) por encima del 53%, generaría un VAN negativo.

El siguiente cuadro muestra un resumen del análisis de sensibilidad, observándose niveles de variaciones en los arribos de vistantes, ingresos y egresos que generan cambios en los valores del VAN y TIR para el servicio de TRC.

**Tabla N° 134. Punto de quiebre utilizando el método de análisis sensibilidad**

VARIACIÓN	ARRIBOS			
	VANE	TIRE	VANF	TIRF
-43%	S/ 29,874.49	18.79%	S/ 18,819.05	20.56%
-44%	S/ -7,447.99	17.88%	S/ -16,888.48	19.50%
VARIACIÓN	INGRESOS			
	VANE	TIRE	VANF	TIRF
-28%	S/ 13,046.02	18.39%	S/ 2,678.42	20.08%
-29%	S/ -189,553.09	13.45%	S/ -191,198.30	14.29%
VARIACIÓN	EGRESOS (COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS DE OPERACIÓN)			
	VANE	TIRE	VANF	TIRF
53%	S/ 12,208.50	18.37%	S/ 3,675.18	20.11%
54%	S/ -7,727.27	17.89%	S/ -18,107.24	19.47%

Elaboración propia.

## 10.9 Cronograma de ejecución física y financiera

Desarrollar los cronogramas de ejecución, física y financiera, se recomienda desarrollar la programación PERT CPM, en donde se evidencie cada una de las partidas ejecutar, tiempos que demanda y recursos.

### Ejemplo:

**Cronograma de ejecución físico-financiero. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

A continuación se presenta el cronograma.

**Tabla N° 135. Cronograma de ejecución físico**

DESCRIPCIÓN	MESES												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
I. INVERSIÓN FIJA													
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE													
I.1.1. Terrenos y obras civiles	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%							100%
I.1.2. Maquinaria y equipo					33.33%	33.33%	33.33%						100%
I.1.3. Vehículos													0%
I.1.4. MUEBLES Y ENSERES							100%						100%
I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	50.00%	50.00%											200%
II. CAPITAL DE TRABAJO								20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	100%
III. GASTOS GENERALES (5%)	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%					100%
IV. GASTOS DE SUPERVISIÓN	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%	14.29%					100%

Elaboración propia.

**Tabla N° 136. Cronograma de ejecución financiero**

DESCRIPCIÓN	MES ES												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
I. INVERSIÓN FIJA													
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE													
I.1.1. Terrenos y obras civiles	S/ 199,521	S/ 199,521							S/ 997,607				
I.1.2. Maquinaria y equipo						S/ 18,127	S/ 18,127	S/ 18,127					S/ 54,380
I.1.3. Vehículos								S/ 52,000					S/ 52,000
I.1.4. Muebles y enseres								S/ 40,663					S/ 40,663
I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/ 100,179	S/ 100,179											S/ 200,358
II. CAPITAL DETRABAJO									S/ 13,098	S/ 13,098	S/ 13,098	S/ 13,098	S/ 65,489
III. GASTOS GENERALES (5%)	S/ 9,607	S/ 9,607	S/ 9,607	S/ 9,607					S/ 67,250				
IV. GASTOS DESUPERVISIÓN	S/ 5,764	S/ 5,764	S/ 5,764	S/ 5,764					S/ 40,350				
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>S/ 315,072</b>	<b>S/ 315,072</b>	<b>S/ 214,893</b>	<b>S/ 214,893</b>	<b>S/ 233,020</b>	<b>S/ 33,498</b>	<b>S/ 126,162</b>	<b>S/ 13,098</b>	<b>S/ 1,518,097.98</b>				

Elaboración propia.

## 11 ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD

Especificar las medidas que se están adoptando para garantizar que el Plan de Negocio turístico generará los resultados previstos a lo largo de su vida útil.

Entre los factores que se deben considerar:

- Alianzas estratégicas que posibiliten disponer de un mercado concreto, asimismo, para la asistencia técnica y acompañamiento en la fase de operación de la propuesta productiva (coordinaciones y establecimiento de acuerdos con operadores y agencias mayoristas y minoristas).
- La capacidad de generación ingresos suficientes y oportunos para financiar todos los gastos y obtener los excedentes propuestos.
- La capacidad de gestión del AEO.
- Solidez y permanencia del AEO.
- Capacidad para adecuación a cambios tecnológicos (capacidad para la innovación permanente).

### **Ejemplo:**

#### **Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

La propuesta productiva ha implementado acciones que permite asegurar su sostenibilidad, las cuales se reflejan en lo siguiente:

- Alianzas estratégicas con el Gobierno Regional de Apurímac, quienes a través de la Gerencia de Desarrollo Económico, brindarán la asistencia técnica hasta lograr la consolidación en cumplimiento a un convenio suscrito; por otro lado, la Municipalidad Provincial de Andahuaylas-Canas, también se ha comprometido en hacer labores de acompañamiento como parte de las metas en temas de desarrollo económico local.
- La capacidad de generación de ingresos estará asegurada, pues se obtiene como resultado de las ventas de servicioturísticos principales y complementarios en TRC, y se espera el incremento de turistas tanto nacionales y extranjeros en toda la provincia.
- El AEO, a través de su junta directiva han demostrado capacidad de gestión, para lo cual tiene el compromiso de continuar innovando con entidades del Estado y agentes cooperantes que permita implementar mejora continua en todo el aparato productivo y en particular en el servicio.

- El AEO, es una organización sólida que viene trabajando hace más de ocho años, cuyos socios tienen el compromiso de mantener la unidad y fortalecer la organización, quienes manifiestan que con la ejecución del Plan de Negocio es una oportunidad para incursionar con mayor participación en el ámbito empresarial, lo que permitirá mejorar sus condiciones de vida.
- El AEO, está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos, es parte de la innovación quienes son conscientes que, para ser más competitivos, es necesario adaptarse a cambios tecnológicos y manejo de herramientas como las tecnologías de la información.

