

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



**PROPUESTA DE TURISMO TERAPÉUTICO COMO  
ALTERNATIVA PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA  
TURÍSTICA A TRAVÉS DE UN SPA ECOLÓGICO,  
DISTRITO DE CHACHAPOYAS, REGIÓN AMAZONAS –  
2016.**

**TESIS**

Para obtener el Título Profesional de  
**LICENCIADA EN TURISMO Y HOSTELERÍA.**

**AUTORES** : Bach. CONSTANTINO BUSTAMANTE LESLY JUDITH  
Bach. CORONEL DELGADO IRIS MARISOL

**ASESOR** : Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ.

**CHACHAPOYAS - AMAZONAS – PERÚ 2017**

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



**PROPUESTA DE TURISMO TERAPÉUTICO COMO  
ALTERNATIVA PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA  
TURÍSTICA A TRAVÉS DE UN SPA ECOLÓGICO,  
DISTRITO DE CHACHAPOYAS, REGIÓN AMAZONAS –  
2016.**

**TESIS**

Para obtener el Título Profesional de  
**LICENCIADA EN TURISMO Y HOSTELERÍA.**

**AUTORES** : Bach. CONSTANTINO BUSTAMANTE LESLY JUDITH  
Bach. CORONEL DELGADO IRIS MARISOL

**ASESOR** : Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ.

**CHACHAPOYAS - AMAZONAS – PERÚ 2017**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

JORGE LUIS MAICELO QUINTANA Ph. D.  
**RECTOR**

Dr. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES  
**VICERRECTOR ACADÉMICO**

Dra. MARÍA NELLY LUJÁN ESPINOZA  
**VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

Mg. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI  
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

## **PAGINA DEL JURADO**

---

Mg. Juan Manuel Buendía Fernández

**PRESIDENTE**

---

Lic. Erik Martos Collazos Silva

**SECRETARIO**

---

MsC. Pepe Oswaldo Mori Ramírez

**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

Le dedico con mucho orgullo a mis abnegados padres José Santos Coronel y Crecencia Delgado, a mis hermanos y hermanas, al amor de mi vida Robin De La Torre y en especial a mí adorada hija Itzayana Yaretzi, a todos ellos por ser parte de mi triunfo porque sin ellos yo no sería nada, por ser mi fortaleza cada amanecer.

**Iris Marisol Coronel Delgado**

Esta tesis le dedico a Dios, por darme la oportunidad de vivir y estar conmigo en cada paso que doy; por haber puesto en mi camino a las personas que han sido mi soporte. A mis padres: Valentín Constantino y Clemencia Bustamante, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante y ejemplos de perseverancia para salir adelante. A mis hermanos Edwin y Yolibeth; y a toda mi familia en general. A mis docentes que formaron parte de mi formación profesional, amigos y compañeros que siempre formamos un buen equipo para llegar a lograr este objetivo.

**Lesly Judith Constantino Bustamante.**

## **AGRADECIMIENTO.**

Mi especial agradecimiento al altísimo Dios de la vida por permitirme llegar a este momento, por su protección infinita en todos los días de mi vida, a mis adorados padres José y Crecencia que con su amor y su apoyo incondicional llegue a ser la persona que soy; por inculcarme los mejores valores para la vida, a mis 9 hermanos que su amor y su apoyo fueron mis energías día a día y la fuerza que jamás dejó derrumbarme, al amor de mi vida que su compañía y amor no me dejaron desvanecer, a mi adorada hija que su ternura endulzó mi vida, a mis amigos y amigas que su amistad y compartir fue excelente y a todos mis maestros que su aporte académico es el mejor recuerdo para mi vida.

**Iris Marisol Coronel Delgado.**

En primer lugar, doy gracias a Dios por haberme dado salud, fuerzas y valor para culminar esta etapa en mi vida. Agradezco también a mis padres por la confianza que me depositaron y me brindaron todo su apoyo de manera incondicional. Agradezco a mis hermanos, que con su ayuda, cariño y comprensión ayudaron a realizar este sueño. Agradezco también a mis abuelos, tíos, primos que siempre me apoyaron de diversas formas. Agradezco a todos los docentes que gracias a sus enseñanzas y conocimientos hicieron posible culminar esta etapa, en especial al profesor Rafael por su orientación y guía para terminar con la elaboración de este proyecto. A mis amigos y compañeros que entre risas y enojos han sido parte y de mucha ayuda para culminar con esta etapa. Y a todas las personas que ya sea de manera directa o indirecta ayudaron en la realización de este proyecto.

**Lesly Judith Constantino Bustamante.**

## **VISTO BUENO DEL ASESOR**

El que suscribe en cumplimiento del artículo 23 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (RCG. N° 022-2006-UNAT-A-CG.), da el visto bueno al informe final de la tesis “Propuesta de turismo terapéutico como alternativa para diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico, distrito de Chachapoyas, región Amazonas – 2016”, de las Bachilleres: Constantino Bustamante Lesly Judith, Coronel Delgado Iris Marisol, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el jurado evaluador, para su posterior sustentación, el mismo que fue elaborado de acuerdo a la Metodología Científica y en concordancia con el esquema de la UNTRM.

Por lo tanto:

Firmo la presente para mayor constancia.

---

Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz

ASESOR

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	INTRODUCCIÓN.....	13
II.	OBJETIVOS.....	17
	2.1 Objetivo principal.....	17
	2.2 Objetivos específicos.....	17
III.	MARCO TEORICO.....	19
	3.1. Antecedentes.....	19
	3.2. Base teórica.....	24
	3.3. Definición de términos básicos.....	27
IV.	MATERIAL Y MÉTODOS.....	33
	4.1. Objeto de estudio.....	33
	4.2. Variable de estudio.....	33
	Variable dependiente.....	33
	4.3. Operacionalización de variables.....	33
	4.4. Tipo de estudio.....	35
	4.5. Diseños de la investigación.....	35
	4.6. Población.....	35
	4.7. Muestra y muestreo.....	35
	4.8. Métodos.....	38
	4.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
	4.10. Procedimiento.....	40
	4.11. Análisis de datos.....	40
V.	RESULTADOS.....	42
	5.1. Resultados de la oferta para la implementación de un spa ecológico.....	42
	5.2. Resultados de la demanda.....	52
	5.3. Resultados de la propuesta del Spa ecológico.....	95
	5.4. Pronostico de ventas.....	104
	5.5. Comercialización.....	106

5.7. Ingeniería Del Proyecto .....	107
5.8. Requerimiento Del Mantenimiento, Insumos, Personal Y Servicios .....	108
5.9. Inversiones .....	114
5.10. Financiamiento.....	119
5.16. Análisis económico y financiero.....	129
5.17. Evaluación económica y financiera .....	133
VI. DISCUSIÓN .....	139
VII. CONCLUSIONES.....	143
VIII. RECOMENDACIONES .....	145
IX. REFERENCIAS BLIBLIOGRÁFICAS.....	147
X. ANEXOS .....	151

## RESUMEN

La presente tesis de investigación se ha realizado sobre el tema denominado propuesta de turismo terapéutico como alternativa para diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico en el distrito de Chachapoyas, región Amazonas. Su objetivo general es plantear una propuesta de turismo terapéutico como alternativa para diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico en el distrito de Chachapoyas, región Amazonas 2016, para estos fines se utilizó el método científico, mismo que hizo uso de métodos deductivo e inductivo para poder articular definiciones que forman parte de la base teórica y la articulación del informe final de la tesis; el método descriptivo permitió describir las características del mercado actual de la ciudad de Chachapoyas y el comportamiento de la oferta y la demanda que permitieron el planteamiento de un producto competitivo. Los datos fueron recolectados a través de encuestas y entrevistas a las poblaciones materias de estudio que son: población local, turistas nacionales y extranjeras, autoridades representativas de las instituciones vinculadas a la actividad turísticas y operadores turísticos; estos datos fueron analizados y procesados a través del método analítico el mismo que sirvió para la elaboración de un diagnóstico que permitió plantear una propuesta de solución competitiva.

**Palabras claves:** Spa Ecológico, Turismo, Salud, Belleza, Tratamiento, Terapia y Oferta

## **ABSTRACT**

This thesis research has been done on the topic called therapeutic tourism as an alternative to diversify tourism through an ecological spa in the district of Chachapoyas, Amazonas region. Its overall objective is to present a proposal for therapeutic tourism as an alternative to diversify tourism through an Amazonas 2016 eco spa in the district of Chachapoyas, region, for these purposes the scientific method, it made use of deductive methods used and inductive to articulate definitions that are part of the theoretical basis and the articulation of the final report of the thesis; the descriptive method allowed to describe the characteristics of the current market in the city of Chachapoyas and behavior of supply and demand that allowed the approach of a competitive product. Data were collected through surveys and interviews with the subjects of study are populations: the local population. domestic and foreign tourists, representative authorities of the institutions involved in tourism activity and tour operators; These data were analyzed and processed through the same analytical method has been used for making a diagnosis that allowed a proposal for the competitive solution.

**Keywords:** Ecological Spa, Tourism, Health, Beauty Treatment, Therapy and Offer

**CAPITULO I**  
**INTRODUCCIÓN**

## I. INTRODUCCIÓN

El turismo terapéutico se está transformando en una parte importante del turismo mundial. Por “turismo terapéutico” se entiende una industria en expansión, pues mucha gente viaja de un país a otro para algún tipo de tratamiento médico. Así mismo nos dice que este tipo de turismo está en aumento de la popularidad y su atractivo tiene varias razones: Primero; la carestía de los precios de los tratamientos en los países industrializados y en otros que no lo son; segundo, la rápida y permanente evolución de la tecnología de los tratamientos médicos; y tercero, la degradación de los tratamientos y la insuficiente infraestructura médica moderna en numerosos países en vías de desarrollo.

Por otra parte, la facilidad y los precios razonables de los viajes internacionales para bastante gente y el flujo rápido de las informaciones han desempeñado un papel principal en el florecimiento de este tipo de turismo.

Así, países como Hungría y república Checa atraen a turistas que se desplazan desde Alemania y Austria para medicarse por el menor precio de los tratamientos odontológico y cosmético. Por otra parte, Jordania y Túnez atraen a turistas árabes que se quieren medicar por el buen nivel de los tratamientos en estos dos países. Estados Unidos era un país que atraía a turistas terapéuticos árabes, sobre todo originario de los países del Golfo, pero la situación ha cambiado radicalmente después de los ataques contra Nueva York en 2001.

El turismo terapéutico en Alemania se basa en la calidad de los tratamientos en centros de investigación y hospitales de reposo, en su muy desarrollada tecnología y en la capacidad internacional de los profesionales médicos (Al-Hamarneh 2006)

El Perú aún no cuenta con establecimientos de este tipo. Sin embargo, centros de medicina alternativa han comenzado a aparecer en la ciudad de Lima, los gimnasios cada vez ofrecen programas más completos y el concepto de medicina preventiva también está siendo muy considerado entre la población. Por lo tanto, es probable que comiencen a surgir establecimientos similares en nuestro país.

En el estudio de la filosofía y cultura andina se ha revelado una especial visión que los indígenas del lugar tenían sobre el mundo. Una visión que se vincula

estrechamente con el cosmos y la armonía con la naturaleza. Concebían al cosmos, como un gran cuerpo organizado donde sus elementos, regidos por fuerzas y energías opuestas y complementarias, guardan cada cual su lugar respectivo y el equilibrio entre sí, originando así orden y armonía en todo el desarrollo de su existencia infinita (Labarthe. 2012).

El turismo en nuestra región de una u otra forma genera economía para las comunidades anfitrionas, pero muchas veces las empresas públicas y privadas del sector solo se limitan en un turismo convencional; lo que genera un estancamiento para la actividad desperdiciando mucho el potencial natural que posee la región.

También se puede mencionar que con este limitante en la actividad se está cerrando las puertas a un mercado que busca nuevas alternativas de relax, que a la vez podría generar el crecimiento de la economía en la actividad turística para nuestra región.

En muchas ocasiones las instituciones ligadas a esta actividad, no buscan nuevas alternativas para solucionar la problemática, centrándose muchas veces en los dos atractivos turísticos: Gocta y Kuélap; dejando de lado otras posibilidades que genere más demanda turística, en este caso con propuestas innovadoras que el turista hoy en día busca, como buena atención, relax, tranquilidad y confort.

Más allá de un turismo convencional, Amazonas requiere de un turismo innovador, ya que ahora mucho se habla de un turismo de salud. La salud es lo más importante para que un turista pueda disfrutar de su permanencia en su destino, por lo tanto, esta actividad es preferida por aquellos que pretenden alternar el ocio con el mejoramiento de la calidad de vida; descanso y relax parece ser la solución elegida para tratar el estrés de la vida de muchas personas, ayudando a restablecer la armonía entre el cuerpo y la mente.

