



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**MODELO DE UN NEGOCIO TURÍSTICO PARA
GENERAR NEGOCIOS INCLUSIVOS EN EL
DISTRITO DE REQUE – 2023**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN**

Autoras:

Bach. Santisteban Gonzalez Emily Paola

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2482-3664>

Bach. Tarrillo Marrufo Yamelith Marilyn

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9480-2121>

Asesor:

Dr. Merino Núñez Mirko

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8820-6382>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2024

APROBACIÓN DEL JURADO

TESIS

MODELO DE UN NEGOCIO TURÍSTICO PARA GENERAR NEGOCIOS INCLUSIVOS EN EL DISTRITO DE REQUE- 2023

Asesor (a): Dr. Merino Núñez Mirko
Nombre Completo Firma

Presidente (a): Dr. García Yovera Abraham José
Nombre completo Firma

Secretario (a): Dr. Villanueva Calderón Juan Amílcar
Nombre Completo Firma

Vocal (a): Mg. Mory Guarnizo Sandra
Nombre Completo Firma


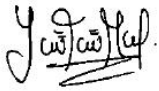
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la **DECLARACIÓN JURADA**, somos **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Administración** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaramos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

MODELO DE UN NEGOCIO TURÍSTICO PARA GENERAR NEGOCIOS INCLUSIVOS EN EL DISTRITO DE REQUE - 2023

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

SANTISTEBAN GONZALEZ EMILY PAOLA	DNI: 75914011	
TARRILLO MARRUFO YAMELITH MARILYN	DNI: 76366932	

Pimentel, 27 de Junio de 2024

NOMBRE DEL TRABAJO

MODELO DE UN NEGOCIO TURÍSTICO PARA GENERAR NEGOCIOS INCLUSIVOS EN EL DISTRITO DE REQUE – 2023

AUTOR

Santisteban Gonzalez Emily Paola Tarrillo Marrufo Yamelith Marilyn

RECUENTO DE PALABRAS

13414 Words

RECUENTO DE CARACTERES

75789 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

59 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

466.2KB

FECHA DE ENTREGA

Oct 28, 2024 10:25 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 28, 2024 10:26 AM GMT-5

● **20% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

DEDICATORIA

A Dios quien ha sido el pilar para continuar con nuestros estudios, por brindarnos sabiduría para seguir adelante.

A nuestros padres y familia por ser nuestro sustento y soporte en el proceso de formación profesional, por el apoyo y comprensión que nos han brindado, educándonos con buenos valores y virtudes para así ser personas de bien y buenos profesionales.

Bach. Emily Paola Santisteban Gonzalez

Bach. Yamelith Marilyn Tarrillo Marrufo

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios por darnos salud, sabiduría, a nuestros padres por estar presentes en cada momento de nuestra vida, por no dejarnos caer ante ninguna situación y ayudarnos a salir adelante para cumplir cada uno de nuestras metas u objetivos.

De igual manera extender un grato agradecimiento a los docentes los cuales durante 5 años de nuestra etapa universitaria nos han brindado conocimientos y apoyo académico para ser profesionales con éxito.

Finalmente agradecemos a nuestros compañeros, amigos y a las personas más apreciadas por darnos su apoyo, motivación y cariño durante nuestra formación profesional.

Bach. Emily Paola Santisteban Gonzalez

Bach. Yamelith Marilyn Tarrillo Marrufo

RESUMEN

Un negocio turístico es un emprendimiento que realizan las personas para dar conocer algún bien o servicio a través de algunas actividades que realizan en sus viajes y recintos en lugares distinto a su medio; por ello es importante conocer los centros turísticos de un determinado lugar, dentro del Distrito de Reque se tiene tres lugares turísticos, la cual no son reconocidas por los visitantes, además no se trabaja de manera conjunta con la población para mantener vigente estos centros atractivos. La primera parte se presenta la problemática de la investigación, junto con los problemas encontrados en otros lugares relacionados con el tema, a su vez, encontramos los objetivos que son realizados de acuerdo al trabajo de investigación. El trabajo realizado es tipo descriptivo-cuantitativo, con un diseño no experimental porque no se manipulan las variables; la población empleada es de 590 personas del Distrito de Reque, con una muestra de 60 pobladores, realizado por medio de la técnica de la encuesta, donde las personas indicaron que es importante llevar a cabo este proyecto de investigación ya que beneficiaría positivamente la población desarrollando negocios inclusivos para mejorar la calidad de vida de las personas, en la parte de los resultados se evidenció que no fomentan el cuidado de los lugares turísticos del Distrito de Reque, los pobladores desean contar con decisiones corporativas económicamente rentable con beneficio que incorpora valores positivos. Finalmente, se concluye que existe la capacidad para generar utilidades dentro de estos lugares turísticos, creando negocios inclusivos de actividades económicas.

Palabras claves: *Negocios turísticos, negocios inclusivos*

ABSTRACT

A tourism business is an undertaking that people carry out to publicize some good or service through some activities they carry out on their trips and venues in places other than their environment; For this reason, it is important to know the tourist centers of a certain place, within the Reque District there are three tourist places, which are not recognized by visitors, and there is no joint work with the population to keep these attractive centers in force. The first part presents the problems of the research, along with the problems found in other places related to the topic, in turn, we find the objectives that are carried out according to the research work. The work carried out is descriptive-quantitative, with a non-experimental design because the variables are not manipulated; The population employed is 590 people from the Reque District, with a sample of 60 residents, carried out through the survey technique, where people indicated that it is important to carry out this research project since it would positively benefit the population by developing inclusive businesses to improve the quality of life of people, in the results it was evident that they do not promote the care of the tourist places in the Reque District, the residents want to have economically profitable corporate decisions with benefits that incorporate positive values. Finally, it is concluded that there is the capacity to generate profits within these tourist places, creating inclusive businesses of economic activities.

Keywords: *Tourism businesses, businesses included*

INDICE

APROBACIÓN DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Formulación del problema.....	22
1.3 Hipótesis	22
1.4 Objetivos	22
1.5 Teorías relacionadas al tema	23
II. MATERIAL Y MÉTODO.....	30
2.1 Tipo y Diseño de Investigación	30
2.2 Variables y Operalización.....	31
2.3 Población de estudio, muestra, muestreo y criterios de selección.....	34
2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.5 Procedimiento de análisis de datos	36
2.6 Criterios éticos	37
3.2 Discusión.....	47
3.3 Aporte de la investigación	50
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
4.1 Conclusiones.....	68
4.2 Recomendaciones.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable de Operacionalización – Variable independiente -----	32
Tabla 2 Variable de Operacionalización – Variable dependiente -----	33
Tabla 3 Negocio Turístico-----	39
Tabla 4 Negocio Turístico: Dimensión – Factores medioambientales -----	40
Tabla 5 Negocio Turístico: Dimensión – Factores económicos-----	41
Tabla 6 Negocio Turístico: Dimensión – Factores socioculturales-----	42
Tabla 7 Negocios Inclusivos-----	43
Tabla 8 Negocios Inclusivos: Dimensión – Recursos claves -----	44
Tabla 9 Negocios inclusivos: Dimensión – Socios claves -----	45
Tabla 10 Negocios inclusivos: Dimensión – Estructura de costos -----	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Confiabilidad _____	36
Figura 2 Negocio Turístico _____	39
Figura 3 Negocios Turísticos: Dimensión – Factores medioambientales _____	40
Figura 4 Negocios Turísticos: Dimensión – Factores económicos _____	41
Figura 5 Negocio Turístico: Dimensión – Factores socioculturales _____	42
Figura 6 Negocios Inclusivos _____	43
Figura 7 Negocios Inclusivos: Dimensión – Recursos claves _____	44
Figura 8 Negocios inclusivos: Dimensión – Socios claves _____	45
Figura 9 Negocios inclusivos: Dimensión – Estructura de costos _____	46

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

En el Distrito de Reque se tiene tres lugares turísticos, la cual no son reconocidas por los visitantes, ya que, dentro de la Municipalidad no existe una favorable coordinación para la conservación y cuidado de estos centros turísticos, además no se trabaja de manera conjunta con la población para mantener vigente estos centros atractivos la cual va ayudar a generar negocios inclusivos para una mejor calidad socio empresarial para toda la comunidad Recana.

Para ello sustentaremos lo dicho mediante autores internacionales y nacionales, de esta manera determinaremos de manera precisa la problemática.

Sonda et al. (2021) comenta que dentro de las playas de Cancún, se observó un insuficiente próspero de negocios turísticos por ello con el pasar de los días se comenzó a construir hoteles, restaurantes, cafeterías y todo lo que incluye una variedad de oferta para llamar la atención de los turistas, dicho destinos emplearon estrategias eficientes para el desarrollo de estos lugares turísticos la cual ha servido para posicionar al destino en un buen lugar, por la calidad y diversidad de los productos y acciones que desarrolla dentro de ella, asimismo el acrecentamiento de negocios turísticos satisface las necesidades de los visitantes, la cual es inevitable que estas acciones comerciales sean innovadora, diversificadas y oportuna en sus distintos lugares atractivos. (P.5)

Por otra parte, Oseguera et al. (2020) en EE.UU, manifiesta que los principales problemas asociados son la falta de planificación, infraestructura y recursos, así como estético paisajísticas y salubridad de la zona, por ello en la Ciudad de Juárez para lograr un desarrollo eficiente y promover lugares turísticos de la misma, se necesita de un modelo de negocios turístico eficiente ya que se ha registrado un crecimiento constante, la cual va aportar diferentes beneficios y ocupar un mejor posicionamiento, a su vez es recomendable poner en manos de la dirección de turismo para compartir los resultados con los empresarios y actores sociales de interés de la Zona Dorada, con el fin de concientizarlos respecto a las

oportunidades de mejora y el efecto positivo que pudieran tener para el perfeccionamiento empresarial y la atracción de turistas.

Por lo tanto, Quevedo et al. (2020) en Ecuador, comenta que en tiempo de pandemia y confinamiento los negocios turísticos tuvieron una fuerte caída económica, dado que las entidades permiten tener un movimiento económico, por ello fue necesario una mayor innovación, principalmente en el área de servicios en donde se encuentra el turismo, debido a que reúne una gran parte del empleo y del valor agregado de la economía, la cual impulsan el incremento de la productividad mediante el desarrollo de cambios tecnológicos y de servicios; las estrategias propuestas es implementar capacidades fiscales y monetarias de corte efusivas para formar programas de apoyo a sectores vulnerables, asimismo, dar a conocer mediante los medios virtuales y la migración de empresas modelos on-line más innovadores, reduciendo el impacto negativo en los hogares e instituciones financieras.

Asimismo, Caridad et al. (2020) en Colombia, existe un alto índice de pobreza tal como desempleo y subempleos que existe una necesidad real de mercado que cuenta con el abandono de oportunidad para impulsar negocios, como se ha observado el crecimiento continuo del Turismo, la cual ha disminuido la posibilidad de poder impulsar esta modalidad de negocio, a su vez, las personas que se encuentran en la economía informal pueden vincularse a la cadena de valor de organizaciones líderes, por ello una de las ventajas es capacitar al personal para lograr el desarrollo y competencias eficientes para encaminar un negocio exitoso; además los negocios inclusivos son una vía para llevar a cabo un impacto positivo en la sociedad que se encuentran en condiciones de vulnerabilidad para ayudarlo a salir de la pobreza mejorando su calidad de vida.

Méndez (2022) en Ecuador, manifiesta que existe una barra compleja cuando se habla de los negocios inclusivos ya que muchas organizaciones financiera no brindan productos financieros que sean acorde a la realidad económica de las personas de bajos recursos o ingresos menores al mínimo de sueldo y son pocas las entidades que entregan créditos sin una garantía hipotecaria, la cual muchas comunidades no cuentan con un nivel de educación

adecuada a las exigencias del mercado, es por ello que es un poco compleja, pero con el pasar del tiempo los negocios inclusivos han impulsado al desarrollo económico del país, generando beneficios positivos, ya que cuentan con la oportunidad de conocimiento más integral al incluir a las personas, para la adecuada contribución de un entorno justo y de esta manera mejorar las condiciones de vida.

Según Moreno et al. (2021) en Piura, dentro del lugar turístico la encantada popular por la fabricación de cerámica, se observó que existe falta de conocimiento en la literatura académica sobre el origen de estos negocios de artesanos y las labores valiosas que podrían contribuir para que futuros agentes decidan invertir en este lugar, dicha localidad tiene toda una historia en la fabricación y comercialización de sus productos, pero a pesar de la originalidad y calidad de sus productos, no se ha logrado distribuir a gran nivel dentro de un plano internacional, por ello es necesario que las autoridades deben reorientar a la sociedad sobre la política pública de turismo y establecer métodos juiciosos que impliquen a los sectores productivos del país para construir y fortalecer las capacidades instaladas en los pueblos, asimismo mantener responsabilidades para la adecuada promoción de los productos al del interior del país. (P.175)

Por otro lado, Otto (2023) en Lima, comenta que los negocios turísticos han sido afectados por muchas problemáticas, una de ellas es el cambio climático lo que ha generado daños a la infraestructura turística, por lo tanto, va ser afectada la experiencia de muchos turistas, además existe el disturbio de cancelación de reserva de viajes por motivo de las inseguridades de las ciudades de Perú o el cierre de carreteras, además muchos colaboradores y entidades relacionadas con el turismo han perdido sus fuentes de ingresos debido a la disminución del número de visitantes, la cual ha conllevado a generar un retraso en la reactivación del sector turismo, por lo tanto, es necesario fomentar un entorno seguro y estable para los visitantes y así promover un destino turístico seguro y accesible.

En Ica, Lavanda et al. (2022) comenta que los negocios inclusivos benefician a las organizaciones y comunidades de bajos recursos, debido a que al contar con una entidad

ancla que incorpora a personas de bajos recursos siendo socios, proveedores, distribuidores, vendedores y clientes, la cual dicha población requiere acceder a productos y servicios que mejoren su calidad de vida, pero muchas empresas no les interesa abastecer a esta población debido a que no obtienen el porcentaje de ganancias requeridas, por lo tanto, se ha implementado estrategias para la incorporación de negocios inclusivos dentro del mercado, ya que muchas veces esta población desarrolla habilidades de innovación y creatividad, trayendo consigo beneficios positivos para todas las personas.

Por consiguiente, Llanos et al. (2021) En Amazonas, manifiesta que dentro de los lugares turísticos del departamento, se encontraron insuficientes guías oficiales de turismo que son especializados en realizar acciones turísticas ya que carecen de una falta de atención, además existe una insatisfacción por los turistas debido a la poca información que reciben por los guías, asimismo, carece de seguridad turística y bajo reconocimiento por los pobladores de los recursos turísticos e identidad cultural, por ello se planteó estrategias de concientización al desarrollo del turismo sostenible con el propósito de alcanzar efectos positivos en la calidad de vida de los pobladores que logre ser sustentable a largo plazo mediante la protección de la identidad cultural de la comunidad y promoviendo un turismo responsable.

En Cusco, Bellota et al. (2021) manifiesta que cusco es un centro patrimonial del país ya que cada vez abarca bastantes turistas de diferentes países, pero se evidencio una crisis, que está presente en la desfiguración del paisaje urbano y la modificación de sus áreas construidas damnificando el patrimonio cultural y produciendo la pérdida de la calidad monumental, por ello se incrementó estrategias la cual permitieron realizar nuevos acuerdos monetarios acorde a la globalización y oferta de bienes y servicios, haciendo del Centro Histórico mercados fructíferos y de transformación para la generación de utilidades y rentas tanto en propietarios como en arrendatarios; así como el aumento del permiso de licencias de funcionamiento.

Conociendo las opiniones de los autores, podemos decir que el principal problema que aborda los lugares turísticos de reque es que no existen suficientes estrategias para incrementar el valor de los destinos turísticos, ya que se observa un alto nivel de incompetencia de las necesidades prioritarias en componente de servicios básicos, construcción y recursos humanos que obstaculiza la puesta en valor turístico (Rodríguez, 2023) Por lo tanto, para acelerar el desarrollo socioeconómico es necesario crear redes turísticas en las que se incluyan y promuevan suficientemente los recursos más importantes que favorezcan y enriquezcan las visitas turísticas y las vinculen al ciclo turístico nacional; a su vez, se presentan deficiencia en el proceso de apoyo de asociatividad, integración y participación de la comunidad en la generación de su propio bienestar; por eso se busca que los pobladores se integren a un negocio para el crecimiento económico y mejor calidad de vida, de esta manera ayudar a los operadores turísticos a posicionarse en el mercado local, regional y nacional la cual los actores turísticos y la población en general tengan conciencia de la importancia que tienen los lugares turísticos.

Por ello se busca que las autoridades tomen conciencia de mejorar el sistema de rutas turísticas, promoviendo el cuidado y limpieza de estas ruinas para generar trabajos e ingresos para esta parte de la población, a la vez conocer la existencia de recursos turísticos materiales y naturales para que los visitantes puedan relajarse, estar en contacto con la naturaleza y disfrutar cada momento acogedor; de tal manera mejorar su cuidado ambiental, bienestar, economía y afianzas con su identidad cultural.