**Ejemplo:**

**Análisis de sostenibilidad. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

**Matriz de sostenibilidad del proyecto:**

RIESGO	MEDIDAS ADAPTADAS
Incumplimiento de alianzas estratégicas.	Seguimiento y monitoreo.
Riesgos que afectan al recurso turístico, instalaciones y visitantes.	Mecanismos de protección frente a la ocurrencia de peligros (sustracción de la flora y fauna, picadura de insectos, ahogamientos, etc.), que afectan el recurso turístico, instalaciones y visitantes frente a la ocurrencia de peligros.

## 12 INDICADORES DE RESULTADOS E IMPACTO

### 12.1 Indicadores de línea de base

Determinar indicadores de que sirvan de referencia inicial para el seguimiento y evaluación del desempeño del negocio durante su operación, tales como ingresos turísticos, términos de su rentabilidad, ratio de endeudamiento, número de visitas recibidas al año, etc.

**Ejemplo:**

**Indicadores de línea base. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

#### INDICADORES DE LÍNEA BASE

DESCRIPCIÓN	INDICADOR
Nivel de empleos generados.	Número de nuevos puestos de trabajo
Ingreso promedio de beneficiarios directos.	Incremento de soles por beneficiario directo
Nivel de ventas generadas.	Incremento de soles en ventas de las unidades productivas involucradas en el AEO
Nivel de eficiencia del sistema de servicio.	Disminución de tiempos de atención en el servicio y satisfacción del turista.
Nivel de calidad de los servicios.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incremento de turistas.</li><li>• Estandarización en los procesos de los servicios principales y complementarios.</li></ul>

### 12.2 Indicadores de impacto

Señalar los principales criterios a tomar en cuenta para el análisis de resultados e impactos de las propuestas productivas sobre la base de las principales variables e indicadores de línea de base determinados como generación de empleos del negocio turístico, incremento de visitantes al distrito debido a emprendimientos de TRC, grado de inversión privada debido al efecto multiplicador del turismo en la comunidad, entre otros.

### Ejemplo:

#### Indicadores de impacto. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI

Los indicadores de impacto al quinto año, como parte de la evaluación del Plan de Negocio, se ven reflejados en mejoras, según como se muestran en el cuadro siguiente.

#### INDICADORES DE IMPACTO

VARIABLE	INDICADOR	CAMBIO RESPECTO A LA LÍNEA DE BASE
Empleos generados	Número de nuevos puestos de trabajo.	150 nuevos puestos de trabajo generados.
Ingreso promedio de beneficiarios directos.	Incremento de soles por beneficiario directo.	Incremento del 90% de los ingresos promedio de los beneficiarios directos.
Nivel de ventas generadas.	Incremento de soles en ventas de servicios involucradas en el AEO.	Incremento del 40% de las ventas.
Nivel de eficiencia del sistema de servicio.	Disminución de tiempos de la atención del servicio y estandarización de los procesos.	Incremento del nivel de eficiencia en 50%. 100% de los procesos en los servicios principales y complementarios estandarizados.
Nivel de calidad de los servicios.	Incremento de turistas.	Satisfacción del turista en el 95%.

Elaboración propia.

# 13 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 13.1. Conclusiones

Las conclusiones y recomendaciones deben considerar mínimamente los siguientes aspectos:

- Se verifica que la inversión privada es insuficiente en la localidad donde se pretende elaborar el Plan de Negocio.
- Con la creación del negocio existirán niveles de producción suficientes para atender a la demanda insatisfecha.
- Mejora tecnológica y/o innovación en el servicio turístico genera aumento significativo en el valor para el emprendedor.
- Existe contribución de la propuesta productiva al desarrollo competitivo y sostenible de la cadena productiva de TRC.
- Existencia de demanda insatisfecha y de un mercado concreto para los bienes y/o servicios que se propone producir.
- Empleo e ingreso dignos que se genera en la operación de la propuesta competitiva.
- Principales indicadores financieros.

## 13.2. Recomendaciones

- En base a las conclusiones recomendar la aprobación técnica, comercial, legal, organizacional y económica (viabilidad) de la propuesta productiva PROCOMPITE.
- Recomendar las siguientes acciones a realizar con relación a la implementación de la Ley N° 29337 y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 103-2012-EF.

**Ejemplo:**

**Conclusiones y recomendaciones. Propuesta productiva PROCOMPITE de la Asociación AMPI**

**Conclusiones**

- La Asociación AMPI necesita de la inversión privada para la ejecución de actividades que permitan un adecuado desarrollo de la actividad turística, ello se logrará mediante la elaboración de Planes de Negocios y su posterior ejecución.

- Según las encuestas existe una demanda insatisfecha para los servicios, debido a la cantidad de turistas que visitan la Asociación AMPI, pero no reciben adecuada atención.
- A través de la creación de servicios como hospedajes y restaurantes rurales, se incrementará el flujo de visitas en la zona, lo cual permitirá dinamizar la economía.
- La existencia de nuevas tecnologías y su adaptación permitirá brindar servicios más eficaces y eficientes.
- Con la implementación de la propuesta productiva se aumentara el 80% de nivel de ingresos de la población, esto a su vez indica un mejor nivel de vida.
- La Asociación se encuentra debidamente organizada además de concretar alianzas con el Gobierno Regional y Local para mejorar y recibir continua asistencia técnica.
- El Plan de Negocio TRC-Asociación AMPI es viable comercialmente, técnicamente, legalmente, organizacionalmente, ambientalmente y económicamente. Así lo demuestran las siguientes cifras de análisis de VAN y TIR.