En donde se formuló el siguiente problema ¿Qué características debería tener el turismo terapéutico como alternativa para diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico, distrito de Chachapoyas, Región Amazonas – 2016?

La investigación se justifica bajo los siguientes aspectos:

**Justificación teórica:** la investigación buscará generar nuevos conocimientos orientados a solucionar problemas a la actividad en la ciudad de Chachapoyas. Y

sentará las bases para futuras investigaciones, relacionadas a turismo alternativo, específicamente al terapéutico y emprendimientos como el spa.

**Justificación social:** la investigación se enfoca en actos de inclusión social que permite mejorar la calidad de vida de actores directos e indirectos del área de estudio.

**Justificación económica:** la propuesta de turismo terapéutico buscará generar un dinamismo económico a nivel macro y micro en la ciudad de Chachapoyas, teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad.

**Justificación ecológica:** la propuesta planteará el uso de recursos con responsabilidad ecológica y sostenible, promoviendo su conservación, cultivo y comercialización racional de plantas medicinales y otros recursos que se utilice en el Spa.

**Justificación legal:** la investigación se justifica en la normatividad de su ley universitaria y los reglamentos internos de la universidad nacional Toribio Rodríguez de Mendoza para la obtención de títulos profesionales de licenciados en turismo y hostelería.

**Justificación académica:** El desarrollo del proyecto concluirá en una tesis realizada con los parámetros de la investigación científica, requisito para la obtención del título profesional.

**CAPITULO II**  
**OBJETIVOS**

## **II. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo principal**

Plantear una propuesta de un turismo terapéutico como alternativa para diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico, distrito de Chachapoyas, región Amazonas – 2016.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico de las posibilidades del desarrollo de un turismo terapéutico ecológico como diversificación de la oferta turística.
  
- Analizar la demanda del turismo terapéutico ecológico en la ciudad de Chachapoyas.
  
- Identificar gustos y preferencias para el desarrollo de este tipo de turismo para satisfacer las necesidades del cliente.
  
- Plantear la propuesta de un spa ecológico en el distrito de Chachapoyas para diversificar la oferta turística.

**CAPITULO III**  
**MARCO TEÓRICO**

### III. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. Antecedentes

##### **Antecedentes internacionales**

Lopes, Henn, Alén y Gonçalves (2011). En su investigación denominada **“Turismo de salud y el uso terapéutico del agua”** realizada por el Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos-Argentina. Con este documento sostienen que el uso del agua como cura de males y enfermedades fue utilizada desde tiempos antiguos y que se ha ido desarrollando a lo largo del desplazamiento turístico. El objetivo de esta investigación fue conocer y comparar las formas de uso terapéutico del agua como motivación al desplazamiento turístico en Galicia (España) y Santa Catarina (Brasil), identificando potenciales terapéuticos no utilizados.

Este estudio complementa a los demás por analizar el uso terapéutico del agua como forma de añadir valor al producto turístico y como recurso económico no explotado en su plenitud, además de comparar dos casos en distintos países.

Así mismo en los resultados se pudo rescatar, que esta actividad se relaciona con la oferta de ocio y belleza. Se constató que los balnearios de Santa Catarina ofrecen muchas opciones de ocio, pero la diferencia no es significativa si son comparados con los de Galicia. En relación a la belleza, los balnearios de Galicia están más desarrollados que los de Santa Catarina y ofrecen más opciones de tratamiento. En general, las principales indicaciones son para el tratamiento de afecciones reumatológicas, dermatológicas, respiratorias y renales. Es importante señalar que en el Estado de Santa Catarina se destaca la indicación reumatológica y renal por encima de las demás; y la reumatológica y la dermatológica son las más habituales en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Finalmente concluye en Galicia, a diferencia de Santa Catarina donde hubo un proceso de sustitución de las técnicas terapéuticas, los establecimientos añadieron las ofertas de ocio, belleza y relax como productos complementarios al tradicional terapéutico como forma de atender a las nuevas necesidades y

deseos de la demanda actual. Como consecuencia los centros gallegos tienen más valor añadido provenientes de los recursos e instalaciones y tienen una oferta más amplia de productos y servicios. Además de estas consideraciones es importante que cada producto sea capaz de diferenciarse de los demás para que el cliente tenga posibilidades de distinguir los productos del turismo de salud disponibles en el mercado y no los considere substitutivos. Para esto es importante que cada producto tenga en claro su filosofía y utilice el agua, sus derivados y los servicios provenientes de estos como principal forma de diferenciarse.

Ala Al-Hamarneh (2006). En su investigación denominada “**El turismo terapéutico árabe en Alemania**”; menciona que el aumento de la popularidad de este tipo de turismo y su atractivo tienen varias razones, señalando así sus objetivos; la carestía de los precios de los tratamientos en los países industrializados y en otros que no lo son, la rápida y permanente evolución de la tecnología de los tratamientos médicos, la degradación de los tratamientos y la insuficiente infraestructura médica moderna en numerosos países en vías de desarrollo. También señala los países donde se desarrolla más este tipo de turismo son los europeos y añade que la lengua, el patrimonio y los valores sociales comunes juegan un papel importante en el turismo terapéutico interregional.

Según sus resultados señala que Estados Unidos era un país que atraía a turistas terapéuticos árabes, sobre todo originarios de los países del Golfo, pero la situación ha cambiado radicalmente después de los ataques contra Nueva York en 2001. Así mismo calculan los observadores que los ingresos estadounidenses en concepto de turismo terapéutico han disminuido en un 50% en 2002 y 2003 con relación a 2000, año en que habían sido de 1.400 millones de dólares. Lo que significa que los tratamientos, evaluados en 700 millones de dólares anuales, o no se efectuaron o se efectuaron en otros países.

Concluye señalando que el turismo terapéutico ha sido un privilegio de pacientes ricos de los países desarrollados, en particular las clínicas

especializadas en tuberculosis de Austria y reuma de Italia. Hoy día este tipo de turistas está en el punto de mira y el interés de las agencias de turismo y hospitales.

### **Antecedentes nacionales**

Arredondo (2006). En la tesis denominada **“Dualidad simbólica de plantas y animales en la práctica médica del curandero-paciente en Huancayo”** Para optar el Grado de Magister en Antropología en la universidad católica del Perú en la escuela de graduados; señala que algunos de los numerosos estudios existentes a la fecha, la dualidad es el tema central de la ideología andina, manifestada de acuerdo al equilibrio necesario de las fuerzas opuestas; este esquema dual como bien sabemos es aplicado a diferentes aspectos de la vida diaria del poblador andino, razón por la cual se convierte en un elemento importante para dilucidar el patrón de pensamiento de los diferentes grupos sociales. Su objetivo fue hacer un seguimiento de casos clínicos reportados por curanderos y pacientes involucrados en las prácticas de la medicina tradicional en el valle del Mantaro.

En sus resultados podemos resaltar el dualismo simbólico que se expresa de manera abstracta y concreta en la medida que los curanderos, curiosos y pacientes estructuran patrones de pensamientos, determinando y acentuando la pertenencia o adscripción a uno de los lados la parafernalia médica, según características atribuidas. El sincretismo médico resulta de la mezcla de lo tradicional y moderno originado por el contacto y choque intercultural e interestructural adaptadas a la cosmovisión de los conceptos salud/enfermedad.

Finalmente concluye, que existen una diversidad de plantas y animales que poseen eficacia curativa, como entes equilibrantes que son utilizados alternadamente para el diagnóstico y tratamiento de enfermedades con un fundamento dualista simbólico, así mismo se encontró evidencias tradicionales ancestrales como: el uso de plantas, animales, ritos y ceremonias complejas.

Elbers (2012). En su investigación denominada **“Centro Terapéutico Turístico en el Cusco”** para obtener el título de arquitecto en la facultad de arquitectura en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas ; nos dice que el turismo de salud es una tendencia que se viene dando en el mundo y cada vez con mayor incremento en el número de personas que lo realizan, buscando un tiempo para vacacionar no sólo con el motivo cultural de conocer distintos contextos, sino también enfocando este periodo de vacaciones como un momento en el cual se busca recuperar la salud perdida, desintoxicarse del estrés cotidiano y los malos hábitos.

El objetivo de la investigación es proponer un centro terapéutico en la ciudad de cusco integrándose a la naturaleza y buscando los componentes especiales como zonas de hospedaje, tratamiento, administrativas y recreativas. También señala la forma y organización del centro terapéutico turístico a desarrollar y algunos métodos terapéuticos a utilizar.

Los resultados más resaltantes en esta investigación son: El número de establecimientos presentes en la zona ha aumentado en los últimos años, esto debido a la creciente demanda. Sin embargo, se puede ver que aún existen establecimientos que carecen de un alto porcentaje de servicios. Así mismo, se puede notar como en algunos establecimientos el número de habitaciones es considerable, llegando estos establecimientos, hasta con 115 habitaciones más suites.

Concluye que el hospedaje turístico presente en la zona resulta muy importante ya que el establecimiento que se está planteando es una nueva tipología de establecimientos destinados a turistas con anhelo en un acercamiento a un mejor estado de salud.

### **Antecedentes regionales**

Chávez e Ipanaque (2013) en su tesis denominada **“Diagnóstico y propuesta para el desarrollo termomedicinal en las aguas azufradas de Chaquil, distrito de Shipasbamba – provincia de Bongará 2013”**, tesis para optar el título profesional de licenciadas en Turismo y Administración, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, Chachapoyas; en sus objetivos establece una propuesta del desarrollo del turismo termomedicinal en las aguas azufradas de Chaquil, así mismos se diagnosticara la situación del ámbito de estudio de estas aguas azufradas identificando las propiedades químicas y curativas.

Según sus resultados se dice que son pozas que están en un estado natural formado por las mismas nacientes de agua y su temperatura es de 25 a 30 °C a partir del mediodía; pero la hora más adecuada para visitar es 4 a.m. – 6 a.m. porque está a una temperatura más caliente de 35 a 40 °C.

También menciona que la población visita a estas aguas por motivo de salud un 75%, un 17% por curiosidad y un 8% por diversión y que su propiedad curativa es para el susto, heridas, dolores musculares, dolores de huesos, reumatismo, hemorragia y gastritis debido al azufre que contiene. Así mismo en el análisis realizado se detectó que estas aguas tienen PH (potencial de hidrogeno), solidos totales disueltos, dureza de calcio, dureza de magnesio y cloruros, alcalinidad, carbonato, etc.

Llegando a las conclusiones, que el termalismo de estas aguas constituye un potencial y oportunidad para ser desarrollada turísticamente; así mismo la valorización y de recursos termales se dan de acuerdo a las nuevas exigencias de sostenibilidad y respeto al medio ambiente. Finalmente dicen que despertará un gran interés sobre los encuestados para realizar el turismo termomedicinal y diversificación de la oferta turística como una nueva alternativa.

### **3.2. Base teórica**

#### **Teoría de mercado**

El mercado como uno de los principales elementos del sistema capitalista, en el que ocurren las diversas transacciones de compra y venta de bienes, servicios y factores productivos. Es ahí donde se manifiesta la oferta, la demanda y el precio de todo lo que se compra y se vende. (Ramírez. 2011).

#### **La ley de oferta y demanda**

La ley de la oferta y demanda es un modelo económico básico postulado para la formación de precios de mercado de los bienes dentro de la escuela neoclásica y otras afines, usándose para explicar una gran variedad de fenómenos y procesos tanto macro como microeconómicos. Además, sirve como base para otras teorías y modelos económicos. (Mochon; Beker. 1997).

#### **Teoría de la calidad**

Este autor define a la calidad como adecuación para el uso. Juran considera que la opinión del usuario es la que indica que la calidad está en el uso real del producto o servicio. Juran aplicó a la calidad dos significados diferentes: característica y ausencia de defectos. Manejar con eficacia estos tipos de calidad significa utilizar lo que ahora parece un concepto muy antiguo de su trilogía de la calidad.

Cuando se utiliza esta definición, sólo el cliente puede determinar la calidad del producto o servicio. En consecuencia, a los fabricantes no les gusta utilizarlas, y prefieren una conformidad más controlada con las especificaciones, adecuada para el uso de valor utilitario que varía de un cliente a otro. (Juran, 1986).