De acuerdo a los antecedentes encontrados, en el entorno internacional se encuentra a Hurtado et al. (2022) en su tesis Modelo de Negocio “Operador Turístico Viajero Valioso”. Ecuador. Tiene como objetivo brindar servicios de entretenimiento turístico mejorando la calidad de vida de adultos mayores, para que disfruten de nuevas experiencias, seguridad y calidad de servicio en todos los paquetes turísticos. Este plan tiene un beneficio para adultos mayores hombres y mujeres entre 60 y 84 años, generación conocida como los “Baby Boomers” con un estatus socioeconómico de clase media y clase rica, lo más importante para

nuestro proyecto es ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad y generar emociones positivas para que continúen viajando con nosotros, por lo tanto, definimos nuestro slogan como “La Libertad de Viajar”. Teniendo como finalidad ser reconocidos como turismo sustentable y amigable con la naturaleza en el Ecuador y la región, y ser una empresa de viajes líder e innovadora en la prestación de servicios turísticos para personas mayores. Como parte de esta misión, nuestro objetivo es determinar la viabilidad operativa, administrativa y financiera de nuestros segmentos de mercado y crecer económicamente como operador turístico.

Este estudio verifica el proceso de especialización turística que están experimentando los centros históricos de las ciudades occidentales a través del caso de Málaga. El objetivo es verificar las políticas de la renovación urbana y su cooperación al turismo en general y del tejido comercial en particular; es decir, dirigido a las necesidades y demandas del turismo, lo cual distancia a la comunidad de sus objetivos la cual tiene reacciones negativas para la población residente. La metodología se combina el análisis espacial y estadístico de variables concentración, diversidad y cambios de usos comerciales, junto con la revisión documental de planes y proyectos. Los resultados revelan que estas políticas han generado la interlocución turística del Centro Histórico de Málaga, concentrados en negocios turísticos que desplazan a los negocios tradicionales como a los residentes. Estos hallazgos destacan el papel del turismo en la legitimación de la gestión neoliberal de la ciudad, que persiste a pesar de la crisis de la COVID-19.

Así mismo el Covid-19 ha afectado a diversos sectores y uno de ellos ha sido el sector turístico a nivel mundial. Por lo anterior, el objetivo de este artículo consiste en informar de forma breve los protocolos que vienen aplicando al sector turístico en Chile en deferencia a la pandemia. Por ello, se realiza una caracterización del Covid-19, por consiguiente, el análisis del sector turístico, de acuerdo a lo planteado por la Organización Mundial del Turismo. Posteriormente se muestra un esquema que reúne los elementos turísticos fundamentales considerando el Covid-19. Se concluye que el covid-19

es un virus que estará presente por varios años y el sector turístico debe adaptar su modelo de negocio para una sustentación durante ese periodo.

Por lo tanto, Ríos et al. (2023) En su trabajo de investigación, crearon un plan de negocios para un alojamiento turístico rural “La Flor” en el pueblo de Santa Teresa de Ibagué, Colombia. Su proyecto es un plan de negocios para un alojamiento rural sustentable en el poblado de Santa Teresa, Ibagué, Tolima. Considerando el impacto de la pandemia COVID-19 de este año y para comprender el estado actual del turismo en todo el mundo, se realizó un estudio cuantitativo y cualitativo del sector desde una perspectiva macroeconómica. La investigación de mercado se utiliza para identificar necesidades, segmentos y clientes potenciales. De igual forma, se presentan los beneficios de ofrecer este tipo de alojamiento en la ciudad y se identifican factores diferenciadores para desarrollar la propuesta de valor. Mientras tanto, la investigación del proyecto se abordó desde una perspectiva sustentable, estableciendo parámetros regulatorios y ambientales que estarán a la vanguardia de las nuevas tendencias turísticas.

Según Cruz del Puerto (2023) en su trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la rentabilidad de las instalaciones turísticas de la ciudad de San Carlos de Bariloche, Argentina, para el período 2020-2021, para su posterior apertura. Por este motivo se desarrolla el correspondiente plan de negocio. Este proyecto se basa en la construcción de alojamientos turísticos catalogados como albergues, prestando servicios de alojamiento a los huéspedes. El objetivo es crear oportunidades de negocios al ser una ciudad con tradición turística, pero en el contexto del COVID-19, por la naturaleza del turismo y la necesidad de los viajeros de contar con opciones de alojamiento seguras, se prefiere esta ciudad.

Según Contreras (2020) en su trabajo de investigación Plan de negocios para la Implementación de una agencia de turismo en Cajamarca. Habla del turismo en el Perú como actividad económica el cual genera numerosos puestos de trabajo con altos ingresos, generando riquezas culturales y naturales que se encuentran a lo largo del territorio nacional, uno de los lugares que conserva la historia de nuestro antiguo Perú es Cajamarca, no solo

porque en ella se dio el encuentro de dos mundos, sino también por la existencia de vestigios de la antigua cultura Cajamarca que pertenecen a la época preincaica y cuyos restos arqueológicos se pueden encontrar en numerosos lugares muy cerca de la ciudad. El turismo tradicional en Cajamarca se basa en las celebraciones del Carnaval, febrero y julio se consideran los meses de mayor actividad. A pesar de contar con centros arqueológicos, este recurso está reutilizado para el turismo, es cierto que Mincetur y Promperú persiguen estrategias de promoción, por consecuencia ninguna de las agencias de viajes locales ofrece recorridos más allá de algunos sitios arqueológicos como Otuzco y Cumbemayo. Se presenta un panorama de un proyecto de investigación basado en la implementación de la Agencia de Turismo en esta región, la cual explota la riqueza arqueológica de Cajamarca, en el recorrido que incluye el complejo arqueológico de Razón, el centro ceremonial Cuntur Wasi y las ruinas de Calapuma.

Asimismo, Espinoza en su trabajo de investigación Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa destinada a servicios turísticos y en la cual se desarrollen actividades de turismo, ubicada en el distrito de Pucusana, Lima, Perú. La presente propuesta tiene como objetivo evaluar el gran potencial de los recursos naturales de esta región, promover el desarrollo y uso racional de estos recursos, y con ello crear oportunidades rentables para los residentes de esta ciudad. Esto promueve una cultura ambiental positiva basada en prácticas turísticas. Durante el estudio se establecen lineamientos para la implementación y factibilidad de la propuesta, definiéndose su factibilidad con base en los siguientes puntos: Plan de marketing; plan operativo. Planificación de recursos humanos y planificación financiera basada teóricamente en Weinberger (2009). El análisis de este sector potencial se logra en el contexto de la introducción de hábitos y cultura ecológicos, lo que lo convierte en otra propuesta que puede tener ventajas empíricas, el nivel financiero y empresarial de esta ciudad.

Gonzales (2022), en su trabajo, identificó la situación de Marcará en Ancash, involucrando a participantes que eran miembros de la Asociación TC Cuyaqui Wayi,

encargada de supervisar las iniciativas turísticas en la comunidad de Vicos desde 2001. Se encontró que el turismo en esta localidad no se estaba promocionando adecuadamente, lo que resultaba en una falta de visitantes. Por lo tanto, se diseñaron estrategias basadas en productos turísticos, alianzas estratégicas y canales de comercialización para mejorar la promoción del turismo en la comunidad de Vicos.

Portocarrero (2023), en su trabajo de investigación, fundamenta que existe una relación entre turismo alternativo y un modelo de desarrollo sostenible en Iquitos. Para determinar este vínculo, realizó entrevistas y encuestas a los habitantes. A través de este enfoque, se corrobora el vínculo que existe entre sí, ambos contribuyen al crecimiento del turismo y al bienestar de la localidad. Se recomienda la promoción de prácticas sostenibles del turismo ya que obtendrían un impacto significativo para la comunidad fomentando un desarrollo equitativo y beneficioso para todos los involucrados en la industria turística local.

Paredes (2020), en su investigación "requerimientos arquitectónicos para un centro ecoturístico dedicado al zoo crianza y aprovechamiento de aves gigantes en la ciudad de Pimentel Lambayeque", tiene como objetivo indagar por una solución alternativa con respecto al resultado negativo que genera el turismo por lo cual se decide determinar las cualidades y número de usuarios de un criadero para colocar en funcionamiento un centro zooturístico. El efecto alcanzado fue que se identificó 2 tipos de usuario en el zoo criadero los cuales se clasifican de manera diferente además que el recinto no tiene un potencial requerido para llegar a ser zooturístico por la deficiente estructura y la ubicación del lugar por lo cual se debe realizar diferentes intervenciones para alcanzar ese potencial de centro zooturístico. El turismo sigue siendo hoy en día uno de los sectores económicos con mayor repercusión y un elemento clave para el desarrollo del país. La generación de divisas y el crecimiento económico basado en «nuevos sectores» –con la creación de nuevos puestos de trabajo– son dos de los potenciales efectos más importantes del desarrollo del sector turístico en una economía Metodología Para la definición del tipo de investigación, se consideró las clasificaciones de (Hurtado, 2000) en su publicación de Metodología de Investigación

Holística; en donde se determinó lo siguiente: Finalidad Aplicada; está dirigida a resolver una problemática, teniendo como principal usuario al turista cultural (nacional o extranjero) y el excursionista local; La propuesta del Centro Turístico Cultural, dará la solución para mejorar las necesidades del turista, y enriquecer el sector Turístico - Cultural en la región complementándolo con el recurso recreativo que presenta el Balneario de Pimentel. El objetivo de este trabajo es mejorar los medios de vida de los residentes de Kura Mori que se han visto obligados a evacuar debido a la emergencia de El Niño, y promover iniciativas que mejoren sus condiciones de vida y mejoren y estimulen la economía local proyecto y plan de negocios. Esta iniciativa conducirá al crecimiento económico a través de la producción y venta de limones premium a empresas ancla, creando así valor compartido. Se propone, analiza y verifica la viabilidad de formar una asociación de agricultores para la producción y comercialización de limones premium, compartiendo soluciones técnicas para paliar la escasez hídrica regional y brindar liquidez en los primeros años Complementada con la introducción de modelos de cultivo de inversión. Concluimos que para que este proyecto sea rentable se requiere un modelo de cultivo común durante al menos los primeros tres años del cultivo del limón. Este modelo permite a los socios de la asociación ganar liquidez mediante la venta de papaya, maíz y frijol durante el período de producción de las plantas de limón. El análisis del flujo económico y financiero muestra que la empresa es rentable con una TIR del 40%, un VAN positivo y un período de recuperación de 4 años. La estacionalidad es un factor que impacta de manera importante en los prestadores de servicios turísticos, especialmente en destinos turísticos específicos. Por ejemplo, los destinos de playa pueden experimentar una alta demanda durante el verano, pero una disminución significativa en el invierno. Esto puede generar desafíos para mantener la rentabilidad y la estabilidad laboral durante las temporadas bajas (Zuloeta, 2021).

Así mismo la presente investigación tuvo como objetivo proponer un plan de Negocio para la rentabilidad de la asociación de artesanas de algodón de colores naturales del Bosque de Pomac. Su metodología fue de tipo de descriptiva propositiva con diseño no experimental

y de enfoque cuantitativo. Se trabajó con una población muestral de 10 artesanas y 3 especialistas, piezas fundamentales que conocían la realidad problemática de la asociación y el sector, respectivamente. Fue aplicado el cuestionario, como instrumento de recolección de datos. Los resultados más resaltantes encontrados fueron que el 40% tienen un nivel alto de conocimiento sobre el manejo, las características de sus productos, el 60% tienen un nivel alto en cuanto a su análisis interno y externo como asociación y el 67% posee un nivel muy alto sobre la realidad financiera de la asociación por lo que, considera importante la propuesta del plan de negocio. Se concluyó que, el plan de negocio propuesto permitió profundizar el análisis de los productos que ofrecen, conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta la organización artesanal y determinar las estrategias de marketing, plan operativo y evaluación financiera, punto básicos e importantes que lograron concluir la rentabilidad positiva de la asociación.

Por consiguiente, la investigación se justifica con la problemática desde el nivel local, nacional, e internacional por lo que se requirió un estudio referencial de estudios anteriores, dicha investigación nos permite poner en práctica los conocimientos adquiridos en la vida universitaria, la cual, es necesario concientizar a todos los pobladores al cuidado y conservación de los lugares turísticos, para impulsar el reconocimiento por parte de los visitantes y gracias a ello generar negocios de inclusión. Esto se encuentra relacionado con los negocios inclusivos que son prioridades empresariales económicamente beneficiosos y responsables de un gran beneficio que incorpora a sus cadenas de valor a personas de bajos ingresos, ayudando a mejorar su calidad de vida.

En este trabajo se aplicó una encuesta a 590 pobladores, la cual ayudo a tener una idea más clara del porque no son reconocidos y cuidados adecuadamente los centros turísticos de este lugar.

1.2 Formulación del problema

Problema General

¿De qué manera se podrá realizar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023?

Problemas Específicos

¿Cuáles son los lugares necesarios para definir un negocio turístico de una propuesta de un modelo turístico en el Distrito de Reque?

¿Qué negocios inclusivos adecuados se podrá generar dentro de un modelo de negocio turístico en el Distrito de Reque?

¿De qué manera se podría diseñar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque?

1.3 Hipótesis

H1: El modelo de un negocio turístico generará negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.

H0: El modelo de un negocio turístico no generará negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.

1.4 Objetivos

Objetivo General

Realizar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque 2023

Objetivos Específicos

- Definir los lugares turísticos para la propuesta de un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.
- Generar negocios inclusivos adecuados para realizar un modelo de un negocio turístico en el distrito de Reque, 2023.

- Diseñar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.
- Validar un modelo de un negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.

1.5 Teorías relacionadas al tema

Negocio Turístico

Definición:

Es una herramienta en que la organización lleva a cabo su oficio y manifiesta cuál es el conocimiento profundo que formula como poder adaptar un valor al consumidor, la cual es rentable para la empresa ya que permite realizar una observación completa, por ello es utilizada como instructores estratégicos que permiten tener la claridad por lo que se ofrece una solución a una necesidad del mercado (González, 2021). Es decir, son instrumentos que ayudan a describir la forma de como una empresa distribuye y captura la atención de los clientes dentro de un segmento de mercado.

Asimismo, un negocio turístico es describir cómo una organización propone, crear y capturar valor, lo que permite tener una visión holística de la forma en que las organizaciones realizan los negocios, que se esfuerzan para proporcionar un mayor valor agregado a los viajeros, la cual son negocios de unidad de producción tanto social como económico (García, 2024). Aportar que un negocio de turismo implica realizar actividades comerciales como congresos, convenciones, reuniones y viajes de incentivo a trabajadores.

Importancia

De acuerdo a Gonzalez (2023) indica que la importancia de un negocio turístico está relacionada con identificar la evolución, estructura de las influencias de área de estudio. El negocio turístico se presenta frecuentemente como una herramienta para el crecimiento económico cultural.

Características

Asimismo, Elson (2021) manifiesta que un negocio turístico tiene las siguientes características:

- Facilita oferta de valor.
- Es creativo y detalla la información de los datos objetivos.
- Permite definir visiblemente a los clientes.
- El propósito principal es la rentabilidad.
- Permite detallar las actividades y recursos a emplear dentro del modelo.

Componentes

Según, Paredes (2021) muestra que los componentes son los siguientes:

Temática

Determinar la temática del negocio a desarrollar, de acuerdo al lugar donde se va llevar a cabo, ya sea de carácter cultural o natural de acuerdo a las actividades a realizar.

Recursos y atractivos

Es la presencia de recursos naturales y atractivos que son valiosos para los turistas por su belleza natural o su valor natural e histórico.

Según el MINCETUR (2018), definen atractivos turísticos como manifestaciones naturales histórico tangibles, riquezas arqueológicas, grandes tradiciones y valores que forman la base del producto turístico. Gracias a sus características, ofrecen un gran potencial turístico, y por lo tanto, brindan al turista o visitante aceptación y atención a nuevas experiencias.

Atractivo Natural

Todos estos son elementos de la naturaleza que, por sus características, pertenecen al potencial turístico del lugar donde se ubican. Estos incluyen montañas, cañones, estanques, manantiales, cascadas y áreas naturales protegidas.

Actividades Turísticas

López et al (2021) nos dice que los atractivos turísticos buscan independencia de sus atractivos propios fomentando otras actividades adicionales y paralelas al comercio. Son el tipo de actividades turísticas, deportivas, de ocio y culturales que tienen un gran potencial y un gran valor y motivación.

Tipos de Negocios Turísticos

Según Feliu (2020) comentan que muchas entidades venden servicios que satisfacen las necesidades del turista, a continuación, se menciona los tipos:

Movilidad: Lleva a los turistas a los diferentes puntos que desean visitar, ya sea desde su lugar de origen a su destino final.

Alojamiento: Lugar donde los visitantes pueden dormir, descansar y relajarse; normalmente estos habientes de hospedaje se brindan como parte significativa de la experiencia de viaje, gracias a sus infraestructuras y amenidades.

Alimentos Saludables: Además de la necesidad primaria de alimentarse, una acción preciosa de la experiencia de viaje es degustar alimentos de la región, así como socializar y divertirse.

Tours acompañado de guía: Los guías turísticos ofrecen recorridos a atracciones locales como monumentos, museos, edificios históricos y otros lugares de interés. Brindan datos interesantes sobre los lugares, lo que a menudo hace que la experiencia sea más placentera y valiosa para los turistas.

Dimensiones de Negocio Turístico

Factores Medioambientales

Ricalde (2020) en su tesis "Factores que influyen en la actividad turística y el desarrollo turístico en la localidad de Huarochirí, en el periodo 2019". Nos dice que surge un interés de conocer la relación entre los factores medioambientales de la actividad turística y el desarrollo turístico, considera que los factores

medioambientales, económicos, infraestructura, tecnológico, demográfico son necesarias para promover el turismo.