<b>VANE</b>	S/ 1,633,762.18
<b>VANF</b>	S/ 1,553,617.77
<b>TIRE</b>	55.17%
<b>TIRF</b>	63.98%

Elaboración propia.

## Recomendaciones

- En términos de elegibilidad técnica, el Plan de Negocio cumple para ser aprobado, por lo que se recomienda su aprobación como parte de uno de los criterios de evaluación, para lo cual el comité deberá evaluar los criterios adicionales de elegibilidad cualitativa y criterio de selección.
- Se recomienda seguir con los procedimientos del proceso concursable PROCOMPITE, en el marco de la Ley N° 29337 y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 103-2012-EF.
- Se recomienda que después de su aprobación, se emita la respectiva resolución, aprobando el Plan de Negocio y posteriormente sea remitido a la OPI para su registro en el aplicativo SI-PROCOMPITE y solicitar el código único para iniciar su ejecución.



## ANEXOS

- Plano de ubicación de la propuesta productiva.
- Planos de ingeniería.
- Presupuesto de obras civiles.
- Flujograma del proceso de producción.
- Especificaciones técnicas de maquinarias, equipos y bienes.
- Términos de referencias (TDR) para los servicios propuestos.
- Cotizaciones con antigüedad no mayor a seis meses.
- Cronograma PERT CPM de programación de ejecución del Plan de Negocio
- Panel fotográfico.
- Otros que estime conveniente.

## Anexo N° 1

### Modelo de Encuesta de Planes de Negocio de TRC

El Turismo Rural Comunitario representa una oportunidad de generación de ingresos y de desarrollo para comunidades rurales ubicadas cerca de atractivos turísticos y que aún no se benefician económicamente de los visitantes a la zona. El turismo rural comunitario cada vez está siendo utilizado por Agencias de desarrollo y ONG como estrategia de desarrollo, así como por el sector público local en cuanto a la gestión del territorio, los recursos y el patrimonio.

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el interés que podría tener el potencial turista nacional e internacional sobre el Turismo Rural Comunitario en Pacucha.

El emprendimiento de TRC en Pacucha se basa en tres servicios principales: El servicio ecoturístico (observación de flora y fauna, donde el turista podrá conocer sobre las diferentes especies que habitan en Pacucha), servicio cultural (interpretación de música y danza, donde el turista podrá ser partícipe de la experiencia cultural, de tradición y costumbre) y el servicio recreativo (caminata y paseo en bote, que serán actividades donde podrán disfrutar de la recreación); adicionalmente se cuenta con servicios complementarios, como el servicio de alojamiento rural (el visitante tendrá la oportunidad de alojarse en la zona del emprendimiento de TRC) y el servicio de alimentación y bebidas en el área rural (degustar de la comida típica de la zona).

Hombre	Mujer

Edad:

- 18-24     25-34     35-44     45-54     55 a más

Grado de instrucción. Marca con un aspa (X)

<input type="checkbox"/>	Secundaria completa
<input checked="" type="checkbox"/>	Técnico/Universitario incompleto
<input type="checkbox"/>	Técnico/Universitario completo
<input checked="" type="checkbox"/>	Especialización/Maestría/Doctorado

1. Es un turista:

- Nacional     Extranjero

Lugar de procedencia

2. En sus viajes realizados, ¿Le interesa conocer y/o disfrutar de? Marque del 1 al 3. Comenzado con el 1 si se tiene un mayor interés; 2, interés medio y 3 para un menor interés.

	Paisaje y la naturaleza de la zona
	Cultura y costumbres de la comunidad
	Actividades recreativas y de aventura (caminata, paseo en bote, etc.)

3. ¿Estaría dispuesto a realizar turismo rural comunitario?

Si  No (termina la encuesta)

4. ¿Estaría dispuesto a realizar turismo rural comunitario en Pacucha-Andahuaylas?

Si  No (termina la encuesta)

*A continuación, se muestra una lista de actividades turísticas (Servicio ecoturístico, cultural, y recreativo y servicio de alojamiento rural y alimentación y bebidas en restaurante rural); donde deberá marcar del 1 al 5. 1 para mayor preferencia y 5 para menor preferencia (en ese orden).*

5. ¿Tendría disponibilidad para realizar actividades turísticas ofrecidas por el emprendimiento de TRC en Pacucha? Marcar con una aspa (x).

SERVICIOS	SÍ	NO
Servicio ecoturístico (observación de flora y fauna).		
Servicio cultural (interpretación de música y danza).		
Servicio recreativo y de aventura (caminata y paseo en bote).		
Servicio de alojamiento rural.		
Servicio de alimentación y bebidas en restaurante rural.		

6. ¿Cuántos días estaría dispuesto a realizar TRC en Pacucha, que incluya las actividades turísticas mencionadas en el cuadro anterior?

1 (Sin pernocte)  
 2  
 1 a más

7. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por día en el emprendimiento de TRC en Pacucha?

S/ 100 - S/ 139  
 S/ 140 - S/ 189  
 S/ 190 - S/ 229  
 S/ 230 - S/ 270

8. ¿Cuál es el monto máximo que estaría dispuesto a pagar por los servicios de TRC que a continuación se detallan:

SERVICIOS	MONTO EN SOLES (S/ )
Servicio ecoturístico (observación de flora y fauna).	
Servicio cultural (interpretación de música y danza).	
Servicio recreativo y de aventura (caminata y paseo en bote).	
Servicio de alojamiento rural.	
Servicio de alimentación y bebidas en restaurante rural.	

9. ¿Le parece muy importante contar con un guía turístico que le explique las tradiciones, costumbre e historia del lugar, con el fin de profundizar la cultura de la comunidad visitada?