De acuerdo a Juran (1974), este concepto está basado en las cinco características siguientes:

1. Tecnológicas
2. Psicológicas
3. Temporal
4. Contractual
5. Ética

La calidad de un producto fabricado se puede definir, principalmente, por sus características tecnológicas y temporales (fuerza y fiabilidad), mientras que un servicio puede incluir todas las mencionadas anteriormente. Esto es un ejemplo de por qué ha sido difícil aplicar los programas en empresas de servicios. Más aún, Juran determinó que la adecuación para el uso puede ser desglosada en cuatro elementos: calidad de diseño, control de calidad, disponibilidad y servicio de post-venta.

### **Teoría de desarrollo**

La teoría desarrollista, se ha venido apartando de la visión puramente economicista, para establecer una clara subordinación, del crecimiento económico, a los objetivos del desarrollo, donde el crecimiento económico, no debe ser el fin, de las políticas de los países, sino el medio, que facilite el desarrollo de los seres humanos. Además, con una política adecuada, la incorporación de nuevas tecnologías y la mejora del capital humano, se puede conseguir, que la protección del medio ambiente, no tenga costos agregados, en términos de crecimiento y empleo, en el corto plazo. Igualmente, la protección del medio ambiente, se convierte en un argumento, para potenciar, los procesos de liberación y el incremento de la competencia, en los mercados de productos y de capitales, así como, la flexibilización del mercado de trabajo, procurando con ello, que las próximas generaciones, vivan en un mundo de continuo crecimiento, cuyo desarrollo económico, se dé en un ambiente intacto, con calidad de vida y cohesión social. Por lo que, debe establecerse un compromiso global desde todos los niveles de la actuación social, a fin de trazar los lineamientos que permitan configurar un cambio social, económico, político y ambiental. (Díaz. 2009).

### **Teoría de desarrollo sostenible**

Las condiciones para el desarrollo sostenible, no sólo se definen por la acumulación de conocimiento y capital físico en un territorio; que va más allá de eso, ya que trata de crear los instrumentos para gestionar los procesos de ordenamiento social, y las instituciones y el marco regulatorio, que permitan potencializar, las diferentes expresiones del capital en las regiones. Como

consecuencia de ello, la acumulación de capital físico, el conocimiento, las potencialidades del territorio, y el marco institucional fortalecerán el desarrollo tanto endógeno como exógeno, que se requiere para estimular la construcción de un tejido social basado en los valores y en el desarrollo del ser humano.

La sostenibilidad, es un determinante central del tipo de desarrollo que el BID (el Banco Interamericano de Desarrollo) se propuso fomentar desde su creación, pues proporciona beneficios económicos y sociales duraderos. Ahora bien, para lograr los objetivos generales del Banco en cuanto a catalizar crecimiento económico, reducir la pobreza y promover la equidad social, se requiere actuar de acuerdo con los principios de la sostenibilidad. En relación a esto, el BID, reconoce tres dimensiones críticas de la sostenibilidad: La sostenibilidad económica, la cual, se refiere a aquel desarrollo económico, que se traduce en aumentos de largo plazo del bienestar financiero, y la estabilidad económica, tanto a nivel de las empresas como de los hogares. La sostenibilidad ambiental, la cual, comprende aquellas acciones humanas, que mantienen la capacidad de los ecosistemas, para producir el rango de bienes y servicios de los cuales dependen todas las formas de vida. La sostenibilidad social, la cual, se relaciona con el desarrollo, que conduce a un mayor acceso e igualdad social, al respeto por los derechos humanos, y a mejoras en materia de salud, educación, oportunidades y otros aspectos no monetarios del bienestar

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y el Programa de Naciones Unidas, señalan que el concepto de desarrollo sostenible involucra los siguientes aspectos:

- 1) El desarrollo sostenible, implica que la calidad medioambiental mejora el crecimiento económico, a través de varias formas: mejorando la salud de los trabajadores, creando nuevos empleos en el sector medioambiental y creando empleos en el sector dedicado a combatir la contaminación;
- 2) El desarrollo sostenible acepta que, de todos modos, deberán existir algunos trade – offs si se contempla un concepto restringido de crecimiento económico, en donde se destaca el hecho que el crecimiento, está en conflicto con el medio

ambiente, porque se pone poco esfuerzo en integrarlo dentro de las inversiones de capital y de otras decisiones de producción. De ambas cuestiones se resalta el hecho que no se pretende cuestionar si se crece o no, sino de cómo se crece. En este proceso, los economistas neoclásicos, consideran, que mediante la innovación tecnológica, se puede reducir el consumo energético, o salvar recursos, al tiempo que continuar el proceso de crecimiento.

De acuerdo con lo anterior, el desarrollo sostenible, modifica el enfoque del crecimiento económico basado en las medidas y en los elementos tradicionales de la economía. De igual manera, se critica la utilización del Producto Interno Bruto (PIB), como una medida básica, para calcular el crecimiento económico, porque éste, tiende a desviarse de uno de sus propósitos fundamentales, que sería reflejar el nivel de vida de la población, lo que se consideraría como desarrollo económico el cual implica expandir o realizar las potencialidades y llegar en forma gradual a un estado más completo, mayor o mejor para toda la sociedad. (Díaz. 2009).

### **3.3. Definición de términos básicos**

#### **Turismo terapéutico**

La vertiente terapéutica está más relacionada con la medicina que con el turismo. Se acude a centros médicos y periféricamente se utilizan instalaciones y servicios turísticos como el transporte, alojamiento, etc. Pero la motivación principal no es satisfecha por una instalación o servicio turístico (Borman. 2004).

#### **Turismo de salud**

El turismo de salud o turismo médico es un fenómeno global que consiste en el viaje a otra ciudad o país para recibir algún tipo de tratamiento o atención médica (como cirugías, tratamientos, rehabilitación) o del tipo de bienestar como tratamientos estéticos o en spa. (Ausiello. 2002)

Turismo de salud o medicinal es el turismo que busca los medios para conservar, fomentar y restaurar la salud como clave fundamental del bienestar físico, mental y social. (Sectur. 2002).

### **Plantas medicinales**

Son plantas medicinales, todas aquellas que contienen en alguno de sus órganos, principios activos de los cuales, administrados en dosis suficientes, producen efectos curativos en las enfermedades de los hombres y de los animales en general (Cosme. 2008).

Son aquellos vegetales que elaboran unos productos llamados principios activos, que son sustancias que ejercen una acción farmacológica, beneficiosa o perjudicial, sobre el organismo vivo. Su utilidad primordial, a veces específica, es servir como droga o medicamento que alivie la enfermedad o restablezca su salud perdida; es decir, que tienden a disminuir o neutralizar el desequilibrio orgánico que es la enfermedad. Constituyen aproximadamente la séptima parte de las especies existentes (Muñoz 2002).

### **Spa**

Un spa, también conocido como centro de spa o centro de hidroterapia, es un establecimiento sanitario que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación utilizando como elemento principal el agua. También se llama 'spa' a una pequeña piscina o bañera con diferente toma y desagües, usada como hidromasaje (Sociedad Española de Hidrología médica).

El término «spa» designa un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua. Mucho se ha escrito con respecto al origen de esta palabra, aunque han sido muy pocas las investigaciones que se han basado en estudios bien documentados, como bien afirma (Mosqueira. 2007)

### **Turismo**

Conjunto de técnicas y actividades encaminadas a traer y satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas en sus desplazamientos vacacionales. Por extensión, organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes. De acuerdo con la OMT por turismo se entiende el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares

distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos lucrativos. (Montaner. 1998).

Es el conjunto de relaciones y fenómenos producidas por el desplazamiento de no están motivados por una actividad lucrativa. (Ramírez. 1981).

### **Agencias de viaje**

Las agencias son empresas de servicios y su función principal es la intermediación”; y de allí se deriva una de sus principales funciones: la intermediación (Según la OMT 1998).

Las Agencias de Viajes, caso particular que ocupa en la presente investigación, son empresas conocidas como intermediarios entre los turistas y los prestadores de servicios turísticos. Consideradas el canal clásico de comercialización de los viajes. Son consideradas el colectivo más importante dentro del sistema de distribución turística y venta de productos turísticos que conlleva viajes (Milio y Cabo 2000).

Desde la profesionalización del servicio de viajes, establecida por Thomas Cook, la actividad del agente de viajes como intermediario, es compleja y especializada y cubre una gama amplísima y diversificada de servicios (Gurría. 1991).

### **Oferta turística**

Conjunto de productos y servicios turísticos que tienen un núcleo turístico basado en sus recursos e infraestructuras. Esta expresión no refleja exclusivamente los servicios de naturaleza turística dispuestos para la venta, sino que también abarca el conjunto de actividades vinculadas a la prestación de estos servicios. (Montaner. 1998).

### **Demanda turística**

Término económico que refleja la disposición de compra de un bien o servicio en función de su precio, o bien de la renta del sujeto. (Montaner. 1998).

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros. Se trata de una definición amplia y flexible” los autores no considera necesario especificar que la demanda turística se desarrolla en lugares distintos al sitio de trabajo y residencia habitual durante un cierto período de tiempo puesto que esto se desprende del propio término de turismo, de ser así se incurriría en un error tautológico (OMT 1998).

### **Recursos naturales**

Los recursos naturales se refieren a los factores de producción proporcionados por la naturaleza sin modificación previa realizada por el hombre; y se diferencian de los recursos culturales y humanos en que no son generados por el hombre (como los bienes transformados, el trabajo o la tecnología). El uso de cualquier recurso natural acarrea dos conceptos a tener en cuenta: resistencia, que debe vencerse para lograr la explotación, e interdependencia. (Van Dyke. 2008).

Se denominan recursos naturales a aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ecológicos indispensables para la continuidad de la vida en el planeta (Lopresti. 2007).

### **Diversificación**

La diversificación como el incremento en el número de sectores en que las empresas están operando de una forma activa (Berry 1975).

La diversificación implica las direcciones de desarrollo que puede tomar una organización a partir, simultáneamente, de sus mercados actuales y de los productos actuales. (Ansoff. 1990).

### **Terapia**

Es el tratamiento de una enfermedad con distintos medios. Implica el manejo y cuidado del paciente para combatir un trastorno físico o mental (Fullea. 2011).

### **Ecología**

La ecología es la ciencia que estudia las interrelaciones de los diferentes seres vivos entre sí y con su entorno (Margalef. 1998).

Es la ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con su hábitat. Los organismos vivos no existen en forma aislada, sino que actúan entre sí y sobre los componentes químicos y físicos del ambiente inanimado. Su unidad básica de interacción organismo-ambiente es el ecosistema, que resulta de las complejas relaciones existentes entre los elementos vivos (bióticos) y los desprovistos de vida (abióticos) de un área dada (Sutton, Harmon. 1994)

### **Producto turístico**

El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista (cárdenas 1990)

Un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades, que satisfacen sus necesidades, otorgándole beneficios y satisfacción de manera integral (Sectur. 2001)

**CAPITULO IV**  
**MATERIAL Y MÉTODOS**

#### **IV. MATERIAL Y MÉTODOS**

##### **4.1. Objeto de estudio**

Un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas

##### **4.2. Variable de estudio**

<b>Variable dependiente</b>	Diversificación de oferta turística
<b>Variable independiente</b>	Turismo terapéutico

##### **4.3. Operacionalización de variables**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Plantear una propuesta de un turismo terapéutico como alternativa para diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico, distrito de Chachapoyas, región Amazonas – 2016.	-Realizar un diagnóstico de las posibilidades del desarrollo de un turismo terapéutico ecológico como diversificación de la oferta turística.	<b>Independiente</b> Turismo terapéutico	Tipo de turismo no convencional, ligado al turismo de salud que genera desplazamiento de un segmento de mercado, motivado en el tratamiento de enfermedades físicas e incorporando relaciones con la belleza.	Datos estadísticos de turistas que viajan por este tipo de turismo Perfiles de los viajeros de turismo terapéutico	Entrevista a las autoridades y gremios vinculadas a la actividad turística Encuestas a la población de Chachapoyas Encuestas a turistas nacionales e internacionales Entrevista a operadoras turísticas
	-Analizar la demanda del turismo terapéutico ecológico en la ciudad de Chachapoyas.  -Identificar gustos y preferencias para el desarrollo de este tipo de turismo para satisfacer las necesidades del cliente.  -Plantear la propuesta de un spa ecológico en el distrito de Chachapoyas para diversificar la oferta turística.	<b>Dependiente:</b> diversificación de oferta turística	Alternativas que presenta el destino turístico para ofrecer a los turistas y satisfacer sus necesidades de acuerdo al perfil de gustos y preferencias que estos presentan.	Documentos para implementar nuevos productos turísticos en la ciudad de Chachapoyas que diversifiquen la oferta.	Proyectos relacionados con productos turísticos diferentes en la ciudad de Chachapoyas.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.4. Tipo de estudio

Descriptiva

#### 4.5. Diseños de la investigación

M ← O

M= la oferta turística

O= la observación a la variable estrategia de posicionamiento

#### 4.6. Población

**P1:** Jefes de las instituciones ligadas al turismo; porque son las entidades quienes promueven y ayudan a mejorar al turismo.