- ✓ El cuidado de los lugares turísticos del distrito de Reque debe ser conservados eficientemente.
- ✓ Las ruinas del Distrito de Reque deben ser salvaguardadas por los pobladores.
- ✓ El trayecto a las zonas turísticas del distrito de Reque se encuentra totalmente limpias y en buen estado.

Factores Económicos

Montalván et al (2020) Considera que el producto más exportado en el Perú es el cobre y tiene como principal mercado a China y Japón y Perú es el segundo productor de este mineral. Nos dice que la exportación, el precio y la inversión en el mineral cobre influyen en el crecimiento económico del país.

- ✓ La venta de productos será el medio apropiado para promocionar la ruta turística.
- ✓ La venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer el nuevo proyecto de ruta turística.
- ✓ El merchandising aplicado a la nueva ruta, desarrollara el interés por conocer una nueva ruta.

Factores Socioculturales

De la Cruz et al (2019) nos dice que varias ciudades y localidades del Perú han implementado y lanzado marcas con el pasar del tiempo, la cual esto ayuda al turismo y a la exportación de las regiones ya que da ha conocer los atributos de la ciudad o del pueblo de donde se procede la marca.

- ✓ Le gustaría que la nueva ruta turística propuesta cuente con las instalaciones turísticas básicas para la satisfacción del turista.
- ✓ La ruta turística debe estar orientada al turismo de naturaleza y al turismo cultura.
- ✓ Para el turista aventurero, estaría bien implementar actividades de aventura.

Negocios Inclusivos

Méndez (2022) Son iniciativas empresariales económicamente rentables, ambiental y socialmente responsables, que incorporan en sus cadenas de valor a comunidades de bajos ingresos y mejoran su calidad de vida, contribuyendo a que las empresas se desarrollen de forma sostenible y amplíen sus segmentos de mercado hacia sectores de la población de bajos ingresos, a su vez, promueven que las personas en entorno de pobreza obtengan las oportunidades que ofrece el mercado y la dinámica del sector empresarial. Es decir, los negocios inclusivos, son un mecanismo primordial para el progreso y el crecimiento económico, ya que esto genera oportunidades de mejorar la calidad de vida en segmentos de escasos recursos.

Los negocios inclusivos tienen la característica de ser redes de trabajo conjunto en el que pueden destacarse organizaciones grandes llamadas ancla que favorecen en el desarrollo de los pequeños productores reconocidos como vulnerables (Montoya, 2022). Es decir, deben abastecer bienes y servicios que mejoran la vida de las personas y así tener un efecto positivo.

Características

Según López (2021) un grupo de organizaciones de referencia mundial estableció las siguientes características:

- Involucrar voluntarios de la base de la pirámide.
- Búsqueda de viabilidad financiera.
- Desarrollo del negocio en escala.
- Medición y gestión del impacto en la base de la pirámide.

Dimensiones de Negocios inclusivos

➤ Recursos Claves

Según Ruiz (2023) Comenta que los recursos claves son todos los activos que necesita una empresa para poder desarrollar y ofrecer sus productos o servicios, permitiendo crear y brindar una efectiva propuesta de valor, asimismo, llegar a los segmentos de clientes para generar ingresos que garanticen estabilidad y éxito del negocio, por ello se considera que los recursos claves dentro del trabajo de investigación son los folletos informativos, publicidad efectiva que ayudara a la trasmisión del modelo de negocio turístico.

➤ Material Informativo

Es un conjunto de materiales que son elaborados con el objetivo de ser empleados en el proceso de enseñanza, proporcionando una información verídica y estructurada a la realidad, por medio de redes sociales (Coronado, 2022). Asimismo, se obtendrá una comunicación efectiva con los turistas que desean visitar los centros turísticos del distrito de Reque.

➤ Socios Claves

Por lo tanto, Silva (2021) indica que son aquellos que participan de los dividendos, gracias a su aporte de trabajo o instrucciones, ya sea asistencia técnica o en general a ciertos compromisos que se comprometen a cumplir a favor del mercado comercial, de tal manera que tenemos como socio clave a la Municipalidad del distrito de Reque ya que ellos nos ayudaran a buscar a patrocinadores que se encuentren interesados en invertir en el proyecto, además buscará invertir en negocios inclusivos para el desarrollo cultura del distrito, también hoteles para que los turísticas cuenten con alojamiento y estadía muy cómoda.

➤ Estructura de costos

Para, Rodríguez (2024) Explica que es un proceso de establecer los costos dentro de una empresa y así mejorar la toma de decisiones, teniendo en cuenta los productos a comercializar, los tipos de costos, aspectos relativos a la gestión y acercamiento a los clientes, asimismo, permite crear métodos para organizar la economía del negocio en un

plano general y de manera específica ofreciendo seguridad y confianza que necesitas para tomar decisiones informadas a la viabilidad del proyecto.

➤ **Movilidad y alimentación**

Según Riquelme et al (2022) Manifiesta que la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación. Dentro de ello se tiene a los alimentos que son una prestación de servicio gastronómico, de los propietarios relacionado con la elaboración, prestación y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, conseguirán prestar distintos servicios adicionales como diversión, animación y entretenimiento.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de Investigación

Tipo de investigación: Descriptiva

Merino et al. (2020) El Tipo de investigación fue descriptiva, cuantitativo ya que se describió las dos variables en estudio, en relación al escenario desarrollado, que comprendió la situación de cada una de las variables estudiadas según la problemática identificada.

De acuerdo, Buriticá (2017) Manifiesta que es un conjunto de métodos y programaciones lógicos y expertos que responden a las preguntas: quién, dónde, cuándo y cómo; dicha investigación busca detallar aspectos importantes de un fenómeno que se somete a análisis.

Por lo tanto, Córdova et al. (2022) La investigación descriptiva determina al fenómeno en estudio que es el modelo de negocio con sus respectivas definiciones, características e importancia, tal cual se realizó con la otra variable.

Este estudio cuenta con una serie de cuestiones a las que se denomina variables y se recoge información sobre cada una de las variables, para describir lo más detalladamente posible.

La investigación descriptiva nos ayudó a detallar las particularidades más relevantes del problema de estudio, en lo que corresponde a su principio y desarrollo. El propósito fue describir el problema cómo es y cómo se presenta dentro de la propuesta de un negocio turístico para generar negocios inclusivos

Propositiva

El autor, Soto (2020) Consiste en elaborar un diagnóstico preciso de la realidad que se desea intervenir para después elaborar estrategias o un modelo pedagógico que permita solucionar el problema detectado o explicar la solución de manera práctica.

Dicha investigación involucra crear, diseñar o elaborar planes de proyectos, siendo viable y con sustento metodológico.

Diseño de investigación

El presente proyecto es NO EXPERIMENTAL porque no se manipula ninguna variable.

2.2 Variables y Operalización

Variable Independiente: Negocio Turístico

Definición Conceptual

Negocio turístico es un emprendimiento que realizan las personas para dar a conocer algún bien o servicio a través de algunas actividades que realizan en sus viajes y estancias en lugares distinto a su entorno que permite desarrollar las virtudes que tiene un determinado lugar turístico. (González, 2021)

Definición Operacional

Conocer los lugares turísticos, para ampliar conocimientos intelectuales

Variable Dependiente: Negocio Inclusivo

Definición Conceptual

Son iniciativas empresariales económicamente rentables y socialmente responsables de un gran beneficio que incorpora a sus cadenas de valor a personas de bajos ingresos (Iglesias 2020)

Definición Operacional

Prevalecer negocios inclusivos para crear valor dentro de la población y desarrollo de socio actividad económica.

Tabla 1

Variable de Operacionalización – Variable independiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumento	Valores Finales	Tipo de Variable	Escala de medición
Variable Independiente: Negocio turístico	Factores Medioambientales	Protección de Recursos Naturales	1-3	Encuesta	Escala de Likert	Categoría	Ordinal
	Factores Económicos	Crecimiento económico local	4-5				
	Factores Socioculturales	Identidad cultural y turística	6-8				

Tabla 2

Variable de Operacionalización – Variable dependiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumento	Valores Finales	Tipo de Variable	Escala de medición
Variable Dependiente: Negocios Inclusivos	Recursos Claves	Material informativo	9-11				
	Socios Claves	Municipalidad Distrital	12-14	Encuesta	Escala de Likert	Categoría	Ordinal
	Estructura de costos	Movilidad alimentación	y 16-18				

2.3 Población de estudio, muestra, muestreo y criterios de selección

Población

Según Vizcaíno et al (2023) comenta que la población es el conjunto de todos los individuos (personas, objetos, eventos, etc.) en donde se realizará el estudio, estos deben contar con las características de lo que es objeto de estudio, asimismo, no solo debe ser entendida como un conjunto, sino también ser identificadas y analizadas con precisión. De acuerdo con esta investigación la población estará constituida por un total de 590 pobladores del Distrito de Reque (Lugares turísticos); por ello fue necesario obtener una muestra ya que es una cantidad máxima para realizar la encuesta.

Muestra

De acuerdo, Ojeda (2020) nos dice que es una parte representativa específica de la población con características generales similares de la población.

La fórmula para la muestra apropiada y específica fue la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

N= Tamaño de la población = **590**

Z= Si el nivel de confianza es del 90%, el valor de distribución normal es **(1.64)**

e= Error de estimación = 10% **(0.1)**

p= Proporción de los pobladores = 50% **(0.5)**

q= Proporción de los consumidores no satisfechos= 50% **(0.5)**

n= Tamaño de la muestra necesaria.

$$n = \frac{(1.64)^2(0.5)(0.5)(590)}{(0.1)^2(590 - 1) + (1.64)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 60$$

Muestreo

La estrategia utilizada en la encuesta es no probabilística en el sentido de que los elementos de la muestra se seleccionan en base a ciertos criterios anticipadamente establecidos. Para ello, el trabajo de investigación tiene una muestra de 60 personas, dicho estudio se enfoca precisamente para establecer el contexto actual de los pobladores.

Criterios de Selección: En la presente investigación se ha incluido al sector de Montegrande, excluyendo a personas menores de 18 años, además se realizó un muestreo no probabilístico aleatorio para seleccionar la muestra, por consiguiente, son de 590 habitantes, solo encuestados a 60 personas de acuerdo al resultado de la fórmula mencionada anteriormente.

2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica de recolección de datos:

Encuesta: Una encuesta es una serie de procedimientos, en el cual el investigador va recopilando información mediante cuestionario, sin necesidad de modificar el entorno ni el fenómeno de estudio, para visualizarlo en forma gráfica o de tabla (Reyes, 2019).

Validez

Mediante el proceso de validez se alcanzará a medir los instrumentos, la obtención de datos requeridos en la investigación como es la encuesta con el propósito de examinar y definir la relación que hay en ambas variables predeterminadas.

Asimismo, Corral (2022) comenta que es el nivel en que un instrumento realmente mide la variable a investigar, llegando a conducir a las conclusiones, en este caso al modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos, la cual se apreció la validez como el evento de que una prueba sea concebida, elaborada y aplicada a lo que se presenta medir.

De la misma manera, el instrumento pasa por un proceso de validación y es realizado con la finalidad de validar los instrumentos de la encuesta por profesionales expertos que consideran que nuestro formato está listo para ser aplicado, nuestro instrumento fue validado por 3 expertos en administración.

Los expertos encargados de validar el instrumento son los siguientes:

- ✓ Mg. Carla Angelica Reyes Reyes.
- ✓ Mg. Carlos Miguel Mora Yaipén.
- ✓ Iván Medardo Morales Chavarry.

Confiabilidad

Medina et al. (2020) Detalla que esta refiere a la precisión y consistencia de información, atada a la precisión de puntuaciones u otra información de un grupo de personas. Es decir, la confiabilidad se determina mediante métodos como prueba de fiabilidad de coeficiente de Kuder – Richardson o coeficiente del Alfa de Cronbach.

Asimismo, es una consistencia de un instrumento de medición precisamente de las puntuaciones que se adjudique por parte del encuestado. Este proyecto de investigación tiene un coeficiente de confiabilidad del 90% (0.90), que según la escala de Cronbach es definido como dimensión muy alta, de esta manera se constató que el instrumento diseñado es válido y confiable para ser aplicado a la muestra objeto de estudio, contando con 18 elementos que son las preguntas , donde se demuestra que el mínimo valor admisible para el coeficiente es de 0,70 debido que si el valor es menor se considera que la consistencia de la escala empleada es baja, por otro lado si el resultado es mayor a 0,90 se medita que hay redundancia, en el caso de la investigación el coeficiente es de 0.866 siendo aceptable.

Figura 1

Confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,866	18

Fuente: Procesamiento en SPSS

2.5 Procedimiento de análisis de datos

Es la recopilación, transformación, limpieza y modelado de datos para obtener información útil e interesante; por ello el trabajo de investigación cumplirá con los siguientes

elementos y pasos respectivos para obtener resultados que serán interpretados a fin de determinar las conclusiones y recomendaciones. Después de haber recolectado los datos tabulados, teniendo la ayuda del Excel, utilizaremos el SPSS como explorador de datos, obtenidos con el instrumento previamente sometido a la confiabilidad y validez.

Siguiendo un procedimiento de análisis de datos, para examinar y desarrollar información sobre la encuesta planteada, se realiza lo siguiente:

1. **Excel:** Herramienta para tener información de datos, el cual también se realizan cálculos para un seguimiento de alguna información.
2. **Codificación de la información:** Consiste en identificar datos importantes y describirlo mediante un texto identificando conceptos y relaciones entre ellos.
3. **Tabulación de los datos:** Información en la cual consiste en realizar una tabla con resultados obtenidos, tras la recopilación de datos.
4. **Gráfico o figura:** Transmite información informativa y en una tabla ofrece una información más precisa.
5. **Análisis de Datos:** Convierte datos sin datos sin procesar información.
6. **Interpretación:** Es la atribución de sentido, motivos y explicación de la acción.
7. **Alfa de Cronbach:** Es el que permite cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida, se utiliza para la confiabilidad de un instrumento.

2.6 Criterios éticos

Los criterios éticos del trabajo de investigación se basan en los principios de acuerdo a la actividad de investigación, protegiendo a la persona con respeto y diversidad, de acuerdo a su consentimiento y conocimiento del objeto de estudio. En el Código de Ética en Investigación de la USS S.A.C, entre ellas están:

Principios generales que rigen la actividad de investigación científica

- Credibilidad: La información que se proporciona es verdadera, la cual son mostrados en el resultado final.
- Consentimiento de la información: La información ha sido obtenida mediante una encuesta; aplicado a todos los ciudadanos que viven cerca de los lugares turísticos y de esta manera confirmar su participación. Antes de realizar la encuesta se le brindó una breve explicación, ante ello se indicó que las respuestas son confidencialmente anónimas.
- Protección de la persona basada en su dignidad y la diversidad sociocultural.
- Cumplimiento de los criterios éticos aceptados y reconocidos por la comunidad científica.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados

Tabla 3

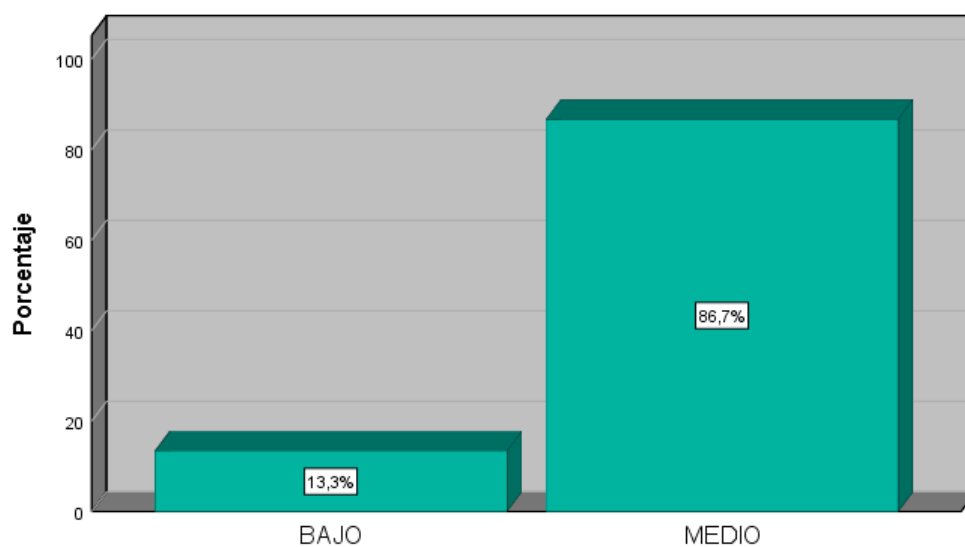
Negocio Turístico

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	8	13,3%
	Medio	52	86,7%
Total		60	100,00

Fuente: Base de datos del cuestionario.

Figura 2

Negocio Turístico



Nota: De acuerdo a los resultados obtenidos se da a conocer que la variable negocio turístico se encuentra en un nivel medio con un 86,7 % seguidamente con un nivel bajo de 13,3%; es decir, la población de reque se encuentra en un nivel medio de interesados para desarrollar el proyecto de un modelo de negocio turístico generando negocios inclusivos y así mejorar la calidad de vida de la población.