Poco importante  Importante  Muy importante

10. ¿Cuál de los siguientes aspectos es el que más le motiva a realizar el servicio de TRC?

- Conocer nuevas culturas y costumbres.
- Tener contacto con la naturaleza/ paisajes.
- Interactuar con los pobladores.
- Observar y conocer su forma de trabajo.
- Conocer la gastronomía de la comunidad.

**Gracias!**  
**Pacucha los espera...TRC**

## Anexo N° 2

### Costos asociados a los servicios turísticos de TRC Requerimiento de muebles y enseres para el servicio de restaurante rural

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>MUEBLES</b>					
Juego de comedor 5 piezas	(1 mesa y 4 sillas)	Unidad	8	S/ 419.00	S/ 3,352.00
Alacena vertical blanco Rta Design		Unidad	1	S/ 219.90	S/ 219.90
Mueble organizador		Unidad	1	S/ 249.00	S/ 249.00
Kit Mueble lavadero		Unidad	1	S/ 299.00	S/ 299.00
llicllas (mesas)		Unidad	8	S/ 21.00	S/ 168.00
<b>ENSERES DE COCINA</b>					
Juego ollas acero 7 piezas		Unidad	1	S/ 729.90	S/ 729.90
Tetera acero inoxidable		Unidad	2	S/ 219.90	S/ 439.80
Sartén		Unidad	2	S/ 134.90	S/ 269.80
Cacerolas 26 cm		Unidad	2	S/ 119.00	S/ 238.00
Asadera		Unidad	2	S/ 35.90	S/ 71.80
Vasos	Vidrio transparente	Unidad	32	S/ 2.90	S/ 92.80
Copas	Vidrio transparente	Unidad	32	S/ 5.50	S/ 176.00
Servilletero	Metal (aluminio)	Unidad	8	S/ 4.90	S/ 39.20
Salero	Vidrio con tapa de metal	Unidad	8	S/ 3.90	S/ 31.20
Lechero de vidrio	Vidrio	Unidad	8	S/ 3.90	S/ 31.20
Tazas	Losa blanca	Unidad	32	S/ 4.90	S/ 156.80
Tetera fina	Losa blanca	Unidad	8	S/ 21.90	S/ 175.20
Individuales	Tejidos de bambú	Unidad	32	S/ 6.60	S/ 211.20
Fuente	Barro	Unidad	8	S/ 21.90	S/ 175.20
Mantequillera	Losa blanca	Unidad	8	S/ 13.90	S/ 111.20
Azucarero pequeño	Losa blanca	Unidad	8	S/ 7.90	S/ 63.20
Jarra	Vidrio transparente	Unidad	8	S/ 7.90	S/ 63.20
Platos pequeños	Losa blanca	Unidad	32	S/ 4.90	S/ 156.80
Platos tendidos	Losa blanca	Unidad	32	S/ 6.90	S/ 220.80
Plato hondo	Losa blanca	Unidad	32	S/ 9.90	S/ 316.80
Pocillos de cerámica	Losa blanca	Unidad	5	S/ 1.50	S/ 7.50
Cremera	Losa blanca	Unidad	16	S/ 8.90	S/ 142.40
Cuchillo (3 piezas)	Mango de madera, dientes acerrados, de acero inoxidable	Unidad	32	S/ 9.90	S/ 316.80
Cuchillos para mantequilla (4 piezas)	Acero inoxidable	Unidad	8	S/ 10.90	S/ 87.20

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cucharas (3 piezas)	Acero inoxidable	Unidad	32	S/ 4.90	S/ 156.80
Tenedores (3 piezas)	Acero inoxidable	Unidad	32	S/ 4.90	S/ 156.80
Bandeja		Unidad	8	S/ 11.90	S/ 95.20
Secador de cocina		Unidad	3	S/ 7.90	S/ 23.70
Set de guantes y toma ollas		Unidad	4	S/ 10.90	S/ 43.60
Posa olla redonda		Unidad	8	S/ 11.90	S/ 95.20
Espumadera		Unidad	1	S/ 2.90	S/ 2.90
Embudo		Unidad	1	S/ 1.99	S/ 1.99
Rallador		Unidad	1	S/ 2.99	S/ 2.99
Espátula		Unidad	1	S/ 2.90	S/ 2.90
Cucharón		Unidad	1	S/ 2.90	S/ 2.90
Servidor mango de acero		Unidad	1	S/ 3.90	S/ 3.90
Pelador		Unidad	1	S/ 4.90	S/ 4.90
Abrelatas		Unidad	1	S/ 5.90	S/ 5.90
Trinche		Unidad	1	S/ 4.90	S/ 4.90
Cucharita de madera		Unidad	1	S/ 5.90	S/ 5.90
Lavador		Unidad	1	S/ 5.90	S/ 5.90
Pinzas espagueti		Unidad	1	S/ 5.90	S/ 5.90
Cuchillo		Unidad	1	S/ 6.90	S/ 6.90
Exprimidor de limón		Unidad	1	S/ 6.90	S/ 6.90
Cuchara mediana		Unidad	1	S/ 7.90	S/ 7.90
Fósforos		Unidad	1	S/ 0.20	S/ 0.20
Cuchara arrocera		Unidad	1	S/ 7.90	S/ 7.90
Prensador		Unidad	1	S/ 7.90	S/ 7.90
Cuchara refresquera chica		Unidad	1	S/ 7.90	S/ 7.90
Ablandador de carne		Unidad	1	S/ 7.90	S/ 7.90
Cucharones medidores		Unidad	1	S/ 8.90	S/ 8.90
Tabla picador		Unidad	3	S/ 35.00	S/ 105.00
Bowl		Unidad	4	S/ 19.90	S/ 79.60
Colador		Unidad	2	S/ 19.90	S/ 39.80
Taza medidora		Unidad	2	S/ 9.90	S/ 19.80
Jarra de plástico		Unidad	1	S/ 10.90	S/ 10.90
Cesta de pan		Unidad	8	S/ 1.50	S/ 12.00
Tazón		Unidad	1	S/ 6.50	S/ 6.50
Set de cuchillos		Unidad	1	S/ 40.00	S/ 40.00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>					<b>S/ 9,610.18</b>

Elaboración propia.