**P2:** Población de Chachapoyas; para ver cuánto es la aceptación de esta nueva alternativa en el mercado turístico y como cree que los beneficiaría. (INEI. 2007)

**P3:** Turistas nacionales y extranjeros; para ver cuál es su preceptiva sobre este turismo y que opinan de ello. (Mincetur. 2015)

**P4:** Tours operadoras de la ciudad de Chachapoyas; por ser fuente clave para la información turística y conocedoras de la problemática de esta, especialmente de la oferta turística.

#### 4.7. Muestra y muestreo

##### Muestra

**P1:** Para este caso se ha tomado la muestra al 100 % para el desarrollo de nuestro proyecto; 8 entidades: Ahora-Amazonas, Agotur-Amazonas, Adotur-Amazonas, Caretur-Amazonas, Cltur-Amazonas, Dircetur-Amazonas, I-Perú, Municipalidad provincial de Chachapoyas.

**P2:** 15183 Población de Chachapoyas según el Inei, censo último del 2007 de las edades de 15 a 64 años de edad, con una muestra de 118 según la fórmula del MÁS.

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

**Donde:**

**n:** ?

**N:** 15183 Población (universo)

**Z:** 1.75 (tabla de distribución normal para el 92% de confiabilidad y 7% error)

**P:** 0.50

**Q:** 0.50

**E:** 8%=0.08

$$n = \frac{15183(1.75)^2(0.5)(0.5)}{0.08^2(15183-1)+(1.75)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{15183(3.06)(0.25)}{0.0064(15182) + (3.06)(0.25)}$$

$$n = \frac{11614.995}{(97.1648)+(0.765)}$$

$$n = \frac{11614.995}{97.9298}$$

$$n = 118$$

**P2:** Se ha considerado de la demanda de visitantes 15062 que arribaron a Kuélap en los meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto (Meses de Temporada alta 2015), según datos estadísticos del Ministerio de Cultura, donde se aplicó el cálculo del tamaño de muestra simple para cada estrato (visitantes nacionales 24 y extranjeros 44). Obteniendo así una muestra de 68 individuos a encuestar.

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

**Donde:**

**n:** ?

**N:** 15062 turistas nacionales y extranjeros (universo)

**Z:** 1.65 (tabla de distribución normal para el 90% de confiabilidad y 10% error)

**P:** 0.50

**Q:** 0.50

**E:** 10%=0.1

$$n = \frac{15062(1.65)^2(0.5)(0.5)}{0.1^2(15062 - 1) + (1.65)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{15062(2.72)(0.25)}{0.01(15061) + (2.72)(0.25)}$$

$$n = \frac{10251.534}{(150.61) + (0.681)}$$

$$n = \frac{10251.534}{151.291}$$

$$n = 67.76 = \mathbf{68}$$

**P4:** Se ha considerado a 5 de tours operadoras escogidas al azar del directorio registrado en el Dircetur.

### **Muestreo**

Para determinar la muestra de la población 1 no se aplicó el método estadístico de muestreo probabilístico, debido a que la población es poca; y se les aplicara a cada una de estas instituciones vinculadas a la actividad turística.

Para la población 2 se aplicó el método estadístico probabilístico por el método del muestreo aleatorio simple.

Para la población 3, para determinar la muestra se empleó el muestro probabilístico por el método del muestreo aleatorio simple.

Para la población 4 no se aplicó el método estadístico de muestreo probabilístico, debido a que la población es poca; y se les aplicara a 5 operadoras de turismo.

#### **4.8.Métodos**

**Inductivo:** Sirvió para recopilar información que ayude en el tema específico a tratar en este caso el turismo terapéutico; a la vez ayudara para la recopilación de información de campo.

**Deductivo:** Se investigó en libros, tesis y otros medios que nos ayudó a entender más el tema, para luego agregar a nuestras citas bibliográficas.

**Descriptivo o Etnográfico:** Se realizó para conocer el comportamiento de la población, el análisis del modo de vida del grupo de muestreo cómo interactúan entre sí, para describir sus creencias, valores, motivaciones y perspectivas y como estos pueden variar en sus diferentes momentos y circunstancias.

**Analítico:** Se analizó los resultados obtenidos en campo y ésto se hará en gabinete, cuando se haya terminado de hacer las encuestas y entrevistas, y se podrá llegar a una conclusión final del proyecto.

#### **4.9.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

##### **Técnicas**

- **Entrevista:** Para obtener información sobre cuál es su perceptiva de la propuesta planteada a las distintas entidades vinculadas al turismo en nuestra provincia, es por eso que la entrevista se realizara a los jefes de cada institución tanto públicas y privadas; para obtener datos en cómo se puede llevar a delante esta propuesta y cuál es su perspectiva. Se realizó entrevistas 5 Tour operadoras y a los jefes de cada institución ligadas al turismo:

Privadas: Agotur, Caretur, Ahora, Adotur, Cltur.

Públicas: Municipalidad de Chachapoyas, Dircetur, i-Perú.

- **Encuesta:** Con el cuestionario nos permitió obtener la información sobre la opinión de los turistas respecto a una nueva propuesta para diversificar la oferta turística en la región “turismo terapéutico como alternativa para la diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico”. La cual será realizado en base a la hipótesis y objetivos planteados, este cuestionario es una herramienta que nos permitió ser más específicos y concretos con lo que deseamos saber, obtener mayor información sobre el problema de investigación para relacionarla con la hipótesis y concluir con la aceptación o rechazo de la misma hipótesis. Se realizó a los turistas nacionales y extranjeros y a los pobladores de Chachapoyas.
- **Fichaje bibliográfico:** Se recolectó y almacenó información para luego analizarlo ya que permitió recoger información de diferentes fuentes la cual fue necesaria para ampliar la investigación y lograr los objetivos trazados.

#### **Instrumentos:**

- **Formato de encuestas:** Se buscó obtener información acerca del desarrollo del turismo terapéutico en la región amazonas. Y se realizó a la población de Chachapoyas y a los turistas nacionales y extranjeros.
- **Formato de entrevistas:** Se buscó encontrar cuanto puede ser la aceptación de este tipo de turismo en la región, cuantos estarían interesado a utilizar este servicio y ver la importancia de este. Se realizó a los jefes de las instituciones ligadas al turismo.

#### 4.10. Procedimiento

<b>PROCEDIMIENTO POR ETAPAS</b>		
<b>I Etapa de gabinete</b>	<b>Etapa de campo</b>	<b>II Etapa de gabinete</b>
Elaboración del proyecto Elaboración de instrumentos	Aplicación de instrumentos y observación directa	Procesamiento de datos Análisis de datos Articulación del informe

#### 4.11. Análisis de datos

Procesamiento de la información: obtenido en el trabajo de campo en datos estadísticos; a través de herramientas tecnológicas como el SPS.

Interpretación y lectura estadística de la información.

Cruce y análisis de la información de manera independiente e integrada.

## **CAPITULO V**

### **RESULTADOS**

## **V. RESULTADOS.**

Los resultados de trabajo de campo para la tesis de turismo terapéutico como alternativa para diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico han sido obtenidos a través de un trabajo de campo en el área de estudio que a su vez se comporta como el espacio físico del mercado, donde se plantea la implementación de la propuesta. Considerando los componentes de mercado (oferta y demanda), los resultados que se muestran a continuación analizan de manera separada a cada uno de ellos para finalmente interrelacionarlos y poder realizar la oferta.

### **5.1. Resultados de la oferta para la implementación de un spa ecológico.**

Se ha considerado como componentes de la oferta a los tours operadores de turismo y a las autoridades y funcionarios ligados a la actividad turística en la ciudad de Chachapoyas.

#### **5.1.1. Resultados de la entrevista a tours operadores de la ciudad de Chachapoyas sobre la creación de un spa ecológico.**

La entrevista fue aplicada a 5 propietarios o administradores de las tours operadores de la ciudad de Chachapoyas; consideradas las que generan mayor movimiento general y estas son: Amazon Expedition, Chachapoyas Travel, Tinkas Travel-Tours, Turismo Explore y Amazon Tours; con el fin de poder determinar su percepción sobre la creación de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas y su predisposición a participar en la comercialización de éste como parte de sus líneas de producto que oferta, considerando que estas empresas se encargan de la organización de viajes, programas turísticos y servicios complementarios para el visitante. De la entrevista se obtuvo los siguientes resultados.

**Cuadro N° 1: Entrevista a tours operadores de la ciudad de Chachapoyas sobre la creación de un spa ecológico.**

<p style="text-align: center;">OPERADORES TURÍSTICOS</p> <p style="text-align: center;">PREGUNTAS</p>	<p style="text-align: center;"><b>AMAZONAS EXPEDITION</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Manuel Mendoza Mas Gerente general 3 años y 6 meses</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>CHACHAPOYAS TRAVEL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Carlos Chávez Muños Administrador 6 años</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>TINKAS TRAVEL – TOURS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Milagros Mendoza López Gerente 2 meses</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>TURISMO EXPLORE</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Llender Mendoza Mas Administrador 10 años</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>AMAZON TOURS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Lyndon Diaz Pizarro Gerente 18 años</b></p>
<p><b>1. ¿Cree que el turismo en la región está creciendo? ¿Por qué?</b></p>	<p>Si, por el incremento de turistas.</p>	<p>Si, por el incremento de visitantes en los diferentes atractivos (estadísticas de visitantes Kuelap)</p>	<p>Si, por que hay bástate promoción y por la construcción del teleférico.</p>	<p>Si, lentamente por la promoción que se va haciendo.</p>	<p>Si, está creciendo por más afluencia de turista.</p>
<p><b>2. ¿Qué tipo de turismo actualmente oferta su empresa?</b></p>	<p>Turista receptivo. Turismo convencional, actividades mixtas.</p>	<p>Turismo arqueológico, de aventura y naturaleza.</p>	<p>Turismo convencional: cultura y naturaleza.</p>	<p>Arqueológico, naturaleza y en minoría de aventura.</p>	<p>Turismo organizado – receptivo</p>
<p><b>3. ¿Qué opinas de la propuesta de un Spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas?</b></p>	<p>Es buena como un servicio complementario, pero funcionaria dentro de dos años.</p>	<p>Buena, es una alternativa para turistas que buscan relajarse y al ser ecológico aún mucho mejor, porque estas en contacto con la naturaleza.</p>	<p>Muy buena, interesante ya que no tenemos un servicio de ese tipo.</p>	<p>Estaría bien, ya que falta ese tipo de servicio para complementar.</p>	<p>Sería un buen emprendimiento a las características que reúne nuestra región.</p>
<p><b>4. ¿Qué entiende Ud. por un spa y cuáles cree que son sus características principales?</b></p>	<p>Es un centro de masajes, relajación. La construcción fuera de la ciudad, lugar tranquilo y con plantas exótica.</p>	<p>Un lugar para relajarse amplio, acogedor, con personal capacitado, infraestructura de acuerdo al área en la que se encuentre.</p>	<p>Centro equipado para hacer tratamientos y cuidado personal, físico y nutricional.</p>	<p>Lugar donde la gente va a relajarse, está relacionado con belleza.</p>	<p>Un spa es un establecimiento en la cual se brinda servicios y actividades de relajación, siendo su característica principal mejorar la salud.</p>
<p><b>5. ¿Cree que se podría realizar un turismo terapéutico a través de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas?</b></p>	<p>En el momento no, pero si después de la construcción del teleférico.</p>	<p>Sí, porque muchos visitantes se toman un día para descansar en la ciudad y no tenemos un servicio de este tipo que reúnan las condiciones para turistas.</p>	<p>Si, se realizaría con viajes incluidos y después de ellos se visitaría al spa. Seria para un turista de clase A.</p>	<p>No creo, talvez en un porcentaje mínimo.</p>	<p>Si, por que nuestra región posee una biodiversidad de plantas.</p>

<b>6. ¿Estaría dispuesto a incluir esta propuesta dentro de sus paquetes turísticos?</b>	Si, para turista de tercera edad como un servicio complementario.	Si, en un recorrido de city tours se finalizaría con la visita al spa.	Si, con un trabajo organizado y planificado, para el cuidado de la salud del cliente.	Si, como un servicio complementario para que el cliente se relaje.	Si, para dar un mejor servicio al cliente.
<b>7. ¿Dónde nos recomendaría la ubicación del spa ecológico?, ¿Por qué? ¿Qué le parece Taquia?</b>	En el valle del Utcubamba. Taquia es una zona muy lejos de la ciudad.	En Santa Isabel, al pie del cerro Puma Urco, porque hay área muy verde y hay una gran diversidad de aves.	A las afueras de Chachapoyas. Taquia muy lejos	No recomiendo un lugar específico, pero donde sea que se ubique es bueno.	En el Molino, por su entorno paisajístico y su clima menos frío.
<b>8. ¿Qué actividades cree que serían recomendables incluir en el spa ecológico?</b>	Masajes, observación de aves, terapias con insectos.	Exposición fotográfica, café-bar y una zona de lectura.	Sauna con plantas medicinales, baños con agua caliente, comidas típicas y chocolates que ayude a salir del estrés.	No opino.	Baños turcos, sesiones de exfoliación del cuerpo, hidro terapias, sesiones de relajación y yoga.
<b>9. ¿Qué horas podrían realizarse estas actividades y por qué?</b>	En las tardes, después de que los turistas llegan de los tours diarios. Porque necesitan relajarse para que el día siguiente continúen con sus tours.	Entre las 14 y 21 horas.	En las tardes, después de los tours e iniciar el siguiente día más relajados.	En las tardes, después de los tours.	De acuerdo al requerimiento del cliente.
<b>10. Cree Ud. que existen factores limitantes para desarrollar el turismo terapéutico a través de un spa ecológico? si lo hubiera ¿Cuáles son?</b>	Si, al principio por falta de clientes, conciencia ecológica de la población.	No.	Si, ya que faltan los medios (personal con el conocimiento adecuado). Factor económico. Desconocimiento de la población.	No.	Si, la conectividad por ejemplo.