Tabla 4

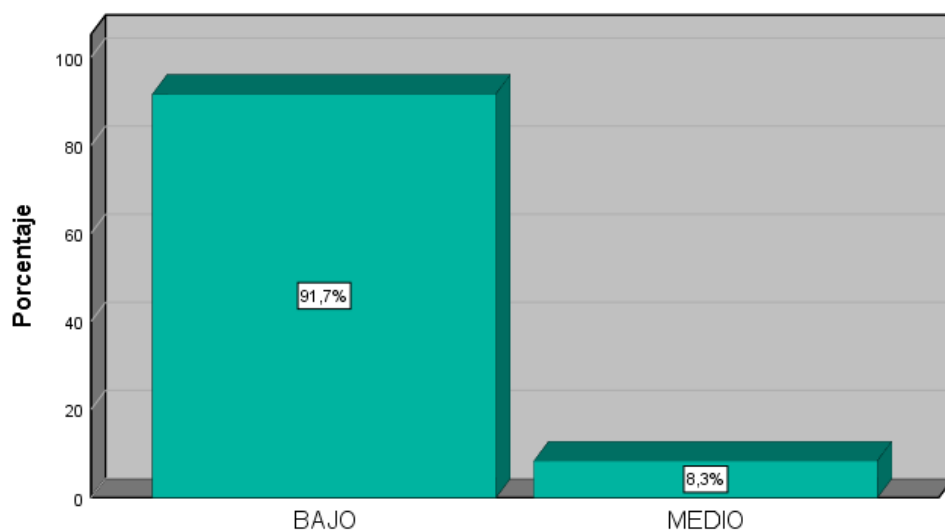
Negocio Turístico: Dimensión – Factores medioambientales

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	55	91,7%
	Medio	5	8,3%
Total		60	100,00

Fuente: Base de datos del cuestionario.

Figura 3

Negocios Turísticos: Dimensión – Factores medioambientales



Nota: De acuerdo a la figura, dimensión factores medioambientales se encuentra en un nivel bajo con 91.7% y un nivel medio de 8.3%; con respecto a lo observado los pobladores indican que no se tiene un buen cuidado a los centros turísticos que tiene el distrito de Reque.

Tabla 5

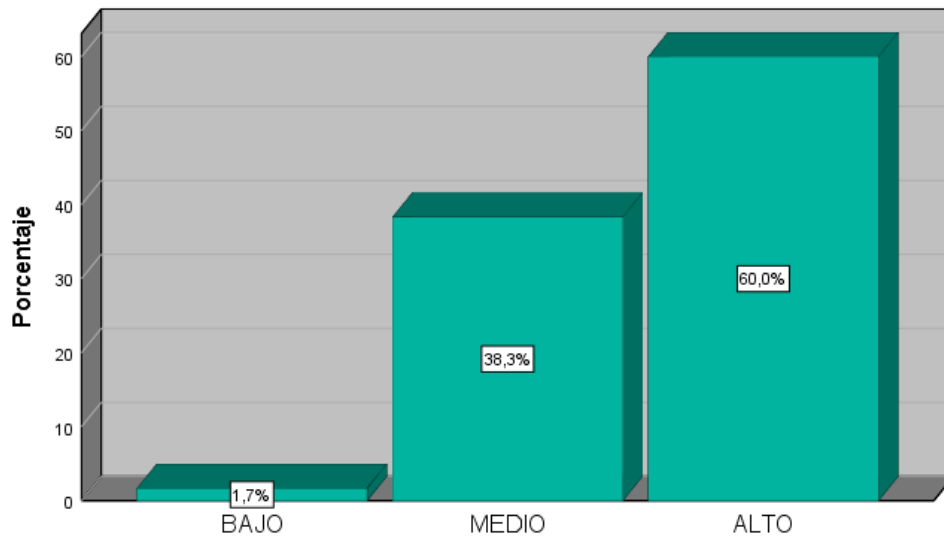
Negocio Turístico: Dimensión – Factores económicos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	1	1,7%
	Medio	23	38,3%
	Alto	36	60,0%
Total		60	100,00

Fuente: Base de datos del cuestionario.

Figura 4

Negocios Turísticos: Dimensión – Factores económicos



Nota: De acuerdo a la figura, dimensión de factores económicos se visualiza que está en un nivel alto con 60%, seguido de un nivel medio de 38.3% y finalmente un nivel bajo de 1.7%, se considera que los medios empleados dentro de la promoción para dar a conocer los lugares turísticos si son los apropiados.

Tabla 6

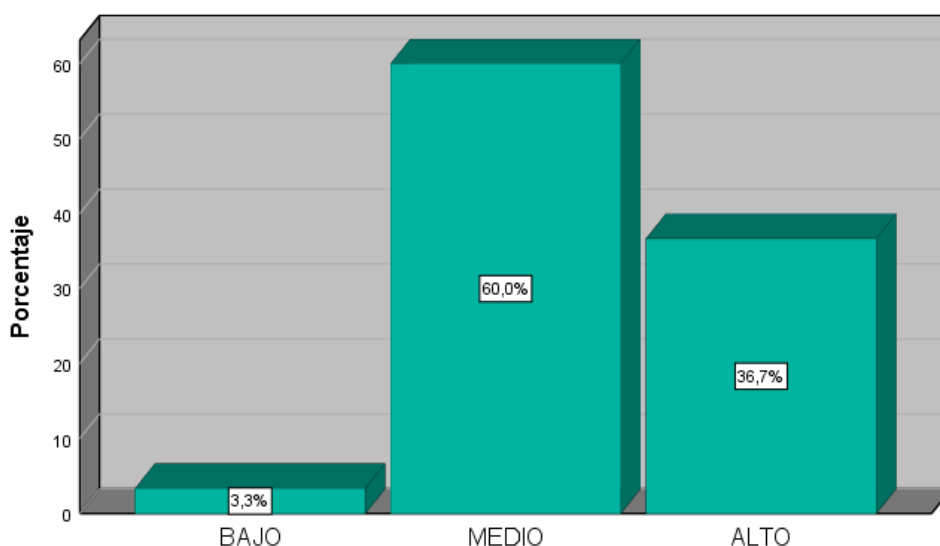
Negocio Turístico: Dimensión – Factores socioculturales

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	2	3,3%
	Medio	36	60,0%
	Alto	22	36,7%
Total		60	100,00

Fuente: Base de datos del cuestionario.

Figura 5

Negocio Turístico: Dimensión – Factores socioculturales



Nota: De acuerdo a la figura, dimensión de factores socioculturales, se observa que está en un nivel medio con un 60%, nivel alto con 36.7% y un nivel bajo de 3.3%; es decir, los encuestados consideran que dentro del negocio turístico se debe implementar actividades de aventura, asimismo debe estar orientado para todos los visitantes.

Tabla 7

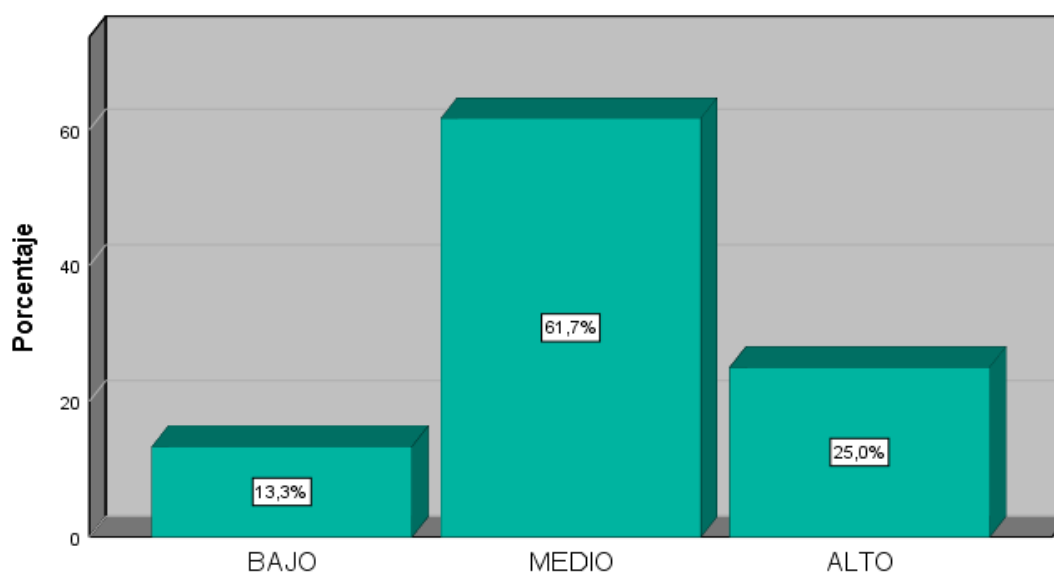
Negocios Inclusivos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	8	13,3%
	Medio	37	61,7%
	Alto	15	25,0%
Total		60	100,00

Fuente: Base de datos del cuestionario.

Figura 6

Negocios Inclusivos



Nota: De acuerdo a las estadísticas obtenidas, la variable negocios inclusivos está en un nivel medio con 61,7%, indicando que el generar negocios inclusivos dentro del distrito de reque ayudará a que la población cuente con ingresos económicos, asimismo, cuenta con un nivel alto de 25% aceptando que dicho proyecto será beneficioso para el distrito y finalmente en el nivel bajo se encuentra un 13,3% de la población.

Tabla 8

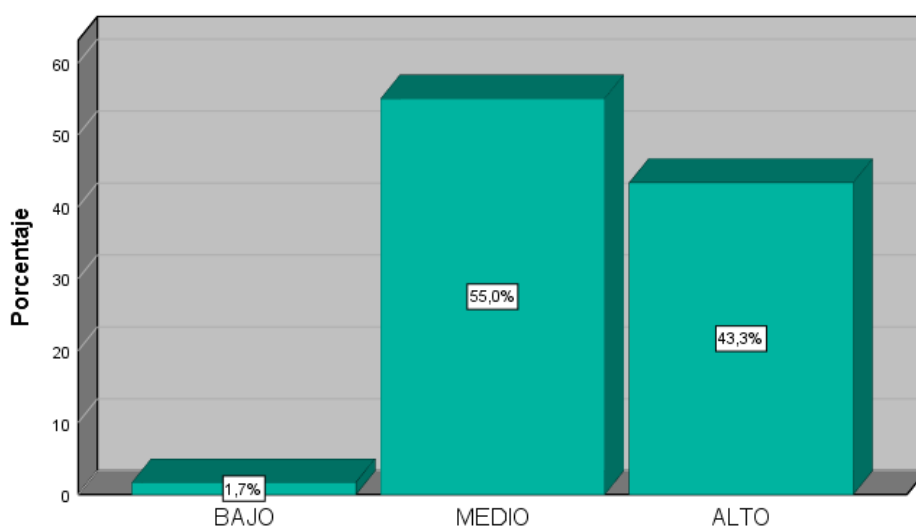
Negocios Inclusivos: Dimensión – Recursos claves

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	1	1,7%
	Medio	33	55,0%
	Alto	26	43,3%
Total		60	100,00

Fuente: Base de datos del cuestionario.

Figura 7

Negocios Inclusivos: Dimensión – Recursos claves



Nota: De acuerdo a la figura, de la dimensión recursos claves se observa que tiene un nivel medio con un 55%, un nivel alto de 43.3% y un nivel bajo de 1.7%; es decir, todos los recursos claves como: los folletos, publicidad efectiva puede que ayude difundir la información de los negocios inclusivos, la cual beneficiará positivamente a los pobladores.

Tabla 9

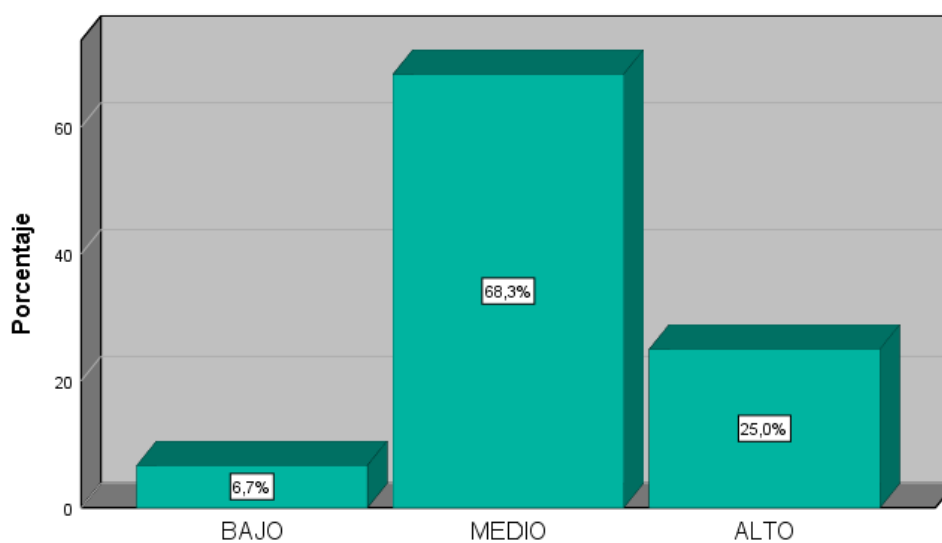
Negocios inclusivos: Dimensión – Socios claves

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	4	6,7%
	Medio	41	68,3%
	Alto	15	25,0%
Total		60	100,00

Fuente: Base de datos del cuestionario.

Figura 8

Negocios inclusivos: Dimensión – Socios claves



Nota: De acuerdo a la figura, dimensión de socios claves se encuentra en un nivel medio con 68.3%, un nivel alto con 25% y finalmente un nivel bajo con 6.7%; se aprecia que los socios inmersos en este proyecto puede que aporten algo bueno a las actividades a realizar o también se considera que no tengan ningún aporte.

Tabla 10

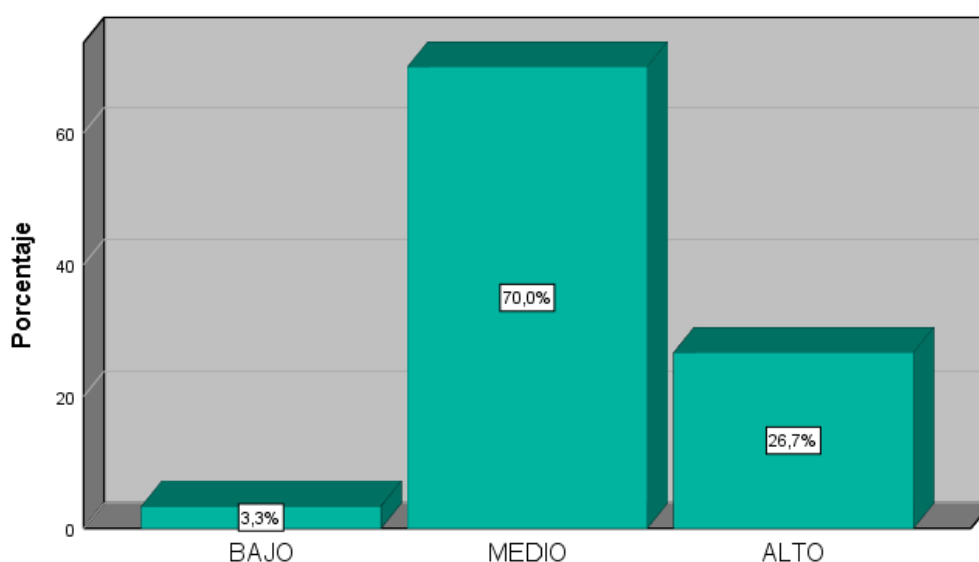
Negocios inclusivos: Dimensión – Estructura de costos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	2	3,3%
	Medio	42	70,0%
	Alto	16	26,7%
Total		60	100,00

Fuente: Base de datos del cuestionario.

Figura 9

Negocios inclusivos: Dimensión – Estructura de costos



Nota: De acuerdo a la figura, dimensión de estructura de costos se observa que está en un nivel medio con un 70%, seguido de un nivel alto de 26.7% y finalmente un nivel bajo de 3.3%; en cuanto a lo observado los pobladores manifiestan que los negocios inclusivos estarán acordes con la economía de los visitantes.

3.2 Discusión

En referencia del objetivo general: **Realizar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque 2023.**

Se plantean 4 objetivos específicos para realizar una investigación concreta y específica para poder realizar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque, mejorando el reconocimiento de dichos centros atractivos del distrito, creando negocios en estos lugares para obtener ingresos económicos en la población.

Respecto al primer objetivo específico: **Definir los lugares turísticos para la propuesta de un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.**

De acuerdo a los resultados se puede decir que los lugares turísticos de reque son poco reconocidos, se busca definir y describir cada lugar incrementando así la demanda turística en el distrito de Reque. Dentro de los lugares turísticos de Reque se reconocen 4, por los siguientes nombres, (Cerro de Reque), donde podemos observar figuras de animales e instrumentos dibujados en la piedra por los antiguos;(Siete Techos), considerado como un centro religioso del patrimonio cultural con una antigüedad aproximada de 1,500 años, se aprecia que son ceramios enterrados y muros de barro; (La toma), es un recorrido al mar que proviene desde el río Chancay, este capta las aguas por filtración de las cooperativas Tumán y Pomalca, la bocatoma o también llamada toma es un atractivo turístico muy bonito en el cual los visitantes podrían disfrutar de la naturaleza y de darse un rico chapuzón en unión de su familia o grupo de amigos.