## Anexo N° 3

### Costos necesarios para el cálculo de los costos de producción del servicio de ecoturismo, cultural y recreativo

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN				
DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO	TOTAL ANUAL
Escalera	Unidad	2	S/ 79.90	S/ 159.80
Caja de herramientas	Unidad	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Señalización de seguridad	Unidad	20	S/ 5.00	S/ 100.00
Extintor de incendios	Unidad	3	S/ 69.90	S/ 209.70
Kit de primeros auxilios	Unidad	3	S/ 30.00	S/ 90.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 709.50</b>

MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO	TOTAL ANUAL
Vestimenta típica de negrillos	Unidad	6	S/ 1,000.00	S/ 6,000.00
Vestimenta típica de Inkachas	Unidad	6	S/ 1,000.00	S/ 6,000.00
Vestimenta típica de Waylías	Unidad	6	S/ 1,000.00	S/ 6,000.00
Vestimenta típica de Ukumaris	Unidad	6	S/ 1,000.00	S/ 6,000.00
Vestimenta típica de Ursulitas	Unidad	6	S/ 1,000.00	S/ 6,000.00
Huaracas	Unidad	10	S/ 50.00	S/ 500.00
Maquillaje	Glb	1	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 36,500.00</b>

Elaboración propia.

Los materiales indirectos y el servicio de mantenimiento y reparación (otros costos indirectos), forman parte de los costos indirectos.

## Anexo N° 4

### Costos necesarios para el cálculo de los costos de producción del servicio de alojamiento rural

INSUMOS COMPLEMENTARIOS				
DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO	TOTAL ANUAL
Colchones	Unidad	30	S/ 190.00	S/ 5,700.00
Frazadas	Unidad	60	S/ 35.00	S/ 2,100.00
Toallas	Unidad	60	S/ 59.90	S/ 3,594.00
Toallas de mano	Unidad	24	S/ 15.00	S/ 360.00
Almohadas	Unidad	120	S/ 10.00	S/ 1,200.00
Juegos de sábanas	Kit	120	S/ 45.00	S/ 5,400.00
Cubre cama	Unidad	60	S/ 84.90	S/ 5,094.00
Manta	Unidad	30	S/ 15.90	S/ 477.00
Jabón de tocador	Unidad	6,570	S/ 0.80	S/ 5,256.00
Shampoo	Unidad	6,570	S/ 0.50	S/ 3,285.00
Papel higiénico	Unidad	6,570	S/ 0.80	S/ 5,256.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 37,722.00</b>

Elaboración propia.

Los insumos complementarios forman parte de los materiales directos.

ÚTILES DE LIMPIEZA				
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL ANUAL
Cera en pasta	Unidad	208	S/ 4.50	S/ 936.00
Limpiatodo	Unidad	208	S/ 2.80	S/ 582.40
Desinfectante	Unidad	208	S/ 4.50	S/ 936.00
Detergente	Unidad	1,560	S/ 6.70	S/ 10,452.00
Limpiavidrio	Unidad	208	S/ 6.50	S/ 1,352.00
<b>Total</b>				<b>S/ 14,258.40</b>

Elaboración propia.

ARTÍCULOS DE DORMITORIO				
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL ANUAL
Velador	Unidad	30	S/ 60.00	S/ 1,800.00
Cortinas	Unidad	15	S/ 35.00	S/ 525.00
Hamaca	Unidad	4	S/ 130.00	S/ 520.00
Espejos	Unidad	4	S/ 29.90	S/ 119.60
<b>Total</b>				<b>S/ 2,964.60</b>

Elaboración propia.

OTROS ARTÍCULOS				
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL ANUAL
Libros (Los Chancas. Investigaciones arqueológicas en Andahuaylas-Apurímac, Perú).	Unidad	30	S/ 55.00	S/ 1,650.00
Libros (Leyendas de oro de Apurímac).	Unidad	4	S/ 35.00	S/ 140.00
Libros (Arqueología Prehispánica Tardía de Caraybamba, Aymaraes, Apurímac. Asentamientos y Andenerías).	Unidad	4	S/ 45.00	S/ 180.00
Libros (Apurímac. Cocina de runas y dioses).	Unidad	4	S/ 25.00	S/ 100.00
Marco de foto.	Unidad	30	S/ 16.90	S/ 507.00
Flores silvestres.	Docena	605	S/ 2.50	S/ 1,512.50
<b>Total</b>				<b>S/ 4,089.50</b>

Elaboración propia.

Los artículos de dormitorio forman parte de los materiales indirectos (costos indirectos), mientras que los servicios de reparaciones y mantenimiento, servicios básicos, útiles de limpieza y otros artículos son parte de otros costos indirectos.

ÚTILES DE LIMPIEZA Y DORMITORIO			
DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Artículos de dormitorio	Glob	1	S/ 2,964.60
Útiles de limpieza	Glob	1	S/ 14,258.40
Otros artículos	Glob	1	S/ 4,089.50
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 21,312.50</b>

Elaboración propia.

SERVICIOS BÁSICOS				
DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Luz	Mes	1	S/ 1,062.00	S/ 12,744.00
Agua	Mes	1	S/ 450.00	S/ 5,400.00
Telefonía + Internet	Mes	1	S/ 100.00	S/ 1,200.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 19,344.00</b>

Elaboración propia.