*Fuente: elaboración propia*

La población entrevistada de manera unánime cree que el turismo en la región Amazonas está experimentando un crecimiento continuo y esto se ve reflejado en los ingresos a los atractivos con el mayor movimiento comercial de programas turísticos y se da debido a la promoción que existe de Amazonas representado por Kuélap y Gocta. Los organizadores de viaje manifestaron que sus empresas ofertan el turismo convencional ligado a la arqueología y el de naturaleza donde su principal elemento motivacional es la tercera caída más alta del mundo y todo esto debido a las características de la región.

Lo mencionado en el párrafo anterior evidencia que la oferta turística actual se encuentra centralizada en lo convencional y naturaleza, existiendo la necesidad de buscar la diversificación de la oferta, considerando que las características del destino Amazonas permitirán a desarrollar otros tipos de turismo donde se podrían encontrar al turismo de salud y en este ofertar los servicios de un spa ecológico como líneas de productos para satisfacer diversas actividades como terapias curativas de belleza entre otros. Los entrevistados por lo mencionado consideran a esta una alternativa buena e interesante, teniendo en cuenta que estos servicios contribuirán a mejorar la competitividad del destino.

La percepción que tienen los operadores de turismo sobre un spa y sus características se podrían considerar limitadas ya que estos creen que es un centro de masajes, relajación ligada al cuidado físico y tratamiento personal. Lo definido por ellos es solo una parte de lo que constituyen un spa ecológico ya que este promueve la medicina alternativa y complementaria para prevenir y curar diferentes tipos de enfermedades en base a terapias con insumos naturales; también se implementan de espacios para terapias de relajación, cuidado personal entre otras. Los entrevistados opinan que por las características de la región es posible la implementación de un spa con los servicios que se mencionaron en el análisis debido a la variedad y biodiversidad con la que se cuenta, el clima adecuado y la idiosincrasia de la población para interrelacionarse.

Existe la predisposición de los operadores de turismo en participar en la comercialización de este tipo de servicio al mismo que creen que debe estar

ubicado afuera de la ciudad existiendo propuestas como el valle del Utcubamba, el cerro de Puma Urco, que para ellos cuenta con las características y espacios necesarios para la implementación del Spa y las actividades que se deberían realizar deben ser masajes, terapias con insectos, sesiones de exfoliación de cuerpos, Yoga y otros. Estas actividades para las intenciones de la tesis son muy generalizadas ya que la investigación busca implementar una propuesta innovadora con recursos de la zona.

**5.1.2. Resultados de la entrevista realizada a autoridades y gremios públicos de la ciudad de Chachapoyas para determinar la opinión y aceptación de la propuesta del turismo terapéutico a través de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas.**

La superestructura dentro del componente de la oferta turística juega un papel importante en el desarrollo, teniendo en cuenta que estos generan las políticas, condiciones y lineamientos para que se de una manera acorde y competitiva; por ellos se ha considerado como parte de la tesis conocer su opinión sobre la implementación de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas como parte de la diversificación de la oferta turística; las autoridades entrevistadas fueron: presidente de Caretur Amazonas, Jefe de Mypes de la Municipalidad provincial de Chachapoyas, supervisora de I-perú Chachapoyas, presidente de Agotur Amazonas, presidente de Ahora Amazonas, decano de Caltur Amazonas, Presidente de Adotur Amazonas, director de Dircetur Amazonas; llegando a los siguientes resultados:

**5.1.3. Cuadro N° 2: Resultados de la entrevista realizada a autoridades y gremios públicos de la ciudad de Chachapoyas para determinar la opinión y aceptación de la propuesta del turismo terapéutico a través de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas.**

<b>AUTORIDADES PREGUNTAS</b>	ANTONIO SERVAN PICÓN (presidente de Caretur – Amazonas 5 meses)	JISELA OROSCO SILVA (Jefa de la dirección de turismo y Mypes de la municipalidad de Chachapoyas 6 meses)	GINA ZULEMA SOTO TORRES (supervisora de i- Perú de Chachapoyas 1 año)	NEICER MICHEL SILVA ARAUJO (presidente de Agotur – Amazonas 5 meses)	MARIO IDELFONSO TORREJÓN ORELLANO (presidente de Ahora – Amazonas 2 años)	ROYS ROBINSON BARRANTES DELGADO (Decano de Cltur- amazonas 5 meses)	CARLOS MAGNO INGA GALOC (presidente de Adotur Amazonas 6 meses)
<b>1. ¿Cree que el turismo en la región está creciendo? ¿Por qué?</b>	Sí, por que la gente ha comenzado a viajar más.	Sí, por que hay más arribos de turistas y por el interés del gobierno regional.	Sí, por las estadísticas que se emiten en los arribos a los principales atractivos turísticos.	Sí, hay más rentabilidad de 12 a 15 %.	Sí, se ve mayor cantidad de servicios ( hoteles, restaurante)	Sí, de manera lenta, por el arribo de turistas y la inversión que se da.	Sí, porque los índices de visitantes han aumentado.
<b>2. ¿De qué manera la institución está aportando para que el turismo en la región se haga de manera responsable?</b>	Con promoción y fortalecimientos de gremios y pasantillas.	Un proyecto en turismo el corredor turístico Chachapoyas, Levanto, Mayno y Magdalena relacionados a los servicios.	En la información turística y asistencia al turista	Con capacitaciones constantes a los guías.	Realizando convenios para las capacitaciones para los asociados sobre calidad turística en los servicios a través Mincetur Y Cenfortur.	Hacer valer el profesionalismo atreves de nuestra visión de promover la economía.	Promocionando el turismo responsable.
<b>3. ¿En su institución están realizando algún proyecto</b>	Si desde el 2010, Bongará en turismo de aventura y el corredor de	Actualmente no hay ninguno.	No.	Si, la limpieza del pozo de Yanuyacu.	No.	Como institución no, pero sí de manera personal los que integramos el colegio	No.

<b>innovador para diversificar la oferta? Si fuera así ¿desde cuándo vienes trabajando en ello?</b>	Chachapoyas-Mayno en TRC, igual que Molinopampa y Cheto.					estamos trabajando en diferentes proyectos.	
<b>4. ¿Cómo le define Ud. a un spa y cuales creen que son sus características de estos?</b>	Una actividad de ocio y como una actividad complementaria en turismo.	Como un centro de relajación, a tratarse de salud y liberarse de todo.	Como un centro de relajamiento y tratamiento corporal, caracterizado por su equipamiento completo.	Espacio de tranquilidad para conectar el espíritu y el alma con el cuerpo.	Un centro integral de masajes y relajamiento para conectar la parte física y espiritual.	Es un centro completo para relajarse donde se encuentra saunas, piscinas temperadas y por lo ecológico tiene que ser utilizando recursos naturales dela zona.	Lugar para desesterarse, lugar de tranquilidad y descanso. Instalaciones relajantes y aguas calientes.
<b>5. ¿Qué opina Ud. de la propuesta de la creación de un spa ecológico en Chachapoyas? ¿Será una buena alternativa para diversificar la oferta?</b>	Si, muy buena porque no hay otra alternativa igual, es única.	Es una buena alternativa y no sola para diversificar sino para satisfacer una necesidad para el turista ya que las rutas son distantes.	Muy buena, mucho más por el termino ecología ya que está de moda es un boom hablar de esto.	Sí, es una buena alternativa porque es un proyecto innovador que no existe en nuestra región.	Si es una buena alternativa, porque no hay spa en Chachapoyas que ayude a diversificar el servicio	Si muy buena, porque hay un gran mercado local.	Si, mientras haya crecimiento de la demanda debemos tener mayor oferta.
<b>6. ¿En qué parte de la ciudad se podría implementar esta propuesta?</b>	Podría ser en Taquia por el tema de la naturaleza y el tema de las azucenas	Su ubicación debería estar en hoteles de la más alta jerarquía y en principales lugares turísticos.	Centro de la ciudad para que esté al alcance del turista, ya que siempre pregunta por este servicio.	Depende del perfil del turista, Achamaqui o Pencapampa por lo ecológico fuera de la ciudad.	En la ciudad porque el transporte en Chachapoyas es demasiado caro. Seria según el estudio de mercado	No importa el lugar, lo que es importante es que al entrar sientas que estas en otro mundo, muy diferente al de tu rutina diaria, hacer sentir único. En un lugar que el clima se preste entre fresco y frio.	En el molino.
<b>7. ¿Cree que el spa ecológico tendría</b>	Dependen del estudio de mercado.	Sí, porque el interés y la tendencia actual del	Si, por la misma tendencia del	Sí, porque las caminatas son	Sí, todo lo ecológico en la	Por la palabra ecológico si ya que es	Si, por el aspecto ecológico ya que

<b>una buena acogida por parte de los turistas? ¿Por qué?</b>	Además el costo de los servicios, calidad y socioeconómico de la población.	turismo se enmarca en lo ecológico.	turista y por el término ecológico.	demasiado cansadas ya que los atractivos están distantes y se tiene que caminar.	actualidad de suma importancia y además estamos en una zona donde contamos con materia prima que es reconocida.	una tendencia mundial, además por el teleférico puede generar más acogida.	te da una idea diferente y eso haría que tenga mayor acogida.
<b>8. ¿Ud., como representante de turismo, apoyaría al desarrollo del turismo terapéutico? ¿De qué manera?</b>	Si, articulación comercial, a través de operadores de turismo.	Si, incluyendo en las ferias, en medios de comunicación, en el área de relaciones públicas (web, internet), promocionando.	Si, en promoción y difusión.	Si, atreves de publicidad.	Si, a través de convenios, descuentos y publicidad.	Sí, porque toda inversión es buena y habría mayor demanda laboral. Aportando con la herramienta del perfil de la demanda y desarrollando ideas innovadoras.	Si, con promoción e incluyendo en los paquetes turísticos y sensibilización sobre el medio ambiente.
<b>9. ¿Cómo le entiende Ud. al turismo de salud al desarrollarse en un spa ecológico?</b>	Tratamientos en termalismo, tratamientos con barro y todo con natural.	Utilizar los recursos naturales para bien de nuestra salud, dentro de un área de relajamiento.	Potenciar el cuidado de la salud a través de la relajación, tratamientos corporales y todo lo que beneficia a la salud.	Son diferentes tipologías y tiene un porcentaje menor en nuestra región por que no se crea l oferta pero si se crea el spa se estaría diversificando la oferta.	Hacer deporte, en el aspecto de mantenerse activo.	Es un centro completo de relajación.	La salud será tratada manera natural.
<b>10. ¿Cree que nuestra región posee gran potencial para desarrollar el turismo de salud-terapéutico? ¿Por qué?</b>	Si, por varios espacios naturales, cualidades de productos y la diversidad de ellos.	Si, por la misma tradición de los pueblos, ya que desde antes se curaban con medicina natural y que estas hiervas hay en todo lugar de nuestra región.	Sí, porque hay turistas que requieren este tipo de servicio, con baños termos medicinales, saunas y eso es lo que nos falta en la región.	Sí, Amazonas tiene mayor vegetación, climas y tenemos la amazonia cerca.	Si, contamos con más de 80 microclimas para la siembra de las plantas y contar con toda la materia prima.	Si, contamos con materia prima y un potencial tanto natural y cultural en toda la región.	Sí, diversidad de vegetación y el clima que poseemos.
<b>11. Usted utilizaría este servicio del spa ecológico, si</b>	Si, iría por salud y relajación y con mis amigos.	Si, por salud, curiosidad y por relajación.	Si por salud y relajación.	Si, por salud, por experimentar cosas nuevas.	Si, por relajamiento y sentirme bien.	Si, definitivamente por relajación.	Si, por tener nuevas experiencias.

fuera si, ¿por qué recurría?							
<b>12. ¿Cree Ud. que existen factores limitantes para desarrollar el turismo terapéutico a través de un spa ecológico? si lo hubiera ¿Cuáles son?</b>	Si, especialmente la cultura de la sociedad.	Por ahora un poco de distorsión de la definición de un spa por parte de la población.	Creo que no aparte de la inversión que se tendría que hacer.	Si, por el tipo de vida y de cosmovisión de la población. Pero por el turista no hay problema.	No, tal vez lo económico.	No.	No, tal vez tiempo para posicionarse en el mercado.