Respecto al segundo objetivo específico: **Generar negocios inclusivos adecuados para realizar un modelo de negocio turístico en el distrito de Reque, 2023**

De acuerdo con los resultados se plantea crear negocios inclusivos para obtener ingresos económicos beneficiosos para la población. Para ello planteamos un modelo de negocio turístico el cual vamos a incluir la exposición y venta de la gastronomía y artesanía

del distrito de Reque. Considerando, así como platos típicos (arroz con pato, ceviche, tortita de choclo, choclo asado, humitas, chicha de jora, pepean de pavita), artesanía (boca de león, cerro de reque, siete techos, venta de alfombras bordadas, etc.) lugares recreativos)

Respecto al tercer objetivo específico: **Diseñar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.**

Se plantea el diseño de modelo turístico en el cual hemos planteado los siguientes puntos importantes y fundamentales para la realización.

Dentro de nuestros socios claves tenemos que trabajar en conjunto con la Municipalidad Distrital de Reque, Empresa de Transportes y la empresa patrocinadora Cobra; para ello, realizaremos reuniones con todos los socios planteando ideas, buscamos un personal capacitado, equipamiento mobiliarios estructura los gastos administrativos, compra de equipo, remuneración al personal. Se busca brindar un servicio de entretenimiento para el público en general, ofreciendo así paquetes de promociones mediante redes sociales, volantes, etc.

La segmentación de clientes consideramos la población de distrito de Reque, turistas y generaríamos ingresos con la venta de alimentos, venta de entradas, venta de boletos para los juegos. Todo lo planteado y diseñado para el modelo de negocio.

En referencia al cuarto objetivo específico: **Validar un modelo de un negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.**

Se considera que al validar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque 2023 se traza un mercado objetivo con éxito.

Se crea un nuevo negocio para beneficio de la población y del distrito, sacando provecho al lugar turístico y haciéndolo más productivo y reconocido.

La investigación buscó determinar la relación entre cada una de las dimensiones de las variables negocio turístico (Factores medioambientales, factores económicos y factores socioculturales), con la variable negocios inclusivos (Recursos claves, socios claves y estructura de costos) en el Distrito de Reque.

La encuesta utilizada fue de 18 preguntas la cual fue validado por tres expertos colegiados en administración, contando una alfa de Cronbach 0.866, la cual es alta y confiable; asimismo, la mayor limitación de la investigación es que los pobladores del distrito están de acuerdo en que se llevara a cabo el proyecto de dar a conocer los negocios o lugares turísticos para implementar negocios inclusivos de acorde a las necesidades que pueda tener los visitantes.

De acuerdo a la primera variable negocios turísticos, los encuestado indican que no se tiene una buena conservación y cuidado de los lugares turísticos del Distrito de Reque, por ello no cuentan con turistas, resaltar en la figura 2 de la dimensión factores medioambientales indican que el 91.7% no fomentan el cuidado de estos lugares turísticos, por ello se busca que el proyecto se implemente para un mejor desarrollo de la población. En cuanto a la variable de negocios inclusivos, los pobladores desean contar con iniciativas empresariales económicamente rentables y socialmente responsables de un gran beneficio que incorpora a sus cadenas de valor, asimismo en la figura 6 dimensión recursos claves, con un nivel medio de 68.3%, ayudará a promocionar adecuadamente a los productos que se va a ofrecer dentro de los lugares turísticos, además se tendrá socios claves que aportaran a las actividades a realizar y de tal manera se apoyará a tener movilidad gratis por un mes brindado por la Municipalidad del Distrito de Reque.

Se concluye que las dos variables están relacionadas entre sí, afirmando que se tiene la evidencia suficiente para indicar que tienen correlación, tal como se ha observado en los resultados mostrados anteriormente.

3.3 Aporte de la investigación

Modelo de un negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque

1. Introducción

El distrito de Reque posee un patrimonio turístico que incluye tres lugares destacados: Boca Toma, Siete Techos y Cerrillo de Reque. Sin embargo, estos atractivos no han sido aprovechados adecuadamente como fuente de ingresos económicos para la comunidad local, presentando una oportunidad para desarrollar un modelo de negocio turístico que impulse el desarrollo económico sostenible de la región.

Teniendo en cuenta, que Reque, ubicado en la provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque, es un distrito con una historia y diversidad cultural, basando en su ubicación estratégica y su clima favorable que lo convierten en un destino potencial para diversos tipos de turismo, incluyendo el ecoturismo, turismo cultural y turismo de aventura; no obstante, la falta de una estrategia integral de desarrollo turístico ha limitado el aprovechamiento de estos recursos.

La comunidad de Reque posee un valioso conocimiento tradicional y habilidades artesanales que pueden enriquecer la experiencia turística. Integrar estos elementos en un modelo de negocio turístico no solo puede aumentar el atractivo del destino, sino también preservar y promover la identidad cultural del distrito; creando una oportunidad única para desarrollar un turismo que sea tanto económicamente beneficioso como culturalmente enriquecedor.

Por ende, la implementación de un modelo de negocio turístico inclusivo en Reque no solo busca potenciar los atractivos turísticos, sino también generar oportunidades económicas para la población local, especialmente para aquellos que enfrentan dificultades para encontrar empleo en el sector empresarial tradicional. Según la encuesta realizada a los habitantes, el 61.7% están de acuerdo en que el desarrollo de estos centros turísticos puede

generar negocios inclusivos, lo que demuestra un alto nivel de aceptación y expectativa por parte de la comunidad.

Basándose, en que el turismo inclusivo va más allá de la accesibilidad física; implica la creación de experiencias que sean disfrutables y significativas para todos, independientemente de sus capacidades o condiciones socioeconómicas. Por lo tanto, en el contexto de Reque, esto significa desarrollar actividades turísticas que no solo sean accesibles para visitantes con diversas necesidades, sino que también involucren activamente a la comunidad local en todos los aspectos de la cadena de valor turística.

Además, el turismo inclusivo en Reque tiene el potencial de abordar desafíos sociales más amplios, como la desigualdad económica y la falta de oportunidades laborales; ya que, al crear negocios inclusivos en torno al turismo, se pueden generar empleos y fuentes de ingresos para grupos tradicionalmente marginados, incluyendo mujeres, jóvenes y personas con discapacidad; por lo que, esto no solo mejora la calidad de vida de estos grupos, sino que también fortalece el tejido social de la comunidad y contribuye a un desarrollo más equitativo y sostenible del distrito.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Desarrollar un modelo de negocio turístico inclusivo en el distrito de Reque que promueva el aprovechamiento sostenible de sus atractivos turísticos, genere oportunidades económicas para la población local y fomente la conservación del patrimonio cultural y natural.

2.2. Objetivos Específicos

Diseñar estrategias de promoción y desarrollo sostenible para los tres principales atractivos turísticos de Reque (Boca Toma, Siete Techos y Cerrillo de Reque), incrementando su visibilidad y atractivo para los visitantes nacionales e internacionales.

Implementar un programa de creación y fortalecimiento de negocios inclusivos relacionados con el turismo, que involucre activamente a la comunidad local, mejorando sus oportunidades de empleo e ingresos.

3. Análisis del entorno

3.1. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de tres atractivos turísticos principales: Boca Toma, Siete Techos y Cerrillo - Ubicación estratégica en la provincia de Chiclayo - Conocimientos tradicionales y habilidades artesanales en la comunidad - Alta aceptación de la comunidad hacia el desarrollo de negocios inclusivos - Potencial para diversos tipos de turismo: ecoturismo, cultural y de aventura 	<ul style="list-style-type: none"> - Creciente interés global en el turismo sostenible y experiencias auténticas - Potencial para atraer inversiones en infraestructura turística. - Incremento de la demanda de turismo interno postpandemia. - Acceso a programas gubernamentales de apoyo al desarrollo turístico y emprendimientos. - Tendencia creciente hacia el turismo vivencial y comunitario.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de aprovechamiento actual de los recursos turísticos - Carencia de estrategias integral de desarrollo turístico. - Falta de promoción y marketing de los atractivos turísticos. - Limitado acceso a capital para iniciar negocios turísticos inclusivos - Brecha en habilidades de gestión empresarial en la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia de destinos turísticos más desarrollados en la región - Riesgo de pérdida de autenticidad cultural si no se gestiona correctamente el desarrollo turístico. - Inestabilidad económica que pueda afectar el flujo de turistas. - Posible resistencia de algunos sectores de la comunidad al cambio y desarrollo turístico.

4. Modelo Canvas

4.1. Propuesta de Valor

“Ofrecer experiencias turísticas únicas y accesibles para todos, independientemente de sus capacidades físicas o necesidades especiales, combina la riqueza cultural y natural de Reque, promoviendo la preservación de tradiciones, generando oportunidades económicas inclusivas y fomentando un turismo sostenible”.

La propuesta de valor se fundamenta en la creación de experiencias turísticas únicas y accesibles para todos, independientemente de sus necesidades especiales o capacidades físicas, respondiendo de esta manera a una creciente demanda global de turismo accesible, asimismo, atendiendo a un segmento de mercado frecuentemente desatendido y cumpliendo con principios no discriminación e igualdad. Ya que, al capitalizar los recursos culturales únicos de Reque, como Boca Toma, Siete Techos y Cerrillo de Reque, se pretende ofrecer experiencias auténticas que los turistas buscan en la actualidad.

Además, esta propuesta de valor se encuentra alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, manteniendo un equilibrio con el crecimiento económico con la conservación del patrimonio cultural y natural, ya que, también se busca generar oportunidades de empleo y emprendimiento para la comunidad local, mediante el desarrollo económico inclusivo, distribuyendo los beneficios del turismo de manera equitativa. Por lo que, no solo se mejorará la calidad de vida de los residentes a través de la mejora de infraestructuras y el intercambio cultural, sino que también crea un modelo replicable de turismo inclusivo.

4.2. Segmentos de mercado

La segmentación de clientes es el proceso de agrupar a las personas de acuerdo a las necesidades y hábitos comunes, siendo un método para dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, dentro de este segmento se presenta los siguientes:

❖ **Turistas nacionales e internacionales**

- Residentes de áreas urbanas cercanas buscando escapadas de fin de semana.
- Viajeros interesados en explorar su propio país y cultura.
- Estudiantes y grupos escolares en viajes educativos.
- Viajeros culturales interesados en experiencias inmersivas y auténticas.
- Fotógrafos y artistas en busca de inspiración en paisajes y cultura local.

❖ **Personas con discapacidad**

- Viajeros con movilidad reducida que buscan destinos accesibles.
- Turistas con discapacidad auditiva que aprecian entornos visuales y experiencias táctiles.
- Viajeros con discapacidades intelectuales y sus familias o cuidadores.
- Grupos de turismo adaptado o asociaciones de personas con discapacidad.

❖ **Adultos mayores**

- Jubilados activos en busca de nuevas experiencias culturales.
- Grupos de viajes organizados para personas de la tercera edad.
- Parejas de adultos mayores interesadas en turismo tranquilo.
- Adultos mayores que viajan con sus familias.

❖ **Familias**

- Familias con niños pequeños en busca de actividades entretenidas.
- Familias que buscan experiencias que satisfagan diversos intereses.
- Padres solteros viajando con sus hijos.

- Familias interesadas en turismo responsable y educación ambiental.
- Grupos familiares extendidos que buscan fortalecer lazos a través de experiencias compartidas.

4.3. Canales de distribución y comunicación

El canal es un medio de comunicación que son portadoras de información ya sea por medio físico o de manera virtual, por consiguiente, se consideró:

Redes sociales: Se realizará mediante la creación y gestión activa de perfiles en Facebook, Instagram, TikTok y YouTube, publicando contenido atractivo y accesible, donde se incluirán fotos, videos con subtítulos y descripciones detalladas de las experiencias turísticas inclusivas en Reque; además de busca utilizar hashtags relevantes e interactuar con la comunidad digital para aumentar la visibilidad y el compromiso. Teniendo en cuenta, que esta estrategia es crucial porque las redes sociales son una herramienta empleada para llegar a un público amplio y diverso, permitiendo una comunicación directa con potenciales clientes, así como compartir testimonios de turistas anteriores y mostrar en tiempo real las actividades y eventos realizados; considerando que, las redes sociales ofrecen opciones de publicidad segmentada, lo que permite dirigir el mensaje a grupos específicos interesados en turismo accesible y experiencias culturales.

Sitios web y blog: Se desarrollará un sitio web completamente accesible que servirá como centro de información y punto de venta para los turistas internacionales y nacionales; donde se incluirá descripciones detalladas de los atractivos, información sobre accesibilidad, un sistema de reservas en línea y un blog con contenido relevante sobre turismo inclusivo y sobre todo de la cultura de Reque. Esta estrategia es fundamental porque un sitio web bien diseñado y un blog activo no solo van a proporcionar información crucial, sino que también podrán mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda, incrementando la visibilidad del destino.

Afiches: Se van a diseñar y distribuir afiches atractivos y accesibles para promocionar las experiencias turísticas en Reque, por ende, estos afiches se colocarán en lugares estratégicos como agencias de viajes, centros de información turística, asociaciones de personas con discapacidad, centros comunitarios y eventos relacionados con turismo. Por otro lado, el diseño de los afiches incluirá elementos visuales llamativos, información clave sobre las experiencias ofrecidas y detalles de contacto, empleando códigos QR que enlacen directamente al sitio web para más información. Siendo así que, esta estrategia es importante porque los afiches proporcionan una presencia física en lugares relevantes, alcanzando a potenciales clientes que posiblemente no estén tan activos en línea y también ayudará a crear conciencia sobre el turismo accesible en la comunidad local y en el sector turístico en general.

4.4. Relaciones con los clientes

Atención personalizada: Será implementada mediante la capacitación constante al personal en servicio al cliente inclusivo y la asignación de asistentes personales para visitantes con necesidades específicas, estableciendo un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para que se registren las preferencias y requisitos individuales de cada usuario. Siendo así que, durante la estancia, se ofrecerá asistencia continua y se realizarán ajustes en tiempo real para asegurar la mejor experiencia posible y después de la visita, se realizará un seguimiento personalizado para obtener retroalimentación y mantener el contacto, para fidelizarlos.

Programas de fidelización: Se diseñará e implementará un programa de fidelización llamado "Reque Rewards" donde se brindarán beneficios escalonados basados en la frecuencia de visitas y el gasto que realicen, acumulando puntos por cada experiencia y servicio utilizado, los cuales podrán canjearse por descuentos en futuras visitas. Asimismo, se ofrecerán recompensas personalizadas basadas en las preferencias individuales registradas en el sistema CRM, así como un programa de referidos donde

los miembros obtengan beneficios adicionales por recomendar a sus amigos y familiares

Promociones en fechas festivas: Se desarrollará un calendario anual de promociones vinculadas a fechas festivas relevantes, donde se ofrecerán paquetes especiales que incluyan participación en celebraciones tradicionales, así como descuentos y se brindarán promociones estacionales para incentivar visitas durante temporadas bajas. Considerando que, estas ofertas se comunicarán a través de correo electrónico, redes sociales y el sitio web, con anticipación suficiente para permitir la planificación del viaje.

Servicio de movilidad: Se establecerá un sistema integral de movilidad accesible que incluirá una flota de vehículos adaptados para diferentes necesidades, haciendo convenio con empresas de transporte que cuente con buses con rampas y espacios para sillas de ruedas, vehículos todo terreno accesible para rutas naturales, donde los usuarios puedan realizar su reserva en línea para solicitar servicios de transporte con anticipación o en tiempo real

4.5. Actividades clave

Capacitación en atención a personas con discapacidad: Se implementará un programa de capacitación para todo el personal involucrado, donde se incluirán módulos teóricos y prácticos sobre diferentes tipos de discapacidad, técnicas de comunicación inclusiva, y protocolos de atención específicos, así como, simulaciones y juegos de roles para que el personal experimente diferentes situaciones y desarrolle empatía

Promociones: Se diseñará un plan estratégico de promociones que abarcará diferentes temporadas y segmentos de mercado, creando paquetes de "temporada baja" con descuentos atractivos para fomentar visitas durante períodos menos concurridos. Asimismo, se crearán promociones cruzadas con otros servicios

turísticos de la región para ofrecer paquetes más completos, donde cada promoción se comunicará a través de campañas de email marketing y anuncios en redes sociales

Juegos extremos: Se desarrollará una línea de actividades de aventura adaptadas para personas con diferentes capacidades, asegurando que sean emocionantes pero seguras, incluyendo la instalación de tirolinas accesibles con sistemas de arnés especiales, circuitos de cuerdas altas con plataformas adaptadas, y actividades de rapel con equipos modificados; también deportes acuáticos adaptados como el kayak accesible en áreas seguras. Teniendo en cuenta, que todas estas actividades contarán con personal altamente capacitado en seguridad y atención a personas con discapacidad, asimismo, se realizarán evaluaciones de riesgo exhaustivas y se implementarán protocolos de seguridad rigurosos.

Promoción de la cultura y tradiciones locales: Se organizarán festivales culturales regulares que destaquen la música, danza y gastronomía local, asegurando que sean completamente accesibles. También, se crearán talleres interactivos donde los visitantes puedan aprender técnicas artesanales tradicionales, adaptados para diferentes capacidades; sobre todo se organizarán tours guiados por miembros de la misma comunidad, capacitados en narración de historias y atención inclusivas, donde los turistas puedan participar en actividades cotidianas de la comunidad.