<b>MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>U. MED</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Pintura	Mes	1	S/ 375.00	S/ 4,500.00
Reparaciones	Mes	1	S/ 90.00	S/ 1,080.00
Escalera	Año	2	S/ 79.90	S/ 159.80
Caja de herramientas	Año	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Cartel de madera	Año	1	S/ 90.00	S/ 90.00
Extintor de incendios	Año	1	S/ 69.90	S/ 69.90
Luces de emergencia	Año	2	S/ 78.00	S/ 156.00
Botiquín de primeros auxilios	Unidad	6	S/ 30.00	S/ 180.00
Macetero	Unidad	3	S/ 12.40	S/ 37.20
Cerámicas	Unidad	45	S/ 15.00	S/ 675.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 7,097.90</b>

Elaboración propia.

## Anexo N° 5

### Costos necesarios para el cálculo de los costos de producción del servicio de alimentación y bebidas

Adicionalmente se requiere de insumos complementarios para brindar el servicio de alimentación y bebidas

INSUMOS COMPLEMENTARIOS				
DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO	TOTAL ANUAL
Papel toalla (cocina).	Mes	30	S/ 4.29	S/ 1,544.40
Papel toalla (servicios higiénicos).	Mes	30	S/ 4.29	S/ 1,544.40
Papel higiénico.	Mes	60	S/ 1.00	S/ 720.00
Servilletas.	Mes	60	S/ 1.50	S/ 1,080.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 4,888.80</b>

Elaboración propia.

La vestimenta del personal de cocina corresponde materiales indirectos (costos indirectos), mientras que los servicios de reparación y mantenimiento, servicios básicos, combustible, útiles de limpieza y otros artículos son parte de otros costos indirectos.

MATERIALES INDIRECTOS				
CONCEPTO	U. MED	CANTIDAD	P.UNIT	COSTO TOTAL
Chaqueta de cocina	Unidad	6	S/ 30.00	S/ 180.00
Pantalones de cocina	Unidad	6	S/ 50.00	S/ 300.00
Gorros de cocina	Unidad	6	S/ 30.00	S/ 180.00
Bandana de cocina	Unidad	6	S/ 20.00	S/ 120.00
Traje típico personal de atención	Unidad	3	S/ 100.00	S/ 300.00
<b>TOTAL MATERIALES INDIRECTOS</b>				<b>S/ 1,080.00</b>

En el siguiente cuadro se muestran los insumos necesarios para preparar el desayuno, almuerzo y cena en un restaurante rural.

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL DÍA
<b>DESAYUNO</b>				<b>S/ 6.28</b>
Huevos	Unidad	2	S/ 0.60	S/ 1.20
Café para pasar	Gramo	17	S/ 0.07	S/ 1.26
Pan	Unidad	2	S/ 0.10	S/ 0.20
Leche	Lata	0.5	S/ 2.75	S/ 1.38

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL DÍA
Papaya	Unidad	0.5	S/ 4.20	S/ 2.10
Azúcar	Kilogramo	45	S/ 0.00	S/ 0.14
<b>ALMUERZO</b>				<b>S/ 12.70</b>
<b>Ensalada</b>				<b>S/ 3.18</b>
Palta	Unidad	0.5	S/ 2.55	S/ 1.28
Tomate	Unidad	1	S/ 0.47	S/ 0.47
Limón	Unidad	1	S/ 0.24	S/ 0.24
Sal	Gramo	3	S/ 0.00	S/ 0.00
Pimienta	Gramo	3	S/ 0.20	S/ 0.61
Aceite de oliva	Mililitro	10	S/ 0.06	S/ 0.58
<b>Plato de fondo: Estofado de gallina</b>				<b>S/ 8.60</b>
Papa blanca	Unidad	1	S/ 0.29	S/ 0.29
Aceite vegetal	Mililitro	6	S/ 0.01	S/ 0.05
Gallina	Pieza	1	S/ 1.66	S/ 1.66
Cebolla roja	Unidad	0.35	S/ 0.60	S/ 0.21
Ajo molido	Gramo	4	S/ 0.17	S/ 0.68
Tomate	Kilogramo	0.5	S/ 3.49	S/ 1.75
Perejil molido	Onzas	0.5	S/ 0.79	S/ 0.40
Sal	Gramo	3	S/ 0.00	S/ 0.01
Pimienta	Gramo	5	S/ 0.21	S/ 1.03
Comino	Gramo	5	S/ 0.12	S/ 0.60
Orégano	Gramo	5	S/ 0.26	S/ 1.30
Zanahoria	Unidad	0.5	S/ 0.42	S/ 0.21
Alverjas	Gramo	8	S/ 0.01	S/ 0.06
Chicha de jora	Mililitro	8	S/ 0.01	S/ 0.09
Cubitos de caldo de gallina	Unidad	0.5	S/ 0.22	S/ 0.11
Mantequilla	Gramo	5	S/ 0.04	S/ 0.19
<b>Jugo</b>				<b>S/ 0.92</b>
Mandarina	Unidad	3	S/ 0.25	S/ 0.76
Azúcar	Kilogramo	45	S/ 0.00	S/ 0.16
<b>CENA</b>				<b>S/ 7.64</b>
<b>Sopa a la minuta</b>				<b>S/ 7.42</b>
Fideos	Gramo	50	S/ 0.02	S/ 0.80
Papa amarilla	Unidad	2	S/ 0.40	S/ 0.80
Zapallo	Unidad	0.5	S/ 1.24	S/ 0.62
Cebolla roja	Unidad	1	S/ 0.61	S/ 0.61