*Fuente: elaboración propia*

Los funcionarios opinan que el turismo en Amazonas experimenta crecimiento y se basan en indicadores como la creciente rentabilidad de 12 a 15%, el índice de visitantes registrados y el crecimiento de servicios de restaurantes y hoteles. También estos hacen mención que su participación en el turismo se da de acuerdo a la naturaleza de la institución que representa como por ejemplo; aportan a la promoción y fortalecimiento de sus gremios, promoviendo pasantillas y capacitaciones, realizando labores de promoción turística y ejecutando proyectos de desarrollo turístico.

Para los entrevistados un spa ecológico es un centro donde se realizan actividades de relajación y ocio; donde influyen tratamientos de la parte física espiritual de manera integral y completa. Lo definido por esta población se acerca a la realidad de un spa ecológico, esto se debe a que los funcionarios por las características de sus cargos e involucramiento con el turismo tienen un mayor conocimiento técnico y académico. Basándose a la definición opinan de manera favorable sobre la implementación de un spa ecológico y que permitirá ampliar la oferta teniendo en cuenta que existe un amplio mercado local y un mercado nacional e internacional de turistas. Su opinión sobre la ubicación se encuentra tripartita, un grupo sostiene que debería formar parte de hoteles de la más alta jerarquía de la ciudad, otros opinan que dentro del caso urbano sería una buena opción para la creación de esta empresa, teniendo en cuenta la accesibilidad por parte de los turistas a éste, una última opinión se refiere a que el spa debería estar ubicado fuera de la ciudad, a la entrada de ésta.

Sobre la acogida del spa en el mercado los entrevistados creen que dependerá del estudio de mercado, las características que presenta del punto de vista ecológico y los productos que oferten de manera competitiva, y que por parte de sus representadas existirá una participación activa para que este producto pueda ser de trascendencia y se dará a través de promoción, articulación comercial entre otras actividades. Los funcionarios consideran que el turismo de salud a través de un spa se podría dar con tratamientos de barro, termalismo, deporte, curación herbolaria entre otros, debido al potencial de naturaleza con la que se cuenta.

Los factores limitantes para la creación del spa según los entrevistados radican en la cultura de la sociedad, distorsión de la definición de lo que

es un spa y los sobre precios que pueda existir en éste. De esta opinión se puede concluir que no existen mayores objeciones o problemas que impidan la favorable creación de un spa ecológico de la ciudad.

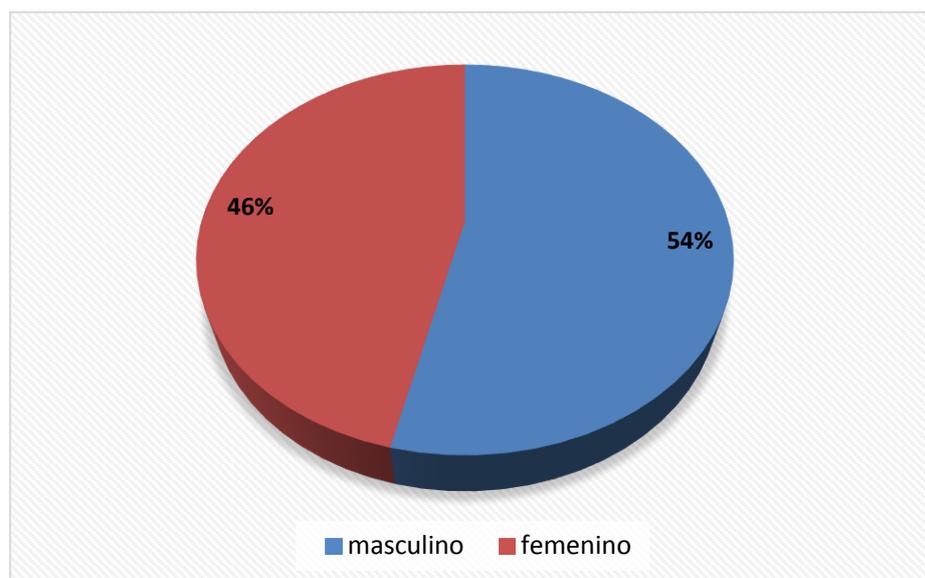
## 5.2. Resultados de la demanda

Los resultados de la demanda han sido divididos en población local, turistas nacionales y extranjeros, teniendo en cuenta que ambos son clientes potenciales del spa ecológico y es necesario conocer su opinión sobre este, sus gustos y preferencias que permitan caracterizarlos que a partir de ello pueda plantearse la propuesta de solución de la tesis.

### 5.2.1. Resultados de encuestas a la población de la ciudad de Chachapoyas para determinar la aceptación de la propuesta de creación de un spa ecológico.

La encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Chachapoyas, considerando a estos un mercado local potencial para el spa ecológico que se plantea como parte de la investigación. Este instrumento ha sido diseñado con el fin de obtener información sobre sus características de consumo, gustos y preferencias relacionadas con los elementos que involucran un spa ecológico y se llegó a los siguientes resultados.

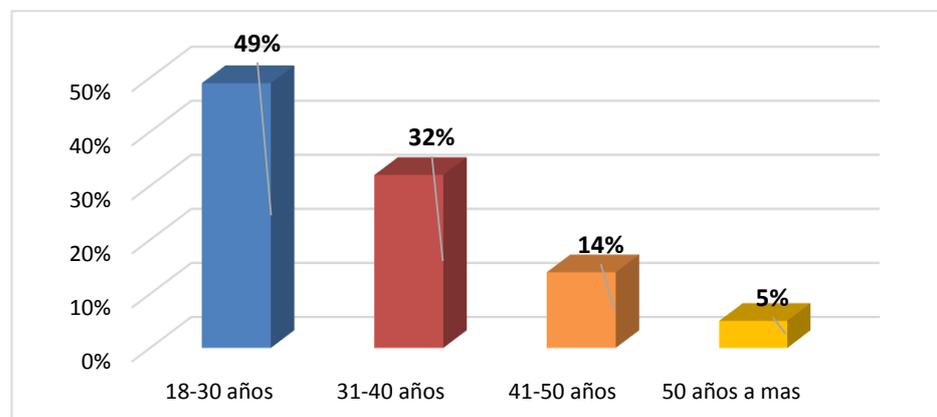
**Gráfico N° 1: Género**



*Fuente: elaboración propia*

La distribución según el género es prácticamente equitativa 54% para masculino y 46% femenino. Se buscó equidad teniendo en cuenta que el tipo de servicio que se pretende implementar está dirigido para ambos géneros y la intención es conocer sus opiniones de manera equitativa.

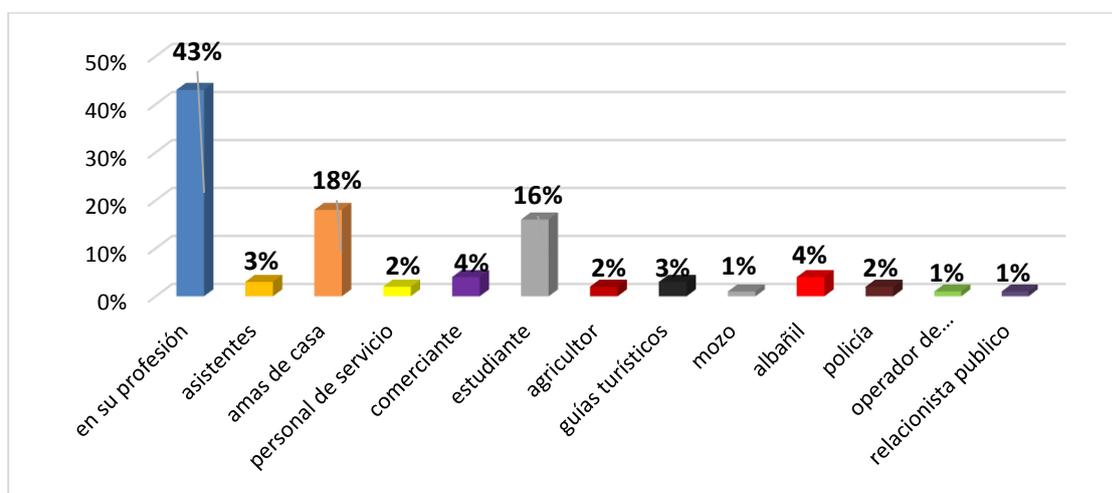
**Gráfico N° 2: Edad**



*Fuente: elaboración propia*

Para las edades se tomaron intervalos de 18 a 30 años de 31 a 40 de 41 a 50 y de 50 años a más, el segmento encuestado en un 49% oscila entre los 18 a 30 años seguido con el 32% en el intervalo de 31 a 40, los de 41 a 50 años representan el 14% y de 50 años a mas el 5%. Se debe entender que la población es de joven- adulta a adulta relativamente joven es decir se concentra mayormente entre los 18 a 40 años, este tipo de población tiene ciertas características en sus hábitos de consumo y cuidados de salud como por ejemplo el cuidado físico, el cuidado de estética, las terapias de relajamiento, anti estrés; el segundo intervalo que va de los 41 hacia más años tiene otras características que también son importantes conocer y terapias específicas que van para prevenir y tratar enfermedades que pueden estar ligadas a la parte física muscular, ósea e incluso interna y para ello pueden tener como alternativa la medicina tradicional que se maneja en esta parte de la región.

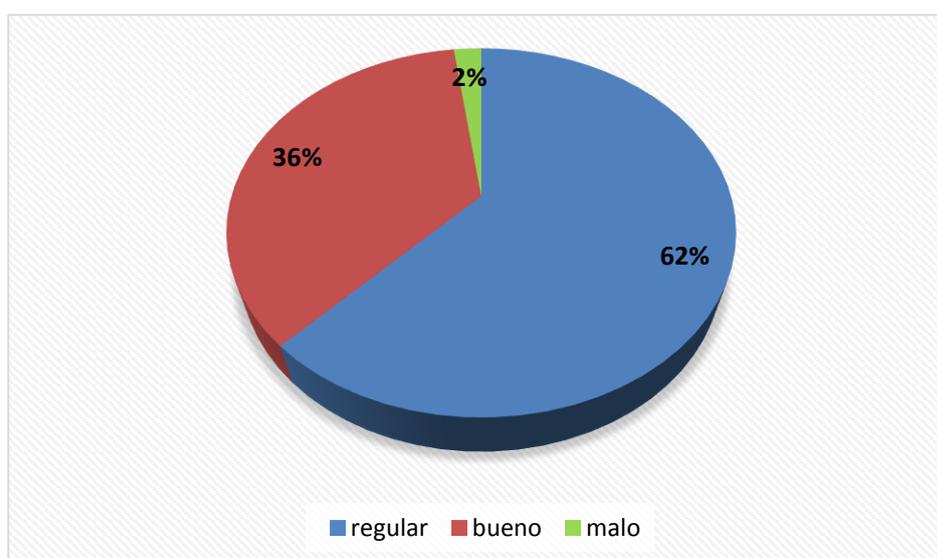
**Gráfico N°3: Ocupación**



*Fuente: elaboración propia*

La población local en general es económicamente activa y se ocupa en un 43% en su profesión seguido con un 18% las amas de casa y 16% estudiantes, teniendo como base a estas tres referencias estadísticas podríamos decir que existe un mercado con una capacidad de gasto para poder utilizar los servicios de un spa y también se debe recalcar que el segmento de estudiantes son económicamente dependientes en su mayoría pero pueden ser clientes potenciales de los servicios que pretende implantar la tesis.

