**RESUMEN**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | **Autor** | [**Calero Valdez, A.**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/aCalero+Valdez%2C+A./acalero+valdez+a/-3,-1,0,B/browse) | | **Autor corporativo** | [**Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima (Peru). Ciclo Optativo de Especialización y Profesionalización en Marketing y Finanzas**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/aUniversidad+Nacional+Agraria+La+Molina%2C+Lima+%28Peru%29.++Ciclo+Optativo+de+Especializaci%7bu00F3%7dn+y+Profesionalizaci%7bu00F3%7dn+en+Marketing+y+Finanzas/auniversidad+nacional+agraria+la+molina+lima+peru+ciclo+optativo+de+especializacion+y+profesionalizacion+en+marketing+y+finanz/-3,-1,0,B/browse) | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | **Título** | **Propuesta de diseño de modelo de negocio: birdwatching dirigido al cliente global en la Región Lima, Perú** | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | **Impreso** | Lima : UNALM, 2016 | |

**Copias**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ubicación** | **Código** | **Estado** |
| Sala Tesis | [**E20. C34 - T**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/cE20.+C34+-+T/ce++++20+c34+t/-3,-1,,E/browse) | EN PROCESO |
| |  |  | | --- | --- | | **Descripción** | 132 p. : 39 fig., 31 tablas, 28 ref. Incluye CD ROM | | **Tesis** | Trabajo de Titulación (Economista) | | **Bibliografía** | Optativo : Marketing y Finanzas | | **Sumario** | Sumarios (En, Es) | | **Materia** | [**TURISMO**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dTURISMO/dturismo/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**AVES**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dAVES/daves/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**PAJAROS**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dPAJAROS/dpajaros/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**ACTIVIDADES CONEXAS**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dACTIVIDADES+CONEXAS/dactividades+conexas/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**MODELOS**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dMODELOS/dmodelos/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**SERVICIOS**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dSERVICIOS/dservicios/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**INVESTIGACION DE MERCADOS**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dINVESTIGACION+DE+MERCADOS/dinvestigacion+de+mercados/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dCOMPORTAMIENTO+DEL+CONSUMIDOR/dcomportamiento+del+consumidor/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**PERU**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dPERU/dperu/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**BIRDWATCHING**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dBIRDWATCHING/dbirdwatching/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**MODELO DE NEGOCIOS**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dMODELO+DE+NEGOCIOS/dmodelo+de+negocios/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**SERVICIOS INTEGRALES**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dSERVICIOS+INTEGRALES/dservicios+integrales/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**PROPUESTA DE VALOR**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dPROPUESTA+DE+VALOR/dpropuesta+de+valor/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**CLIENTE GLOBAL**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dCLIENTE+GLOBAL/dcliente+global/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**AVITURISMA**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dAVITURISMA/daviturisma/-3,-1,0,B/browse) | | |  | [**OBSERVACION DE AVES**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/dOBSERVACION+DE+AVES/dobservacion+de+aves/-3,-1,0,B/browse) | | | **Otro Autor** | [**Villegas Vera, A.A.**](http://ban.lamolina.edu.pe/search~S1*spi?/aVillegas+Vera%2C+A.A./avillegas+vera+a+a/-3,-1,0,B/browse) | | **Nº estándar** | PE2017000019 B / M EUV E20 | |

Esta investigación desarrolló un análisis del mercado sobre la oferta turística relacionada al birdwatching en la región Lima. Asimismo, se identifica los distintos servicios que se prestan en relación al turismo y plantea un modelo de negocio integrado según el requerimiento de los distintos segmentos de observadores de aves. Se realizaron encuestas, entrevistas y revisión literaria, que permitieron identificar un perfil de observador de aves ajustado a la región Lima. En el recojo de información se emplearon técnicas de muestreo aleatorio; entrevistas estructuradas y no estructuradas, tanto a los usuarios como al personal de MINCETUR, PROMPERU y operadores logísticos, respectivamente. Por otro lado, el análisis se desarrolló a través de la estadística descriptiva de los resultados. En el planteamiento del modelo de negocios, se realizó el análisis FODA, análisis de las cinco fuerzas de Porter y se empleó el Business Model Canvas; con un punto de vista integrado, tomando en cuenta la relación empresa-producto-cliente sobre la base de una propuesta de valor de la actividad, de acuerdo al perfil de observador de aves tomando en cuenta los recursos y actores clave, así como los socios y aliados estratégicos; con especial énfasis en la búsqueda de fidelización de los clientes aprovechando al máximo los distintos canales de distribución existentes, en función a los ingresos y costos que se prevén obtener de la actividad del negocio.

Palabras clave: Birdwatching, aviturista, modelo de negocio, cliente global, propuesta de valor, servicios integrados.

**ABSTRACT**

This investigation work has developed a market research relating birdwatching with turist offer in Lima. It also identifies the different services related to tourism and brings up an integrated business model according to different birdwatching sections. Surveys, interviews and literature look over were needed for the identification and setting of a Lima bird watcher profile. For gathering the information we applied random sampling technic, structural and non-structural interviews to users as well as for MINCETUR and PROMPERU workers respectively. The analysis was developed with descriptive statistic according to the results obtained. In the proposal of the business model a FODA analysis was done as well as a Porter 5 forces analysis and finally the Business Model Canvas whit and integrated point of view attending to the enterprise-client-product relation based in value proposition of the activity according to the bird watcher profile, the resources and key actors as well as the associated and strategic allied with special emphasis in the research of clients loyalty taking advantage of the different distribution channels considering incomes and costs expected with the business activity.

Key words: Birdwatching, birdwatcher, business model, global customer, value proposition, integrated services.