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL DÍA
Ajo molido	Gramo	4	S/ 0.16	S/ 0.66
Orégano	Gramo	3	S/ 0.27	S/ 0.81
Ají panca	Gramo	5	S/ 0.03	S/ 0.13
Aceite vegetal	Mililitro	6	S/ 0.01	S/ 0.05
Sal	Gramo	5	S/ 0.00	S/ 0.01
Pimienta	Gramo	5	S/ 0.21	S/ 1.03
Carne	Gramo	80	S/ 0.02	S/ 1.92
<b>Bebida caliente</b>				<b>S/ 0.22</b>
Cebada	Gramo	5	S/ 0.01	S/ 0.07
Azúcar	Kilogramo	45	S/ 0.00	S/ 0.16
<b>Total</b>				<b>S/ 26.62</b>

Elaboración propia

**Nota:** El presente ejemplo es con fines didácticos, el formulador deberá considerar todos los platillos y aperitivos regionales que se prepararán para los visitantes.

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL DÍA
<b>APERITIVO: Ponche de maní</b>				<b>S/ 9.90</b>
Avena	Gramo	150	S/ 0.01	S/ 1.58
Leche	Lata	0.5	S/ 2.75	S/ 1.38
Azúcar	Kilogramo	45	S/ 0.00	S/ 0.14
Maní	Gramo	15	S/ 0.26	S/ 3.90
Esencia de vainilla	Miligramo	20	S/ 0.01	S/ 0.22
Canela	Gramo	3	S/0.63	S/1.88
Clavo de olor	Gramo	3	S/0.24	S/0.71

Elaboración propia.

#### ÚTILES DE LIMPIEZA

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL	TOTAL AÑO
Crema lava vajilla (330 gr)	Mes	10	S/ 2.90	S/ 29.00	S/ 348.00
Desinfectante (900 ml)	Mes	4	S/ 8.45	S/ 33.80	S/ 405.60
Lejía (1 litro)	Mes	8	S/ 4.59	S/ 36.72	S/ 440.64
Limpiador de vidrio (350 ml)	Mes	4	S/ 16.90	S/ 67.60	S/ 811.20
Detergente líquido (1 litro)	Mes	60	S/ 8.90	S/ 534.00	S/ 6,408.00
Lustra muebles (220 ml)	Mes	15	S/ 12.10	S/ 181.50	S/ 2,178.00
Cera en pasta (250 gr)	Mes	120	S/ 5.70	S/ 684.00	S/ 8,208.00
Jabones de tocador	Mes	30	S/ 1.50	S/ 45.00	S/ 540.00
Paño limpiador	Mes	24	S/ 9.90	S/ 237.60	S/ 2,851.20

#### ÚTILES DE LIMPIEZA

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL	TOTAL AÑO
Esponja	Mes	5	S/ 5.70	S/ 28.50	S/ 342.00
Guante antibacterial	Mes	5	S/ 4.64	S/ 23.20	S/ 278.40
Guantes	Mes	30	S/ 6.59	S/ 197.70	S/ 2,372.40
Mopa de algodón	Mes	2	S/ 9.40	S/ 34.90	S/ 418.80
Escoba	Mes	3	S/ 9.40	S/ 34.90	S/ 418.80
Balde	Mes	3	S/ 2.00	S/ 34.90	S/ 418.80
Escobilla para inodoro	Mes	3	S/ 8.90	S/ 26.70	S/ 320.40
Tacho de Basura	Mes	5	S/ 15.00	S/ 75.00	S/ 900.00
<b>Total</b>					<b>S/ 27,660.24</b>

Elaboración propia.

ÚTILES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Útiles de limpieza	Glob	1	S/ 27,660.24
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 27,660.24</b>

Elaboración propia.

#### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Luz (energía eléctrica)	Mes	1	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Agua	Mes	1	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Telefonía + Internet	Mes	1	S/ 100.00	S/ 1,200.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 6,000.00</b>

Elaboración propia.

#### COMBUSTIBLE

DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Combustible (leña 5 kg)	Día	4	S/ 32.00	S/ 128.00	S/ 1,536.00
<b>TOTAL</b>					<b>S/ 1,536.00</b>

#### MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN

DESCRIPCIÓN	U. MED	CANTIDAD	COSTO	TOTAL ANUAL
Pintura	Mes	1	S/ 200.00	S/ 2,400.00
Reparaciones	Mes	1	S/ 90.00	S/ 1,080.00
Escalera	Año	2	S/ 79.90	S/ 159.80
Caja de herramientas	Año	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Señalización de seguridad	Año	10	S/ 3.50	S/ 35.00

<b>MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>U. MED</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Extintor de incendios	Año	1	S/ 69.90	S/ 69.90
Focos Led	Año	12	S/ 7.00	S/ 84.00
Cerámicas	Año	6	S/ 15.00	S/ 90.00
Plantas	Año	8	S/ 35.00	S/ 280.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 3,894.70</b>

<b>MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>U. MED</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Talonario de recibos	Mes	10	S/ 30.00	S/ 3,600.00
Talonario de factura	Mes	10	S/ 32.00	S/ 3,840.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 7,440.00</b>

## Anexo N° 6

### Costos necesarios para el cálculo de los gastos de operación del servicio de los servicios principales y complementarios

En el siguiente cuadro se muestran los insumos necesarios para preparar el desayuno, almuerzo y cena en un restaurante rural.

PUBLICIDAD Y MARKETING			
ITEM	CANTIDAD	COSTO ANUAL	TOTAL ANUAL
<b>Página web</b>			<b>S/ 710.00</b>
Web master	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Hosting y dominio	1	S/ 210.00	S/ 210.00
<b>Página de Facebook</b>			<b>S/ 1,200.00</b>
Manejo de redes sociales	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
<b>Total</b>			<b>S/ 1,910.00</b>

Elaboración propia.