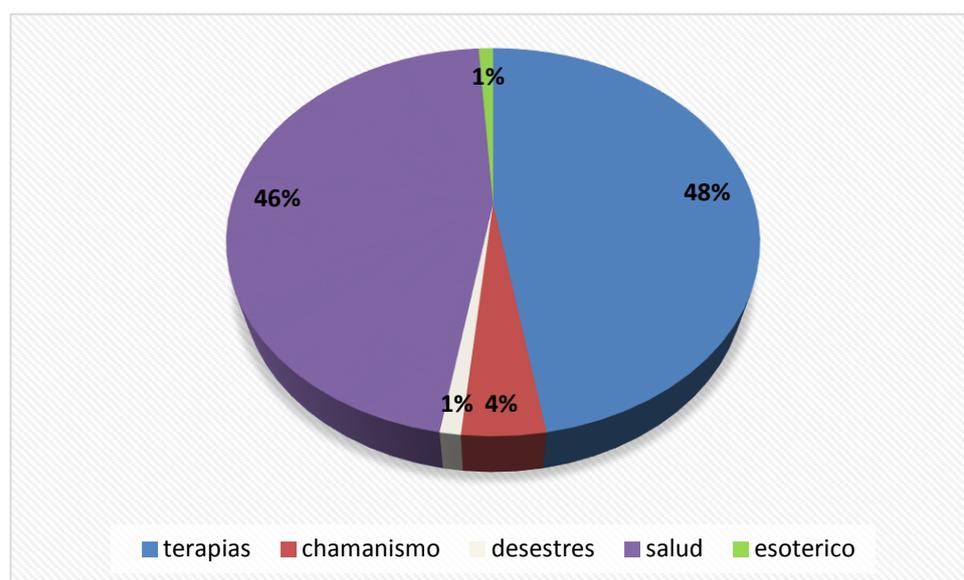
**Gráfico N°4: Opinión del turismo en Chachapoyas**



*Fuente: elaboración propia*

La opinión de los encuestados sobre el turismo en Chachapoyas se distribuye de la siguiente manera: 62% opina que es regular, 36% bueno y 2% malo. Según la percepción de los encuestados el destino de Chachapoyas aún tiene que mejorar en diferentes aspectos para que la actividad turística sea buena, esto se muestra en la opinión que sobrepasa del 50% con un nivel de insatisfacción. Los que opinaron de manera favorable lo hace considerando el movimiento turístico que se percibe sobre todo en el centro histórico de la ciudad donde se realiza las actividades comerciales en las que participan los visitantes de esta ciudad.

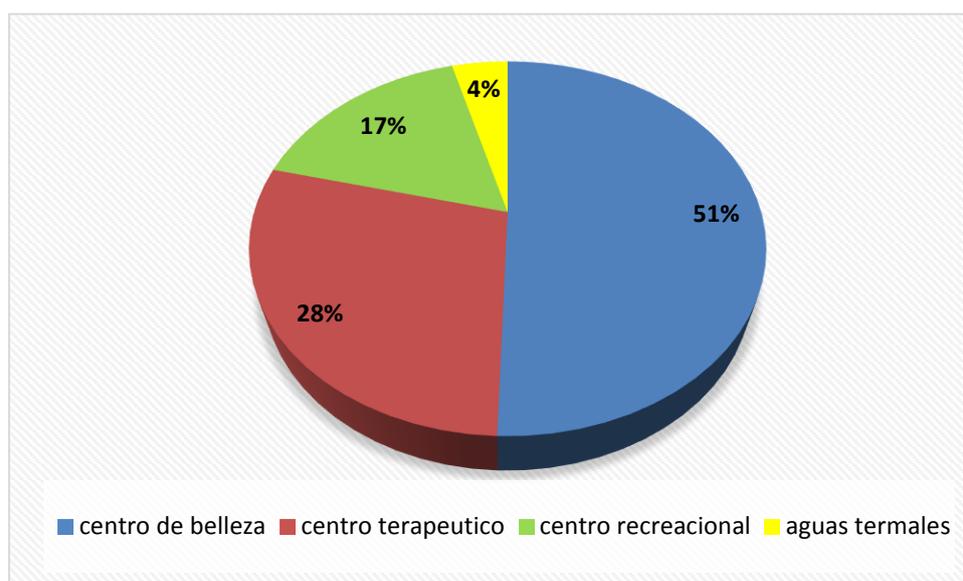
**Gráfico N° 5: Opinión sobre Turismo Terapéutico**



*Fuente: elaboración propia*

Los encuestados definen que el turismo terapéutico en un 48% se encarga de terapias, es decir procesos para prevenir y curar enfermedades físicas, psicológicas y mentales; el 46% lo generaliza en salud es decir de manera integral lo físico y lo psicológico; el 4% tiene una idea relacionada a actividades mágico religiosas como el chamanismo es decir curas relacionadas con actividades tradicionales o folclóricas y el 1% opina de manera simultánea que se trata de actividades esotéricas y los otros al desestres, con estos resultados se pueden concluir que más del 90% de la población tiene una idea a fin a lo que representa al turismo terapéutico y esto favorece a los intereses de la tesis.

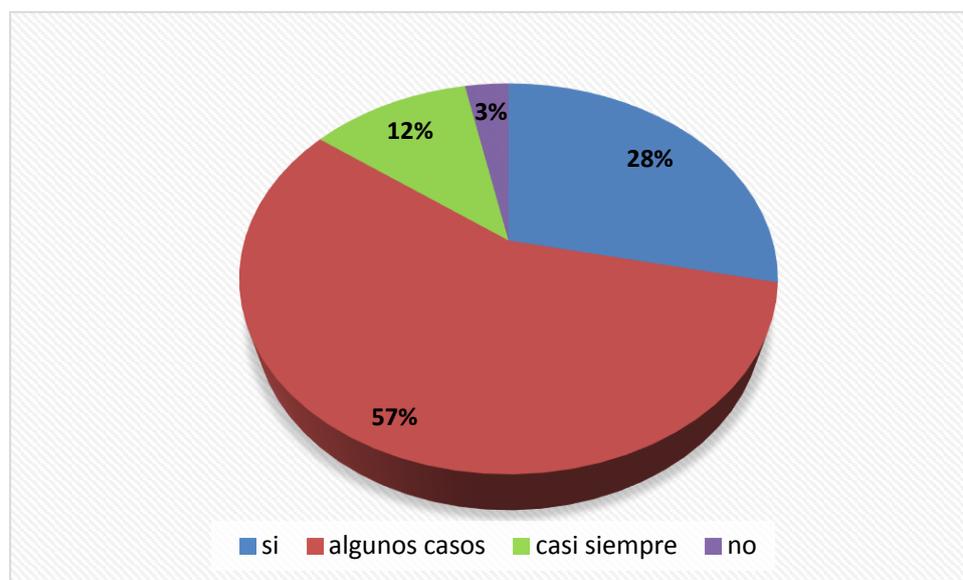
**Gráfico N°6: Como relacionan la palabra Spá**



*Fuente: elaboración propia*

El término spa en los últimos años se viene popularizando y la población lo interpreta y relacionan de la siguiente manera: 51% cree que se trata de centros de belleza, 28% centros terapéuticos, 17% lugares recreacionales y 4% aguas termales. Todos los términos propuestos de cierta manera guardan relación con la palabra spa y según estos resultados los encuestados lo relacionan solamente con uno de ellos no integrándolos a cada uno de estos componentes como realmente se puede definir a este tipo de empresas.

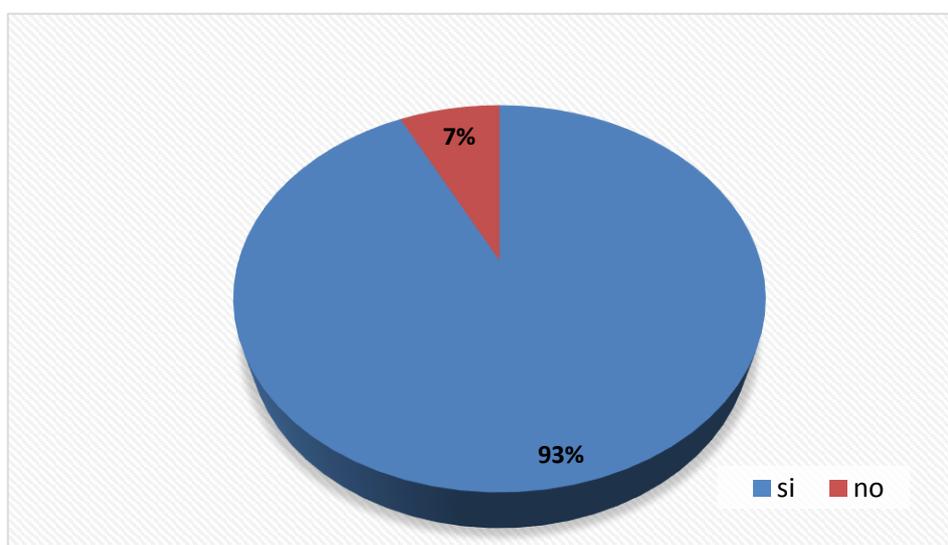
**Gráfico N°7: Percepción de la medicina natural si es mejor que la medicina química farmacéutica.**



*Fuente: elaboración propia*

Sobre la percepción que el encuestado tiene sobre la medicina natural comparándola con la medicina química el 57% opina que esta es mejor en algunos casos, el 28% que si es mejor siempre, el 12% casi siempre y el 3% que no. Estos resultados se deben a las nuevas percepciones, características de uso y concepciones que se manejan de la medicina y la importancia que se da a la prevención de la salud con productos naturales y ecológicos.

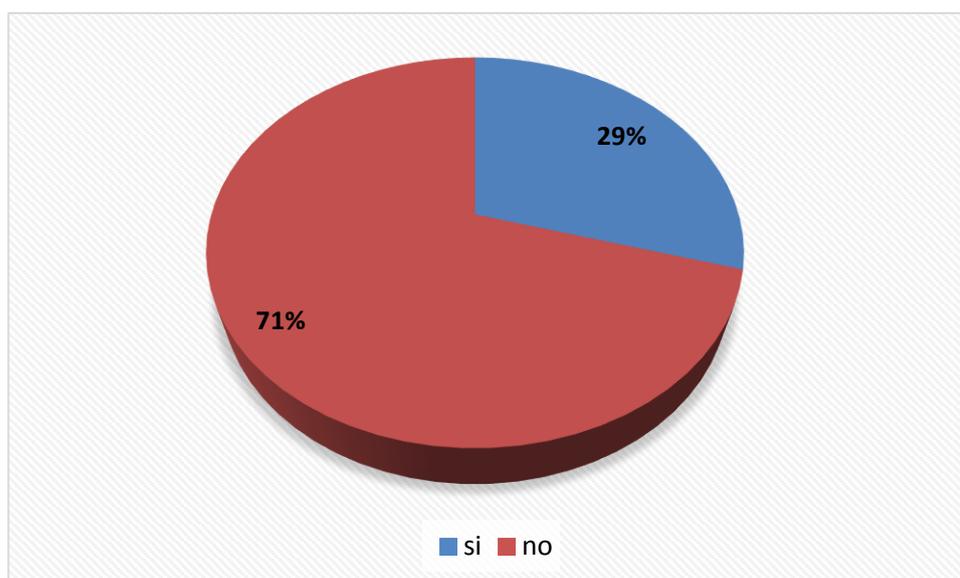
**Gráfico N°8: Percepción del turismo terapéutico si generaría mayor demanda turística**



*Fuente: elaboración propia*

Para el poblador chachapoyano el turismo terapéutico si contribuiría a incrementar la demanda turística de este destino, ello se ve reflejado en que estos opinaron positivamente en un 93% y negativamente en 7%. Los que opinaron de manera negativa se debe a que de repente desconocen de los beneficios que puede traer este tipo de actividad a la población quienes podrían hacer actores directos e indirectos de ella.