4.6. Recursos clave

Personal capacitado: la contratación de personal capacitado se realizará mediante un exhaustivo programa de reclutamiento, formación y desarrollo continuo, estableciendo alianzas con instituciones educativas locales para crear programas de formación específicos en turismo inclusivo; a su vez se creará un sistema de capacitación en cascada, donde los empleados más experimentados formarán a los nuevos. Además, se fomentará la contratación de personas con discapacidad en diversos roles para enriquecer la perspectiva del equipo y mejorar la autenticidad de la experiencia inclusiva.

Infraestructura adaptada: Se diseñará un plan de adaptación que incluirá la instalación de rampas, señalización táctil y auditiva, y baños accesibles; asimismo, se brindarán soluciones innovadoras como senderos accesibles en áreas naturales y se adaptarán los medios de transporte público; considerando que se buscará el financiamiento a través de subvenciones gubernamentales y alianzas público-privadas para sustentar estas mejoras infraestructurales.

Alianzas estratégicas: Se identificarán socios potenciales en diversos sectores, incluyendo gobierno, organizaciones de personas con discapacidad, empresas turísticas, instituciones educativas y ONGs; mediante un comité de alianzas estratégicas que se encargará de acercarse a estos potenciales socios y negociar acuerdos de colaboración; y se formarán consorcios con otras iniciativas de turismo inclusivo para compartir mejores prácticas y recursos, buscando el patrocinio de empresas comprometidas con la responsabilidad social para proyectos específicos.

4.7. Asociaciones Clave

Municipalidad de Reque: Será un socio clave fundamental, aportando el marco legal y el apoyo institucional necesario para el desarrollo del turismo inclusivo, buscando su colaboración en la planificación urbana para mejorar la accesibilidad en espacios públicos, en la otorgación de permisos y licencias para la adaptación de infraestructuras turísticas, y facilitando la implementación de políticas locales que favorezcan el turismo inclusivo. Además, se coordinará con otras entidades gubernamentales para asegurar la alineación de esfuerzos en áreas como transporte público accesible, seguridad y servicios de salud adaptados para turistas con necesidades especiales.

Empresa de transporte y Servicios Turístico de Reque Express S.A.C: se buscará la adaptación de su flota de vehículos para acomodar a personas con diferentes tipos de discapacidad, incluyendo la instalación de rampas y espacios para sillas de ruedas. Además, Reque Express S.A.C participará en la creación de paquetes turísticos

inclusivos, integrando sus servicios de transporte con otras experiencias turísticas. Donde no solo se mejore la movilidad de los turistas, sino que también sirva como ejemplo para otras empresas locales sobre cómo adaptar sus servicios para un turismo más inclusivo.

Empresa Cobra: Contribuirá con la instalación de sistemas de Wi-Fi de alta velocidad en puntos clave del distrito, facilitando el acceso a información turística y aplicaciones de asistencia para visitantes con discapacidad, para mejorar la accesibilidad, como sensores inteligentes para guiar a personas con discapacidad visual. También se buscará su colaboración para programas de capacitación tecnológica, mejorando sus habilidades digitales y su participación en el turismo inclusivo.

ONGs y organizaciones de desarrollo comunitario: Estas entidades aportarán su experiencia en desarrollo sostenible y trabajo con comunidades locales, proporcionando capacitación en habilidades relevantes para el turismo a miembros de la comunidad, incluyendo a personas con discapacidad, así como ayudando a identificar y desarrollar proyectos de turismo comunitario que sean inclusivos y beneficien directamente a la población local.

4.8. Estructura de costos

Gastos administrativos

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Salarios del personal administrativo	S/ 1,200.00	10	S/ 12,000.00
Alquiler y mantenimiento de oficina	S/ 3,000.00	1	S/ 3,000.00
Electricidad	S/ 300.00	1	S/ 300.00
Agua	S/ 150.00	1	S/ 150.00
Internet y telefonía	S/ 275.00	1	S/ 275.00
Seguros	S/ 180.00	10	S/ 1,800.00
Software y sistemas de gestión	S/ 850.00	1	S/ 850.00
Gastos legales y permisos	S/ 6,000.00	1	S/ 6,000.00
Total	S/ 11,955.00		S/ 24,375.00

Compra de equipos

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Sillas de ruedas especiales y equipos de movilidad	S/ 800.00	7	S/ 5,600.00
Laptop	S/ 3,449.00	2	S/ 6,898.00
Celular	S/ 1,399.00	3	S/ 4,197.00
Tablet	S/ 849.00	3	S/ 2,547.00
Arneses	S/ 545.00	4	S/ 2,180.00
Sistemas de poleas accesibles	S/ 563.00	4	S/ 2,252.00
Total	S/ 7,605.00		S/ 23,674.00

Capacitación y desarrollo de personal

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Contratación de expertos y formadores	S/ 2,500.00	2	S/ 5,000.00
Cursos especializados para guías turísticos	S/ 1,200.00	3	S/ 3,600.00
Materiales de capacitación	S/ 500.00	1	S/ 500.00
Talleres y simulaciones	S/ 3,500.00	1	S/ 3,500.00
Certificaciones y desarrollo profesional	S/ 25.00	10	S/ 250.00
Total	S/ 7,725.00		S/ 12,850.00

Marketing y promoción

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Desarrollo y mantenimiento de sitio web	S/ 450.00	1	S/ 450.00
Publicidad en redes sociales y motores de búsqueda	S/ 1,200.00	6	S/ 7,200.00
Producción de materiales promocionales accesibles	S/ 500.00	12	S/ 6,000.00
Relaciones públicas y prensa	S/ 650.00	2	S/ 1,300.00
Folleto	S/ 250.00	2	S/ 500.00
Diseño de Post para redes sociales	S/ 850.00	6	S/ 5,100.00
Total	S/ 3,900.00		S/ 20,550.00

Costo aproximado

Descripción	Costo total
Gastos administrativos	S/ 24,375.00
Compra de equipos:	S/ 23,674.00
Capacitación y desarrollo de personal	S/ 12,850.00
Marketing y promoción	S/ 20,550.00
Total	S/ 81,449.00

Nota. Este presupuesto es una estimación aproximada inicial y debe ser ajustada basándose en cotizaciones específicas de proveedores, y las necesidades particulares del proyecto de turismo inclusivo en Reque; teniendo en cuenta que algunos gastos, como la compra de equipos, pueden ser más altos en el primer año y luego disminuirán en años subsiguientes.

4.9. Fuentes de Ingresos:

Venta de alimentos: Se establecerán restaurantes accesibles que ofrezcan platos típicos de la región (ceviche, tríos marinos, chifles con carne) y de refresco representativo de Reque (chica de jora); asimismo, se instalarán quioscos en puntos estratégicos, ofreciendo opciones de comida rápida y snacks saludables, buscando una estimación de que los ingresos por venta de alimentos representaran aproximadamente el 25-30% de los ingresos totales, basándose en la afluencia de visitantes y la variedad de opciones ofrecidas.

Venta de entradas: Será la fuente de ingresos primaria para el proyecto, mediante un sistema de tarifas diferenciadas que incluirá entradas generales, entradas con descuento para personas con discapacidad, adultos mayores y niños, y pases familiares. También se implementará un sistema de reserva en línea accesible que permitirá la compra anticipada de entradas, con opciones de personalización según las necesidades de cada visitante, creando paquetes especiales que combinen la entrada con experiencias adicionales, como tours guiados, esperando que los ingresos por venta de entradas sean de aproximadamente el 35-40% de los ingresos totales, variando según la temporada y el éxito de las estrategias de marketing.

Venta de boletos para los juegos: Este tipo de ingresos formarán una parte significativa de las fuentes de ingresos, ofreciendo una variedad de juegos y actividades adaptadas para diferentes capacidades, incluyendo juegos de aventura, y actividades acuáticas accesibles, implementando un sistema de boletos flexible que permita a los visitantes elegir actividades individuales o comprar pases para múltiples

atracciones, creando ofertas especiales para grupos y familias, esperando que estos ingresos representen aproximadamente el 20-25% de los ingresos totales, dependiendo de la variedad y popularidad de las actividades ofrecidas.

Costo de las fotografías: Considerada como una fuente de ingresos complementaria, contratando fotógrafos profesionales en lugares pintorescos y durante actividades emocionantes, donde puedan capturarán momentos especiales de los visitantes, brindándoles paquetes fotográficos que incluyan fotos impresas y digitales. Asimismo, se crearán experiencias fotográficas temáticas, como sesiones de fotos con trajes tradicionales o en escenarios únicos de Reque, brindando un servicio de impresión instantánea de fotos; con la finalidad de generar ingresos aproximados del 5-10% de los ingresos totales, variando según la demanda y las estrategias de marketing implementadas.

Venta de productos locales y artesanías: Estableciéndose como una importante fuente de ingresos que también apoyará a la economía local, colocando una tienda de accesible que ofrecerá una amplia gama de productos artesanales elaborados por artesanos locales, incluyendo textiles, cerámica y joyería; a través de un sistema de comercio justo para asegurar que los artesanos reciban una compensación adecuada y puedan crear líneas de productos exclusivos inspirados en la cultura y naturaleza de Reque; buscando unos ingresos de aproximadamente el 15-20% de los ingresos totales, contribuyendo significativamente al impacto económico positivo en la comunidad local.

Modelo Canvas



Asociaciones Clave

- Municipalidad de Reque.
- Empresa de transporte y Servicios Turístico de Reque Express S.A.C
- Empresa Cobra.
- ONGs y organizaciones de desarrollo comunitario



Actividades Clave

- Capacitación en atención a personas con discapacidad
- Promociones.
- Juegos extremos.
- Promoción de la cultura y tradiciones locales



Recursos Clave

- Personal capacitado
- Infraestructura adaptada
- Alianzas estratégicas



Propuesta de Valor

Ofrecer experiencias turísticas únicas y accesibles para todos, independientemente de sus capacidades físicas o necesidades especiales, combina la riqueza cultural y natural de Reque, promoviendo la preservación de tradiciones, generando oportunidades económicas inclusivas y fomentando un turismo sostenible



Relación Clientes

- Atención personalizada
- Programas de fidelización
- Promociones en fechas festivas.
- Servicio de movilidad



Canales

- Redes sociales
- Sitios web y blog
- Afiches



Segmentos de Clientes

- Turistas nacionales e internacionales
- Personas con discapacidad
- Adultos mayores
- Familias



Estructura de costos

- Gastos administrativos
- Compra de equipos
- Capacitación y desarrollo de personal
- Marketing y promoción



Fuentes de Ingresos

- Venta de alimentos.
- Venta de entradas.
- Venta de boletos para los juegos
- Costo de las fotografías.
- Venta de productos locales y artesanías

4.10. Impacto social y económico

El modelo de turismo inclusivo en Reque busca tener un impacto significativo en la creación de empleo local, generando puestos de trabajo directos en diversas áreas como guías turísticos, personal de atención al cliente, administradores y personal de mantenimiento, dando prioridad a la contratación de pobladores de la localidad, incluyendo personas con discapacidad, para estos puestos; aportando no solo a reducir el desempleo en la región, sino que también a mejorar la calidad de vida de las familias locales.

Asimismo, se enfocará en el empoderamiento en personas con discapacidad, mujeres, jóvenes y adultos mayores, implementando programas de formación específicos para estos grupos y capacitándolos en habilidades relevantes para el sector turístico, buscando no solo mejorar la situación económica de estos grupos, y aumentar su autoestima, independencia y participación activa en la comunidad, para promover una sociedad más equitativa e inclusiva.

Asimismo, se fomentará la diversificación de la economía local, reduciendo la dependencia de sectores tradicionales y creando nuevas oportunidades relacionadas con las prácticas de turismo sostenible que puedan minimicen el impacto ambiental y maximicen los beneficios económicos para la comunidad, estableciendo enlaces con otros sectores económicos locales, como la agricultura y la artesanía para crear cadenas de valor integradas, buscando que no solo se incrementen los ingresos y oportunidades para la población local, sino que también se cree una base económica más resiliente y sostenible a largo plazo para Reque.

Indicadores Clave de Desempeño (KPIs)

KPI	Descripción
Indicadores Económicos	Ingresos totales generados por el turismo inclusivo (anual)
	% de incremento en los ingresos turísticos año tras año
	Gasto promedio por visitante
	# de empleos directos creados en el sector turístico
Indicadores de Accesibilidad e Inclusión	% de atracciones turísticas totalmente accesibles
	# de quejas relacionadas con la accesibilidad (mensual)
	% de personal capacitado en atención a personas con discapacidad
	# de visitantes con discapacidad atendidos (mensual)
Indicadores de Impacto Social	Nivel de satisfacción de visitantes con necesidades especiales (escala 1-10)
	# de negocios locales beneficiados por el turismo inclusivo
Indicadores de Sostenibilidad Ambiental	% de empleados locales en puestos de gestión
	Huella de carbono del sector turístico en Reque
	% de reducción en el consumo de agua y energía en instalaciones turísticas
	# de iniciativas de conservación ambiental implementadas
Indicadores de Calidad y Satisfacción	# de productos locales y sostenibles utilizados en servicios turísticos
	Nivel de satisfacción general de los visitantes (escala 1-10)
	Tasa de retorno de visitantes
Indicadores de Desarrollo Cultural	# de reseñas positivas en plataformas de viaje
	# de eventos culturales organizados anualmente
	Nivel de participación local en eventos culturales
	# de artesanos locales beneficiados por el turismo
Indicadores de Marketing y Promoción:	# de visitantes atraídos por campañas de marketing inclusivo
	Retorno de la inversión (ROI) en campañas de marketing
	# de menciones positivas en medios especializados en turismo accesible
	Tasa de conversión de visitas al sitio web a reservas reales
	# de seguidores en redes sociales dedicadas al turismo inclusivo en Reque

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Se concluye que los lugares turísticos de Reque no se encuentran bien definidos y son pocos reconocidos por el público en general, de acuerdo al análisis y el estudio se observó que el 86,7% de la población están de acuerdo en que se desarrolle el proyecto, ya que existe la capacidad de dar un valor agregado a los lugares turísticos (Siete Techos, Cerro de Reque, Bocatoma) ubicados en Montegrande Reque, creando negocios inclusivos a través de actividades económicas. No sin antes presentar el proyecto a la Municipalidad distrital de Reque para la aprobación y apoyo económico del proyecto.

Se estableció negocios inclusivos como la exposición y venta de la gastronomía con platos representativos que son elaborados por los mismos pobladores, también la venta de artesanía, respecto a la boca del león, santuario de siete techos y cerrillo de reque.

Se concluye que para diseñar el modelo de negocio turístico empleamos el modelo canva en donde se ha detallado, los socios claves, la propuesta de valor, los recursos a utilizar, las fuentes de ingresos y a quienes va dirigido el modelo de negocio, los canales de distribución para la promoción del negocio y la estructuración de costos.

Finalmente concluimos con la validación de un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, como objetivo trazado con éxito, además de dar acreditación al proyecto va permitir evaluar e identificar nuevas oportunidades de ingreso económico para la población.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda, ejecutar el modelo de negocio turístico para dar a conocer cuáles son sus atractivos turísticos de Reque, mediante redes sociales, blogs y afiches; además se considera un itinerario donde se describen los tres lugares turísticos y todos los productos que se van a ofrecer dentro de las visitas turísticas, con el propósito de generar experiencias únicas para el turista.

Para llevar a cabo la exposición y venta de gastronomía y artesanía, se recomienda la ubicación y desplazamiento de tiendas y chozas, para una buena organización de la población inscrita en el modelo de negocio, promoviendo la participación directa de los pobladores, con el objetivo de vender y dar a conocer la cultura del distrito de Reque promoviendo sostenibilidad económica, ambiental y social.

En cuanto al modelo de negocio es factible agendar una reunión con los socios para la presentación del modelo y discutir los puntos específicos, mediante citatorios, que serán realizados en el consejo, con el propósito de establecer estrategias adecuadas, para el buen funcionamiento del proyecto.

Finalmente, para la validación, se recomienda buscar un profesional capacitado en temas afines al proyecto presentado y en el análisis de materia de estudio. Por otro lado, es sumamente necesario e importante la presentación del proyecto a la Municipalidad Distrital de Reque mediante una documentación asegurando el compromiso activo de las autoridades locales en la implementación y financiamiento del proyecto.