ÚTILES DE OFICINA				
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNID.	TOTAL DÍA
Lapiceros	Unidad	15	S/ 1.05	S/ 15.75
Correctores	Unidad	1	S/ 10.40	S/ 10.40
Papel bulky (500 hojas)	Paquete	24	S/ 7.50	S/ 180.00
Talonario de recibos	Talonario	10	S/ 30.00	S/ 300.00
Talonario de facturas	Talonario	10	S/ 40.00	S/ 400.00
Tijeras	Unidad	5	S/ 6.60	S/ 33.00
Resaltador	Unidad	36	S/ 2.50	S/ 90.00
Goma	Unidad	7	S/ 4.50	S/ 31.50
Porta lapiceros	Kit	1	S/ 13.10	S/ 13.10
Bandeja	Unidad	2	S/ 11.84	S/ 23.68
Portaclip	Unidad	1	S/ 6.60	S/ 6.60
Engrampador	Unidad	5	S/ 13.90	S/ 69.50
Papelera	Unidad	2	S/ 19.90	S/ 39.80
Tinta para impresora	Frasco	1	S/ 39.00	S/ 39.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 1,252.33</b>

Elaboración propia.

## BIBLIOGRAFÍA

Guía General para Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública, a nivel de perfil, Ministerio de Economía y Finanzas febrero 2015

Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil, Ministerio de Economía y Finanzas Septiembre del 2011.

Anexo N° 8: Lineamientos generales para la incorporación de medidas de GdR en un contexto de Cambio Climático (CC). Aprobados por R.D. N° 007-2013-EF/63.01, Ministerio de Economía y Finanzas 2013.

Anexo N° 9 Incorporación de medidas de GdR en un contexto de CC – segmento turístico naturaleza en ceja de selva. Aprobados por R.D. N° 007-2013-EF/63.01, Ministerio de Economía y Finanzas 2013.

Anexo N° 10 Incorporación de medidas de GdR en un contexto de CC – segmento turístico histórico cultural en ceja de selva y sierra. Aprobados por R.D. N° 007-2013-EF/63.01, Ministerio de Economía y Finanzas 2013.

Depool Rivero, Ramón Monasterio, Dióscoro: *“Probabilidad y Estadística. Aplicaciones a la Ingeniería”*, Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre de Venezuela 2013. ([http://www.bqto.unexpo.edu.ve/avisos/PROBABILIDADYESTADISTICA\(2-7-13\).pdf](http://www.bqto.unexpo.edu.ve/avisos/PROBABILIDADYESTADISTICA(2-7-13).pdf))

Paul Lira Briceño, Evaluación de Proyectos de Inversión *“Herramientas financieras para analizar la creación de valor”*, primera edición Universidad de Ciencias Aplicadas, marzo 2013.

Ley N° 29571: Código de Protección y Defensa del Consumidor: (<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>)

Ley N° 29408: Ley General de Turismo: [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO\\_LEY29408.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf)

Reglamento de la Ley General de Turismo: [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/REGLAMENTO\\_LEY\\_GENERAL\\_DETURISMO\\_2009.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/REGLAMENTO_LEY_GENERAL_DETURISMO_2009.pdf)

Programa de Apoyo a las Alianzas Rurales Productivas de la Sierra – Aliados, MINAGRI: <http://www.agrorural.gob.pe/dmdocuments/aliados/aliados-tdr.pdf>

Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú, MINCETUR 2008: [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LINEAMIENTOS\\_DESARROLLO\\_TURISMO\\_RURAL\\_ARTE.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LINEAMIENTOS_DESARROLLO_TURISMO_RURAL_ARTE.pdf)

Plan Estratégico Institucional PEI 2012-2016, Gobierno Regional de Apurímac 2012: <http://www.regionapurimac.gob.pe/2013/transparencia/wp-content/uploads/2016/03/PEI-Plan-Estrat%C3%A9gico-Institucional-2012-2016.pdf>

Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional, MINCETUR 2008: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=1580>

Perfil del Turista Rural Comunitario, PROMPERÚ: [http://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads\\_mercados\\_y\\_segmentos\\_segmentos\\_1007\\_Publicacion-Perfil-del-Turista-Rural-Comunitario.pdf](http://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_mercados_y_segmentos_segmentos_1007_Publicacion-Perfil-del-Turista-Rural-Comunitario.pdf)

Metodología ISMI: “Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio (yII)”. (<http://coaching.toptenms.com/archivos/777/descargas/estandares2.pdf>)

Información contenida en el “Compendio Estadístico Perú 2015 – INEI”, disponible en: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaless/Est/Lib1253/compendio2015.html](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1253/compendio2015.html)

Información de investigación de mercados turísticos de PROMPERÚ, disponible en: <http://www.peru.travel/impp/>

Información de la “Enciclopedia Turística del Perú”, disponible en: [http://encicloturismoperu.blogspot.pe/2009/08/laguna-de-pacucha-apurimac.html;%20http://www.elclima.com.mx/clima\\_flora\\_y\\_fauna\\_en\\_pacucha.htm](http://encicloturismoperu.blogspot.pe/2009/08/laguna-de-pacucha-apurimac.html;%20http://www.elclima.com.mx/clima_flora_y_fauna_en_pacucha.htm)

Información disponible en: <http://sinpad.indec.gob.pe/PortalsINPAD/>

## MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Dirección General de Inversión Pública - DGIP

Unidad Técnica de PROCOMPITE

 [www.snip.gob.pe](http://www.snip.gob.pe)  Jr. Lampa 277, Lima 1 - Perú  (511) 311 5930

[www.mef.gob.pe](http://www.mef.gob.pe)