REFERENCIAS

- Ardila, F (2019). Constitución de la Asociación Santandereana de Turismo: una propuesta de negocios inclusivos de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17418/2019ArdilaJonathan.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Bellota, V., Anco, D., Merma, M. (2021) Factores determinantes en la oferta de negocios en el centro histórico del Cusco – Perú. *Revista científica Guacamaya. (Vol. 5) 45-57.* <Downloads/uprevistas,+Art+4+Vianey++negocios+Cusco+2021+Peru.pdf>
- Bodero Palacios, M. F., & Gonzales Ruiz, M. A. (2023). Plan de negocio inclusivo para la producción y comercialización de limón sutil en el distrito de Cura Mori.
- Caridad, M., Castellano, M., Bittar, O. (2020). Una modalidad de negocio inclusivo turístico. *Revista Investigaciones Turísticas* (20) 284-314. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.13>
- Chávez, J. (2023). ¿Qué es una Ruta turística? Elementos, beneficios. <https://ceupe.com/blog/ruta-turistica.html>
- Contreras, J (2020). Plan de negocios para la Implementación de una agencia de turismo en Cajamarca. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/1294>
- Córdova, et al. (2022). Gestión administrativa durante la Covid-19 en los colaboradores de las municipalidades en Perú. *Revista de Ciencias Sociales. XXVII (3), 294-305*
- Coronel Benites, C. V. (2022). Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo.
- Cortéz, A (2019). El trazado de la ciudad como una variable para la generación de rutas turísticas. En: *Gestión Turística*, núm. 23, enero, 2015, pp. 57-57. Valdivia, Chile: Red Universidad Austral de Chile. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/10906?page=26>

- Cruz Del Puerto, N. E. (2023). *Plan de negocio para el establecimiento de un hospedaje turístico en San Carlos de Bariloche en el periodo 2020-2021* (Masters tesis). Recuperado: <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/27173>
- Elson, C (2021). *Nuevos modelos de negocio: emprendimiento en la era de la tecnología*. Barcelona, Editorial UOC. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/209985?page=97>
- Enrique (2021). *Revista de la Universidad del Zulia 3ª época. Año 12 N° 33, 2021* Nicole Sánchez-Miranda et al.// *Propuesta de centro turístico cultural ... 165-182*
file:///C:/Users/EMILY/Downloads/Dialnet-PropuestaDeCentroTuristicoCulturalEnEIBalnearioDeP-8810005.pdf
- Espinoza, M (2021). *Diseño de un plan de Negocio para la creación de una empresa de turismo sostenible en el distrito en el distrito de Pucusana-Lima*. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/1899>
- Feliu, J (2020) España. *El turismo de negocio como tipología turística*. https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/154386/Feliu_Fuster_JuanCarlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gooding Rios, M., & Marchena Gómez, G. C. (2023). *Plan de negocio de alojamiento turístico rural "La Flor" en la vereda Santa Teresa de Ibagué*. <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/d3372d26-7f31-4f60-b3cd-337c58d65d2a/content>
- González, et al. (2021). *Retos en los modelos de negocio: una perspectiva latinoamericana*. 1. Barranquilla, Colombia, Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/214564?page=13>.
- Gonzales, M. (2022). *Promoción del turismo comunitario en vicos del distrito marcará, provincia Carhuaz – Ancash*. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/10011>
- Huerta-Riveros, P., Estrada Llancaleo, M., & Rabanal Neira, D. (2021). *Protocolos Para El Sector Turístico en Tiempos De Pandemia: El Caso Chileno*. *Horizontes Empresariales*, 20(2), 4–25.

- Lavanda, F., Reyes, M., Ruiz, R., Catillo, L., Reyes, J (2022) La gestión administrativa de los negocios inclusivos en Perú. *Centro de investigación y desarrollo*. 1-82.
https://doi.org/10.37811/cl_w790
- Llanos, J. Menacho, J., Cerrón, M. (2021) Análisis del turismo sostenible en la provincia de Utcubamba, Amazonas-Perú. *Espíritu Emprendedor TES*, 5(3), 83–98.
<https://doi.org/10.33970/eetes.v5.n3.2021.278>
- Méndez, J. (2022). Negocios inclusivos: desarrollo socioeconómico y disminución de la brecha de ingresos. *Boletín De Coyuntura*, (32), 36–44.
<https://doi.org/10.31243/bcoyu.32.2022.1604>
- Merino, N (2020). Nivel de percepción sobre la Pobreza en el Perú, causas y efectos sociales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 46-53.
- MINSETUR (2018). Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos.
https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf
- Moreno, L., Martínez, I., Apaza, C. Santa Cruz, J. (2021) Ideas de negocio para reactivar el negocio turístico. *Revista venezolana de gerencia*. (6), 174-186. Dialnet-IdeasDeNegocioParaReactivarEITurismoEnPandemiaEnLa-8890580.pdf
- Montoya, L (2022) Negocios Inclusivos. *Revista Ciencia de la Administración*. Vol 12. (23).
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86182022000100025&script=sci_arttext
- Oseguera, Y., González, M. (2020). Modelo de negocios turísticos para la zona dorada de ciudad Juárez. *Revista Turismo Estudios & Prácticas*. (4), 1-8.
<https://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/15755/3.%20ModeloNegocio%20Disney%20CJS%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Otto, P (2023) Los desafíos del sector turismo en el Perú. *ConexiónEnsan*.
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/los-desafios-del-sector-turismo-en-el-peru-para-el-segundo-semester-del-2023>
- Paredes, G. (2020). Requerimientos arquitectónicos para un centro ecoturístico dedicado la zoolo-
 crianza y aprovechamiento de aves gigantes en la ciudad de Pimentel – Lambayeque.
 Proyecto de Tesis. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo, Perú.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55538>
- Portocarrero, M. (2023). Turismo alternativo y desarrollo sostenible de la ciudad de Iquitos Año
 2022. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/115829>
- Quevedo, J., Pinzón, L., Vásquez, L., Quevedo, M. (2020) Impacto del covid -19 en el
 emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Revista científica dominio de las
 ciencias*. (6), 1352-1367. *Dialnet-
 ImpactoDelCovid19EnElEmprendimientoDelSectorTurist-7562481.pdf*
- Reild, L. (2018). Confiabilidad y medición.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000200007
- Reyes, M. (2019). La encuesta. <http://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/laencuesta.pdf>.
- Rodríguez, T (2023). Lambayeque. Estrategias de puesta en valor turístico de las lagunas y
 cascadas.
file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Estrategias_de_puesta_en_valor_turistico_de_las_la.pdf
- Rodríguez, M & Gonzales, B (2020). Diseño de una ruta turística de interpretación cultural.
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/85462?page=21>.
- Rodríguez, M (2018). Turismo de negocios [Vídeo de YouTube].
<https://www.youtube.com/watch?v=sg-EVyl9ssA>
- Rodríguez, T (2023). Lambayeque. Estrategias de puesta en valor turístico de las lagunas y
 cascadas.

file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Estrategias_de_puesta_en_valor_turistico_de_las_la.pdf

Romero, H., Martha, K. (2022). Modelo de Negocio "Operador Turístico Viajero Valioso": gerencia de estudio de mercado. Trabajo previo a la obtención del Título de: Licenciado en Administración de Empresas. Universidad Casa Grande. Facultad de Administración y Negocios, Guayaquil. 72.
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/3503>

Sánchez, L. (2020). ¿Qué son las rutas turísticas? <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-turisticas/>

Santos-Izquierdo, F., Blanco-Vílchez, M., Romero-Padilla, Y., & Navarro-Jurado, E. (2023). Turismo y política urbana: rehabilitación, turistificación y transformación del tejido comercial del Centro Histórico de Málaga. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 99, 1–32. <https://doi.org/10.21138/bage.3452>

Sonda, R., Mota, E., García, E. (2021). La playa como uso de negocios turísticos en México. *Revista de Turismo, Patrimonio y Desarrollo*. (14), 2 -16.
<https://revistaturpade.lasallebajio.edu.mx/index.php/turpade/article/view/18>

Soto, A (2020) Investigación Diagnóstico Propositivo.
<https://es.scribd.com/document/463690804/INVESTIGACION-DIAGNOSTICA-PROPOSITIVA>

Ventura, L. (2019). ¿Población o muestra?, una diferencia necesaria.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s086434662017000400014&script=sci_arttext&tlng=es

Zuloeta, O. (2021). Influencia del sector turismo en el crecimiento económico del departamento de Lambayeque 1998 - 2017. [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán].
[https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8274/Zuloeta Bravo Oscar Paul.pdf?sequence=6](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8274/Zuloeta%20Bravo%20Oscar%20Paul.pdf?sequence=6)

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia

TITULO TENTATIVO DE INVESTIGACIÓN: MODELO DE UN NEGOCIO TURÍSTICO PARA GENERAR NEGOCIOS INCLUSIVOS EN EL DISTRITO DE REQUE 2023									
FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGIA	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIBALES					
Problema General	Objetivo General	Hipotesis general o de trabajo		VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
¿De qué manera se podrá realizar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023	Realizar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque 2023	Modelo de un Negocio Turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque	<u>Tipo de investigación</u> Enfoque: Cuantitativo Tipo: Descriptivo-Propositivo	VARIABLE 1: NEGOCIOS TURISTICOS	Negocio turístico es un emprendimiento que realizan las personas para dar a conocer algún bien o servicio a través de algunas actividades que realizan en sus viajes y estancias en lugares distinto a su entorno que permite desarrollar las virtudes que tiene un determinado lugar turístico.	Conocer los lugares turísticos, para ampliar conocimientos intelectuales	Factores Medioambientales	Proteccion de Recursos Naturales	Escala Ordinal
Problemas Especificos	Objetivos Especificos	Hipotesis especificas					Factores Económicos	Crecimiento Economico Local	
¿Cuáles son los lugares necesarios para definir un negocio turístico de una propuesta de un modelo turístico en el Distrito Reque?	Definir los lugares turísticos para la propuesta de un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.						Factores Socioculturales	Identidad Cultural y Turistica	
¿Qué negocios inclusivos adecuados se podra generar dentro de un modelo de negocios turísticos en el Distrito de Reque?	Generar negocios inclusivos adecuados para realizar un modelo de un negocio turístico en el distrito de Reque, 2023.		<u>Diseño de investigación</u> No experimental						
¿De qué manera se podra diseñar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque?	Diseñar un modelo de negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.		<u>Poblacion:</u> Comunidad Requena.	VARIABLE 2: NEGOCIOS INCLUSIVOS	Son iniciativas empresariales económicamente rentables y socialmente responsables de un gran beneficio que incorpora a sus cadenas de valor a personas de bajos ingresos.	Prevalecer negocios inclusivos para crear valor dentro de la población y desarrollo de socioactividad económica	Recursos Claves	Material informativo	Escala ordinal
¿ De que manera se validará el modelo de un negocio turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque?	Validar un modelo de un negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023.		<u>Muestra:</u> 60 personas.				Socios claves	Municipalidad Distrital	
			<u>Tecnica e instrumento.</u> La encuesta				Estructura de costos	Movilidad y Alimentacion	

Anexo 02: Instrumento de Recolección de Datos



INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Modelo de un Negocio Turístico para Generar Negocios Inclusivos en el Distrito de Reque
2023

ITEMS	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
¿Usted está de acuerdo con el cuidado y conservación de los lugares turísticos del distrito de Reque?					
¿Usted cree las ruinas del Distrito de Reque deben ser salvaguardadas por los pobladores?					
¿Considera que las zonas turísticas del distrito de Reque se encuentran totalmente limpias?					
¿Los medios empleados para la venta de productos son apropiados para promocionar el negocio turístico?					
¿La venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer el nuevo proyecto de negocio turístico?					
¿El merchandising aplicado al negocio turístico, desarrollara el interés por conocer una nueva ruta?					
¿Le gustaría que el nuevo negocio turístico cuente con las instalaciones turísticas básicas para la satisfacción del visitante?					
¿Al implementar el nuevo negocio turístico debe estar orientada al turismo natural?					
¿Para el turista aventurero, el nuevo modelo de negocio turístico sería adecuado implementar actividades de aventura?					
¿El uso de folletos, ferias y publicidad efectiva ayudara a la difusión de estos negocios inclusivos?					
¿Cree usted que el proyecto propuesto aportará beneficios positivos para los pobladores del Distrito de Reque?					
¿Las redes sociales ayudaran a captar clientes (turistas y pobladores de diferentes distritos)?					
¿La municipalidad de Reque invierte en nuevos negocios para el desarrollo cultural del distrito?					
¿Está de acuerdo que la municipalidad de Reque busque patrocinadores para la ejecución del proyecto?					
¿Se encuentra de acuerdo que la municipalidad de Reque a destinado las actividades y precios de los negocios que se implementará en las zonas?					
¿Los servicios implementados en el proyecto permitirán la atención de los clientes?					
¿Los negocios se encuentran acorde con la situación económica de los visitantes?					
¿Está conforme con la oferta de movilidad correspondiente al periodo de un mes, por la municipalidad?					

Anexo 03: Validación de Instrumentos

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	CARLA ANGELICA REYES REYES	Encuesta	Santisteban González
PROFESIÓN	ADMINISTRACIÓN		Emily Paola.
ESPECIALIDAD Y CARGO	MG. EN GESTIÓN PÚBLICA DIRECTORA DE ESCUELA		Tarrillo Marrufo Yamelith Marilyn.
Título de la Investigación: Modelo de un Negocio Turístico para generar Negocios Inclusivos en el Distrito de Reque - 2023			

Aspectos de validación de cada Ítem

Completar el siguiente recuadro luego de evaluar y observar el instrumento adjunto. Si está de Acuerdo escriba (A) o Desacuerdo (D), si hubiese modificaciones escriba en la columna correspondiente.

ITEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
¿Usted está de acuerdo con el cuidado y conservación de los lugares turísticos del distrito de Reque?	A	
¿Usted cree que las ruinas del Distrito de Reque deben ser salvaguardadas por los pobladores?	A	
¿Considera que las zonas turísticas del distrito de Reque se encuentran totalmente limpias?	A	
¿Los medios empleados para la venta de productos son apropiados para promocionar el negocio turístico?	A	
¿La venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer el nuevo proyecto de negocio turístico?	A	
¿El merchandising aplicado al negocio turístico, desarrollara el interés por conocer una nueva ruta?	A	
¿Le gustaría que el nuevo negocio turístico cuente con las instalaciones turísticas básicas para la satisfacción del visitante?	A	

¿Al implementar el nuevo negocio turístico debe estar orientada al turismo natural?	A	
¿Para el turista aventurero, en el nuevo modelo de negocio turístico sería adecuado implementar actividades de aventura?	A	
¿El uso de folletos, ferias y publicidad efectiva ayudara a la difusión de estos negocios inclusivos?	A	
¿Cree usted que el proyecto propuesto aportará beneficios positivos para los pobladores del Distrito de Reque?	A	
¿Las redes sociales ayudaran a captar clientes (turistas y pobladores de diferentes distritos)?	A	
¿La municipalidad de Reque invierte en nuevos negocios para el desarrollo cultural del distrito?	A	
¿Está de acuerdo que la municipalidad de Reque busque patrocinadores para la ejecución del proyecto?	A	
¿Se encuentra de acuerdo que la municipalidad de Reque a destinado las actividades y precios de los negocios que se implementará en las zonas?	A	
¿Los servicios implementados en el proyecto permitirán la atención de los clientes?	A	
¿Los negocios se encuentran acorde con la situación económica de los visitantes?	A	
¿Está conforme con la oferta de movilidad correspondiente al periodo de un mes, por la municipalidad?	A	

Validez de contenido del instrumento

Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Negocio Turístico								
Dimensión 1: Factores medioambientales								
¿Usted está de acuerdo con el cuidado y conservación de los lugares turísticos del distrito de Reque?	X		X		X		X	
¿Usted cree las ruinas del Distrito de Reque deben ser	X		X		X		X	

	salvaguardadas por los pobladores?								
3	¿Considera que las zonas turísticas del distrito de Reque se encuentran totalmente limpias?	X		X		X		X	
	Dimensión 2: Factores Económicos	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿Los medios empleados para la venta de productos son apropiados para promocionar el negocio turístico?	X		X		X		X	
2	¿La venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer el nuevo proyecto de negocio turístico?	X		X		X		X	
3	¿El merchandising aplicado al negocio turístico, desarrollara el interés por conocer una nueva ruta?	X		X		X		X	
	Dimensión 3: Factores Socioculturales	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿Le gustaría que el nuevo negocio turístico cuente con las instalaciones turísticas básicas para la satisfacción del visitante?	X		X		X		X	
2	¿Al implementar el nuevo negocio turístico debe estar orientada al turismo de naturaleza y al turismo cultura?	X		X		X		X	
3	¿Para el turista aventurero, en el nuevo modelo de negocio turístico sería adecuado implementar actividades de aventura?	X		X		X		X	
	Negocios Inclusivos								
	Dimensión 4: Recursos Claves	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿El uso de folletos, ferias y publicidad efectiva ayudara a la difusión de estos negocios inclusivos?	X		X		X		X	
2	¿Cree usted que el proyecto propuesto aportará beneficios	X		X		X		X	

	positivos para los pobladores del Distrito de Reque?								
3	¿Las redes sociales ayudaran a captar clientes (turistas y pobladores de diferentes distritos)?	X		X		X		X	
	Dimensión 5: Socios Claves	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿La municipalidad de Reque invierte en nuevos negocios para el desarrollo cultural del distrito?	X		X		X		X	
2	¿Está de acuerdo que la municipalidad de Reque busque patrocinadores para la ejecución del proyecto?	X		X		X		X	
3	¿Se encuentra de acuerdo que la municipalidad de Reque a destinado las actividades y precios de los negocios que se implementará en las zonas?	X		X		X		X	
	Dimensión 6: Estructura de Costos	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿Los servicios implementados en el proyecto permitirán la atención de los clientes?	X		X		X		X	
2	¿Los negocios se encuentran acorde con la situación económica de los visitantes?	X		X		X		X	
3	¿Está conforme con la oferta de movilidad correspondiente al periodo de un mes, por la municipalidad?	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable (X)

Apellidos y nombres del juez validador:



Carla Angelica Reyes Reyes

Colegiatura N°008889

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	MORA YAIPEN CARLOS MIGUEL	Encuesta	Santisteban González
PROFESIÓN	ADMINISTRADOR.		Emily Paola.
ESPECIALIDAD Y CARGO	MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS – MBA ESPECIALISTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA		Tarrillo Marrufo Yamelith Marilyn.
Título de la Investigación: Modelo de un Negocio Turístico para generar Negocios Inclusivos en el Distrito de Reque - 2023			

Aspectos de validación de cada Ítem

Completar el siguiente recuadro luego de evaluar y observar el instrumento adjunto. Si está de Acuerdo escriba (A) o Desacuerdo (D), si hubiese modificaciones escriba en la columna correspondiente.

ITEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
¿Usted está de acuerdo con el cuidado y conservación de los lugares turísticos del distrito de Reque?	A	
¿Usted cree que las ruinas del Distrito de Reque deben ser salvaguardadas por los pobladores?	A	
¿Considera que las zonas turísticas del distrito de Reque se encuentran totalmente limpias?	A	
¿Los medios empleados para la venta de productos son apropiados para promocionar el negocio turístico?	A	
¿La venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer el nuevo proyecto de negocio turístico?	A	
¿El merchandising aplicado al negocio turístico, desarrollara el interés por conocer una nueva ruta?	A	

¿Le gustaría que el nuevo negocio turístico cuente con las instalaciones turísticas básicas para la satisfacción del visitante?	A	
¿Al implementar el nuevo negocio turístico debe estar orientada al turismo natural?	A	
¿Para el turista aventurero, en el nuevo modelo de negocio turístico sería adecuado implementar actividades de aventura?	A	
¿El uso de folletos, ferias y publicidad efectiva ayudara a la difusión de estos negocios inclusivos?	A	
¿Cree usted que el proyecto propuesto aportará beneficios positivos para los pobladores del Distrito de Reque?	A	
¿Las redes sociales ayudaran a captar clientes (turistas y pobladores de diferentes distritos)?	A	
¿La municipalidad de Reque invierte en nuevos negocios para el desarrollo cultural del distrito?	A	
¿Está de acuerdo que la municipalidad de Reque busque patrocinadores para la ejecución del proyecto?	A	
¿Se encuentra de acuerdo que la municipalidad de Reque a destinado las actividades y precios de los negocios que se implementará en las zonas?	A	
¿Los servicios implementados en el proyecto permitirán la atención de los clientes?	A	
¿Los negocios se encuentran acorde con la situación económica de los visitantes?	A	
¿Está conforme con la oferta de movilidad correspondiente al periodo de un mes, por la municipalidad?	A	

Validez de contenido del instrumento

	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	Negocio Turístico								
	Dimensión 1: Factores medioambientales								
1	¿Usted está de acuerdo con el cuidado y conservación de los lugares turísticos del distrito de Reque?	X		X		X		X	

2	¿Usted cree las ruinas del Distrito de Reque deben ser salvaguardadas por los pobladores?	X		X		X		X	
3	¿Considera que las zonas turísticas del distrito de Reque se encuentran totalmente limpias?	X		X		X		X	
Dimensión 2: Factores Económicos		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿Los medios empleados para la venta de productos son apropiados para promocionar el negocio turístico?	X		X		X		X	
2	¿La venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer el nuevo proyecto de negocio turístico?	X		X		X		X	
3	¿El merchandising aplicado al negocio turístico, desarrollara el interés por conocer una nueva ruta?	X		X		X		X	
Dimensión 3: Factores Socioculturales		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿Le gustaría que el nuevo negocio turístico cuente con las instalaciones turísticas básicas para la satisfacción del visitante?	X		X		X		X	
2	¿Al implementar el nuevo negocio turístico debe estar orientada al turismo de naturaleza y al turismo cultura?	X		X		X		X	
3	¿Para el turista aventurero, en el nuevo modelo de negocio turístico sería adecuado implementar actividades de aventura?	X		X		X		X	
Negocios Inclusivos									
Dimensión 4: Recursos Claves		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿El uso de folletos, ferias y publicidad efectiva ayudara a la difusión de estos negocios inclusivos?	X		X		X		X	

2	¿Cree usted que el proyecto propuesto aportará beneficios positivos para los pobladores del Distrito de Reque?	X		X		X		X	
3	¿Las redes sociales ayudaran a captar clientes (turistas y pobladores de diferentes distritos)?	X		X		X		X	
Dimensión 5: Socios Claves		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿La municipalidad de Reque invierte en nuevos negocios para el desarrollo cultural del distrito?	X		X		X		X	
2	¿Está de acuerdo que la municipalidad de Reque busque patrocinadores para la ejecución del proyecto?	X		X		X		X	
3	¿Se encuentra de acuerdo que la municipalidad de Reque a destinado de las actividades y precios de los negocios que se implementará en las zonas?	X		X		X		X	
Dimensión 6: Estructura de Costos		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿Los servicios implementados en el proyecto permitirán la atención de los clientes?	X		X		X		X	
2	¿Los negocios se encuentran acorde con la situación económica de los visitantes?	X		X		X		X	
3	¿Está conforme con la oferta de movilidad correspondiente al periodo de un mes, por la municipalidad?	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....Si existe suficiencia.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mora Yaipen Carlos Miguel



Mora Yaipen Carlos Miguel
MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA.

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	José William Córdova Chirinos	Encuesta	Santisteban González
PROFESIÓN	Administrador		Emily Paola.
ESPECIALIDAD Y CARGO	Magister en Educación y docencia y gestión educativa.		Tarrillo Marrufo Yamelith Marilyn.
Título de la Investigación: Modelo de un Negocio Turístico para generar Negocios Inclusivos en el Distrito de Reque - 2023			

Aspectos de validación de cada Ítem

Completar el siguiente recuadro luego de evaluar y observar el instrumento adjunto. Si está de Acuerdo escriba (A) o Desacuerdo (D), si hubiese modificaciones escriba en la columna correspondiente.



ITEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
¿Usted está de acuerdo con el cuidado y conservación de los lugares turísticos del distrito de Reque?	A	
¿Usted cree que las ruinas del Distrito de Reque deben ser salvaguardadas por los pobladores?	A	
¿Considera que las zonas turísticas del distrito de Reque se encuentran totalmente limpias?	A	
¿Los medios empleados para la venta de productos son apropiados para promocionar el negocio turístico?	A	
¿La venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer el nuevo proyecto de negocio turístico?	A	
¿El merchandising aplicado al negocio turístico, desarrollara el interés por conocer una nueva ruta?	A	
¿Le gustaría que el nuevo negocio turístico cuente con las instalaciones turísticas básicas para la satisfacción del visitante?	A	
¿Al implementar el nuevo negocio turístico debe estar orientada al turismo natural?	A	

¿Para el turista aventurero, en el nuevo modelo de negocio turístico sería adecuado implementar actividades de aventura?	A	
¿El uso de folletos, ferias y publicidad efectiva ayudara a la difusión de estos negocios inclusivos?	A	
¿Cree usted que el proyecto propuesto aportará beneficios positivos para los pobladores del Distrito de Reque?	A	
¿Las redes sociales ayudaran a captar clientes (turistas y pobladores de diferentes distritos)?	A	
¿La municipalidad de Reque invierte en nuevos negocios para el desarrollo cultural del distrito?	A	
¿Está de acuerdo que la municipalidad de Reque busque patrocinadores para la ejecución del proyecto?	A	
¿Se encuentra de acuerdo que la municipalidad de Reque a destinado las actividades y precios de los negocios que se implementará en las zonas?	A	
¿Los servicios implementados en el proyecto permitirán la atención de los clientes?	A	
¿Los negocios se encuentran acorde con la situación económica de los visitantes?	A	
se implementará en las zonas?		
¿Los servicios implementados en el proyecto permitirán la atención de los clientes?	A	
¿Los negocios se encuentran acorde con la situación económica de los visitantes?	A	
¿Está conforme con la oferta de movilidad correspondiente al periodo de un mes, por la municipalidad?	A	

Validez de contenido del instrumento

Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Negocio Turístico								
Dimensión 1: Factores medioambientales								
1 ¿Usted está de acuerdo con el cuidado y conservación de los lugares turísticos del distrito de Reque?	X		X		X		X	
2 ¿Usted cree las ruinas del Distrito de Reque deben ser salvaguardadas por los pobladores?	X		X		X		X	

3	¿Considera que las zonas turísticas del distrito de Reque se encuentran totalmente limpias?	X		X		X		X	
Dimensión 2: Factores Económicos		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿Los medios empleados para la venta de productos son apropiados para promocionar el negocio turístico?	X		X		X		X	
2	¿La venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer el nuevo proyecto de negocio turístico?	X		X		X		X	
3	¿El merchandising aplicado al negocio turístico, desarrollara el interés por conocer una nueva ruta?	X		X		X		X	
Dimensión 3: Factores Socioculturales		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿Le gustaría que el nuevo negocio turístico cuente con las instalaciones turísticas básicas para la satisfacción del visitante?	X		X		X		X	
2	¿Al implementar el nuevo negocio turístico debe estar orientada al turismo de naturaleza y al turismo cultura?	X		X		X		X	
3	¿Para el turista aventurero, en el nuevo modelo de negocio turístico sería adecuado implementar actividades de aventura?	X		X		X		X	
Negocios Inclusivos									
Dimensión 4: Recursos Claves		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	¿El uso de folletos, ferias y publicidad efectiva ayudara a la difusión de estos negocios inclusivos?	X		X		X		X	
2	¿Cree usted que el proyecto propuesto aportará beneficios positivos para los pobladores del Distrito de Reque?	X		X		X		X	

2	¿Los negocios se encuentran acorde con la situación económica de los visitantes?	X		X		X		X	
3	¿Está conforme con la oferta de movilidad correspondiente al periodo de un mes, por la municipalidad?	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable (X)

Apellidos y nombres del juez validador:



Firma y sello

Juez experto

Colegiatura N^o 018334

Anexo 04: Resolución de Proyecto



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N°0306-2023-FACEM-USS

Chiclayo, 07 de julio de 2023.

VISTO:

El Oficio N°0182-2023/FACEM-DA-USS, de fecha 06 de julio del 2023, presentado por la Directora de la EP de Administración y proveído del Decano de FACEM, de fecha 06/07/2023, donde se solicita la aprobación de Proyectos de tesis, de los estudiantes del Curso de Investigación I, del IX ciclo Sec. A, C y D, de la EP de Administración, a cargo del Dr. Mirko Merino Núñez, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N°30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 21° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N°086-2020/PD-USS de fecha 13 de mayo de 2020, indica que los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad, para la emisión de la resolución respectiva. **El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación.**

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR, los proyectos de Tesis de los estudiantes del Curso de Investigación I, correspondiente al IX ciclo – Sec. A, C y D, del ciclo académico 2023-I, de la EP de Administración, a cargo del Dr. Mirko Merino Núñez, según se indica en cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



 **Dr. LUIS GERARDO GOMEZ JACINTO**
Decano
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN



 **Mg. LUIS ENRIQUE SIERRA GONZALES**
Decano Académico
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Cc.: Escuela, Archivo

Anexo 05: Aprobación de Proyecto



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N°0306-2023-FACEM-USS

SEC. C

N.º	AUTOR(a) (es)	TITULO DE PROYECTO DE TESIS	LINEA DE INVESTIGACIÓN
1	- Inilupu Rafaelcinthya Yazmin - Chilcon Samame, Maria Araceli	Plan de negocios de un centro de conservación de especies silvestres para la generación de empleos inclusivos en Tumán, 2023	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
2	- Bustillos Pérez Harry Ralph - Torres Montoya Ingmar del Milagro	Programa de emprendimiento social para el empoderamiento de mujeres víctimas de violencia de género de Toribia Castro Chirinos, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
3	- Carhuajulca Marín Luz Noemi - García Zuta Jhunelly	Programa de competencias emprendedoras para mejorar las oportunidades de negocio en la comunidad de Huancas, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
4	- Rostaing Rios, Juan Carlos	Plan de acción para el tratamiento de residuos sólidos para la generación de empleos. Ferreñafe, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
5	- Maza Noriega Briggitt Del Rosario - Mejía Martínez Itala Karela	Modelo de negocios para la conservación de la biodiversidad en el distrito de Pátapo 2023	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
6	- Santisteban Gonzalez Emily Paola - Tarrillo Marrufo Yamelit Marilyn	Modelo de un negocio turístico para generar negocios inclusivos en el distrito de Reque, 2023	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
7	- Sampen Hernandez Kimberly.	Plan de negocio social para reducir la informalidad del mercado mayorista Moshoqueque en José Leonardo Ortiz, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
8	- Oyola Pupuche Jesus Alberto - Capuñay Medina Juan	Propuesta de guía para la atención de personas con discapacidad auditiva para mejorar la satisfacción del ciudadano de una municipalidad, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
9	- Ipanaque Ramirez, María Alejandra - Santisteban Vidaurre, Iris	Programa de emprendimiento social para fomentar el desarrollo socioeconómico en el caserío Sime - Pitipo, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
10	- Montenegro La Rosa Julio César	Propuesta de creación de una asociación de productores de quesos para la mejora del nivel de empleabilidad de los pobladores de Segue, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
11	- Saavedra Villalta Ariana Nallely	Programa de inserción laboral para mitigar la situación de calle de los jóvenes en el distrito de Chiclayo, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
12	- Esteves Delgado Kiara Doraly	Propuesta de un programa social para generar ingresos y disminuir la violencia familiar en el distrito de Lagunas, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
13	- Sánchez Bernilla Jery Pabel - Paz Bustamante Ibeth Carolay	Propuesta de un programa de integración del adulto a la educación en sus distintos niveles, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
14	- Gonzales Huamanchumo Brayan	Propuesta de un plan del Green Marketing para concientizar el cuidado del medio ambiente en los consumidores de Pimentel, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
15	- Alarcón Tarrillo Mirela Jhosely - Purisaca Adriano Dariana Alhely	Propuesta de un centro de alimentación para la erradicación del hambre en poblaciones de pobreza extrema del distrito de Jayanca, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
16	- Davila Rodriguez Alex - Diaz Idrogo Cristian Raul	Propuesta de gestión ambiental para contribuir con el fortalecimiento de las empresas de Bambamarca, provincia Hualgayoc, departamento Cajamarca, 2023	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
17	- Nieto Riojas María Alejandra	Propuesta de plan de marketing para fomentar la lectura en los jóvenes del distrito de Lambayeque, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
18	- Esquen Cema Xiomara del Milagro	Programa de gestión social para promover el desarrollo humano del sector Atusparias, distrito de José Leonardo Ortiz, 2023.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

Cc.: Escuela, Archivo

Anexo 06: Formato T1

	AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)	Código:	F1.PP2-PR.02
		Versión:	02
		Fecha:	18/04/2024
		Hoja:	1 de 1

Pimentel, 03 de octubre del 2024

Señores

Vicerrectorado de investigación

Universidad Señor de Sipán S.A.C

Presente. -

El suscrito:

Santisteban Gonzalez Emily Pola con DNI 75914011



Tarrillo Marrufo Yamelith Marilyn con DNI 76388932

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de investigación/tesis titulada:

MODELO DE UN NEGOCIO TURÍSTICO PARA GENERAR NEGOCIOS INCLUSIVOS EN EL DISTRITO DE REQUE -2023 presentado y aprobado en el año 2024 como requisito para optar el título de Licenciada en administración de la facultad de ciencias empresariales, escuela de Administración, Programa de estudios de Administración, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de investigación/tesis, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de investigación a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional - <https://repositorio.uss.edu.pe> así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación/informe o tesis y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APPELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Santisteban Gonzalez Emily Pola	75914011	
Tarrillo Marrufo Yamelith Marilyn	76388932	

ANEXO N°07: Reporte Turnitin

NOMBRE DEL TRABAJO

MODELO DE UN NEGOCIO TURÍSTICO PARA GENERAR NEGOCIOS INCLUSIVOS EN EL DISTRITO DE REQUE – 2023

AUTOR

Santisteban Gonzalez Emily Paola Tarrillo Marrufo Yamelith Marilyn

RECuento DE PALABRAS

13414 Words

RECuento DE CARACTERES

75789 Characters

RECuento DE PÁGINAS

59 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

466.2KB

FECHA DE ENTREGA

Oct 28, 2024 10:25 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 28, 2024 10:26 AM GMT-5

● 20% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

ANEXO N°08: Acta de originalidad

	ACTA DE SEGUNDO CONTROL DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN	Código:	F3.PP2-PR.02
		Versión:	02
		Fecha:	18/04/2024
		Hoja:	1 de 1

Yo, **Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación del Programa de Estudios de Administración y Administración Pública**, he realizado el segundo control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de (Pregrado,) según la Directiva de similitud vigente en USS; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe titulado: **Modelo de un negocio turístico para generar negocios inclusivos en el Distrito de Reque-2023, elaborado por el estudiante(s) Santisteban Gonzalez Emily Paola y Tarrillo Marrufó Yamelith Marilyn.**

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 20%, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación vigente.

Pimentel, 29 de octubre de 2024




Dr. García Yovera Abraham José

Coordinador de Investigación EAP Administración y Administración Pública

DNI N° 80270538

Anexo 09: Formulario de la encuesta

FORMULARIO DE GOOGLE



Modelo de un Negocio Turístico para generar Negocios Inclusivos en el Distrito de Reque - 2023

Por favor, responde a estas preguntas antes de irte.

sgonzalesemilyp@uss.edu.pe [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre *

¿Usted está de acuerdo con el cuidado y conservación de los lugares turísticos del distrito de Reque?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indiferente

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

¿Usted cree que las ruinas del Distrito de Reque deben ser salvaguardadas por los pobladores?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indiferente

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Anexo 10: Lugares turísticos

LUGARES TURÍSTICOS DEL DISTRITO REQUE

- Siete Techos



- El Cerrillo



- La Bocatoma