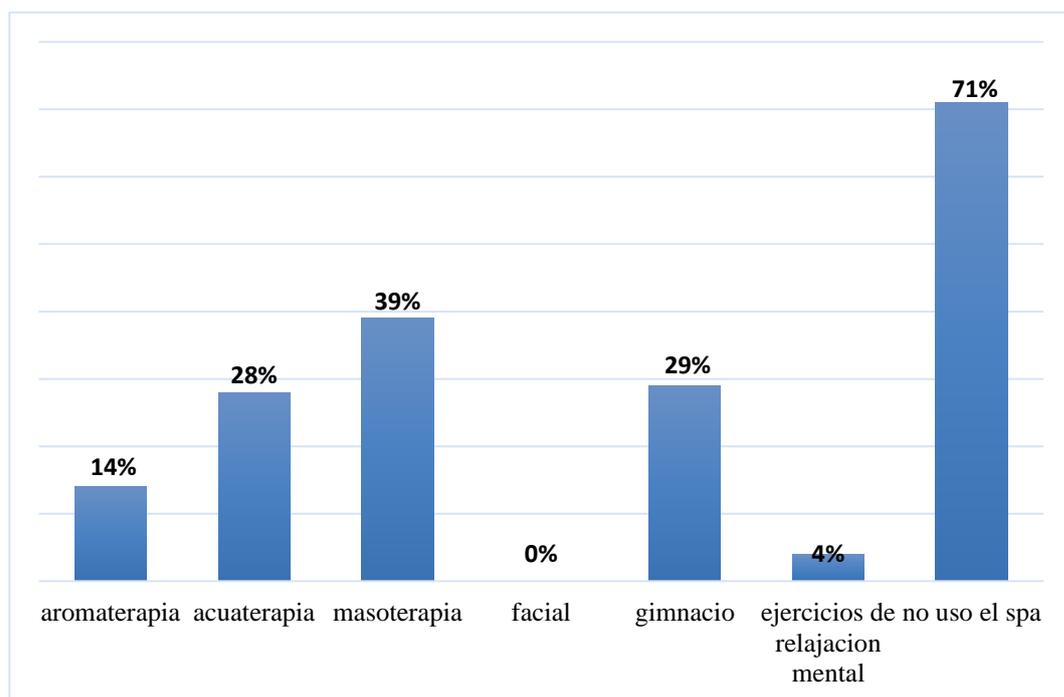
**Gráfico N°9: Utilizaron alguna vez los servicios de un spa**



*Fuente: elaboración propia*

Sobre la utilización de los servicios de un spa anteriormente el 71% manifestó no haberle hecho y el 29% que sí, esto se debe a que este tipo de servicio es relativamente nuevo y en la ciudad de Chachapoyas aún no se cuenta con ello.

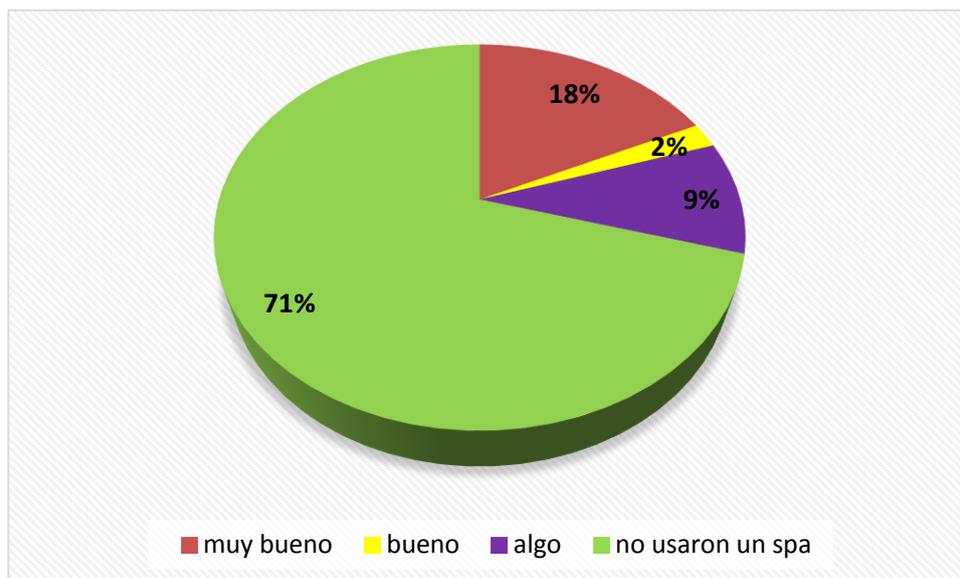
**Gráfico N°10: Actividades que realizaron en el spa visitado**



*Fuente: elaboración propia*

Para los encuestados que visitaron un spa la actividad que mayormente utilizaron es la masoterapia con un 39% seguida por gimnasio 29%, acuaterapia 28%, 14% aromaterapia y en menor rango ejercicios de relajación mental, estas actividades mencionadas son las que mayormente se ofertan en un establecimiento de spa tradicional, para la tesis se pretende ofertar no convencionales ligadas al uso de insumos locales y con rigor ecológico.

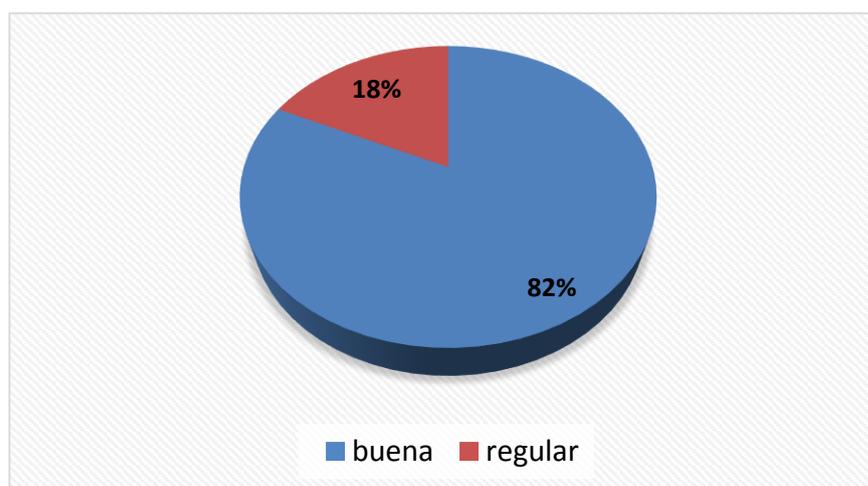
**Gráfico N°11: Resultados que obtuvieron al realizar las actividades en el spa**



*Fuente: elaboración propia*

Sobre los resultados que obtuvieron a realizar las actividades en el spa los que usaron en un 18% que fue bueno, un 9% que apoyo en algo que mejoró su salud y un 2% que fue bueno, estos resultados son favorables porque no se emite opinión negativa y puede ser utilizado a favor de los intereses de la tesis sobre todo porque se propondrá actividades utilizando insumos tradicionales y ecológicos.

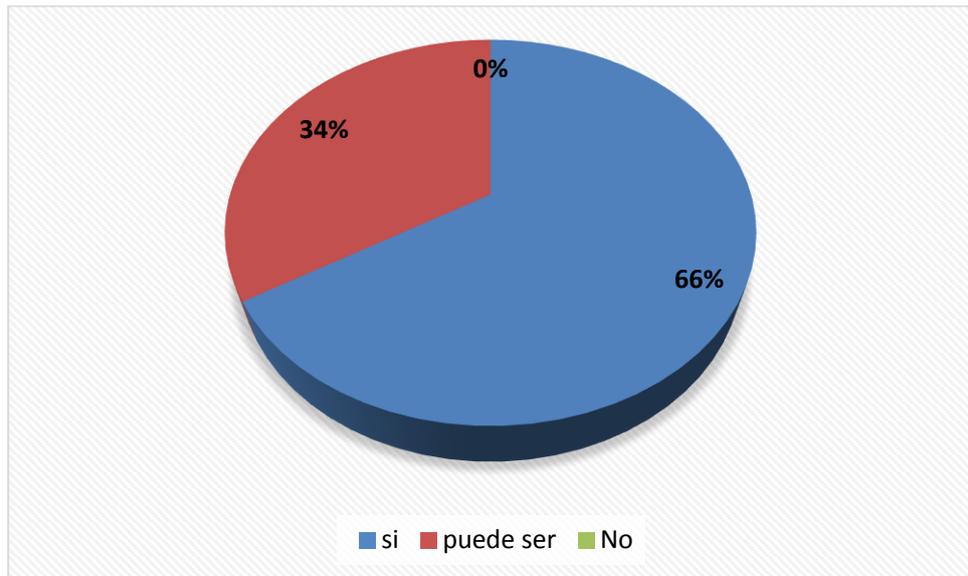
**Gráfico N°12: Opinión de la propuesta de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas**



*Fuente: elaboración propia*

Sobre la opinión de la propuesta de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas el 82% opina que esta es buena y un 18% que es regular, esto también está basado a las nuevas tendencias y características que tiene la población para sus tratamientos de salud y favorecen a los intereses de la investigación.

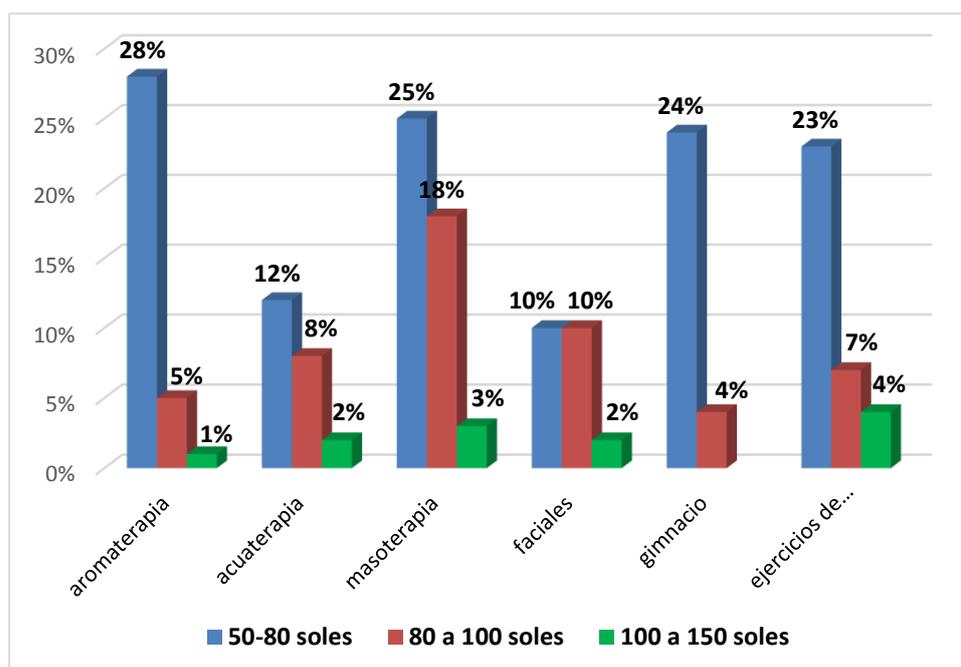
**Gráfico N°13: Utilización del spa ecológico**



*Fuente: elaboración propia*

El gráfico 13 nos muestra una predisposición del 66% de utilizar un spa ecológico y de un 34% que lo duda pero que podría interesarse si existiera.

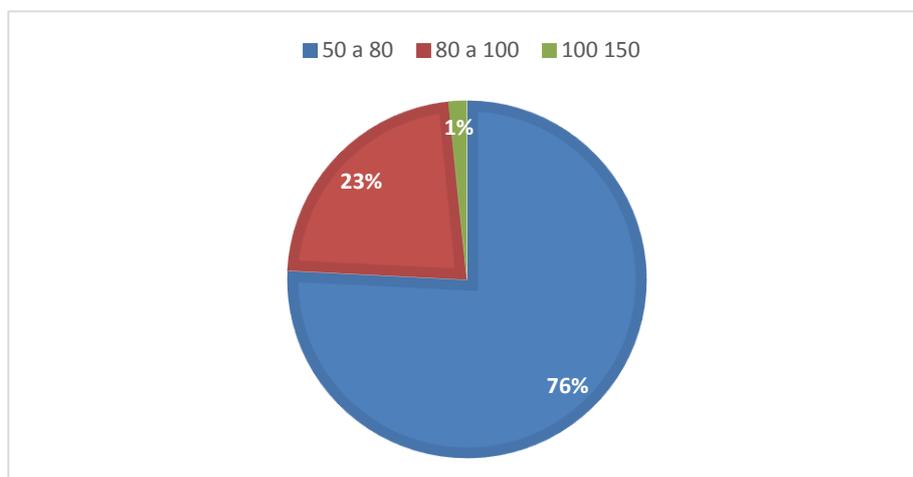
**Gráfico N° 14: Actividades que realizarían en el spa ECOLOGICO**



*Fuente: elaboración propia*

Los encuestados sugieren diferentes actividades para realizar dentro del spa ecológico: masoterapia (46%), aromaterapia (34%), ejercicios de relajación mental (34%), gimnasio (22%), acuaterapia (22%), facial (22%). Debemos tener en cuenta que estas sugerencias son bastantes tradicionales dentro de un spa, en la propuesta se buscara mostrar también alternativas innovadoras que intenten convencer a la población que presenta dudas como se representa en el grafico 13.

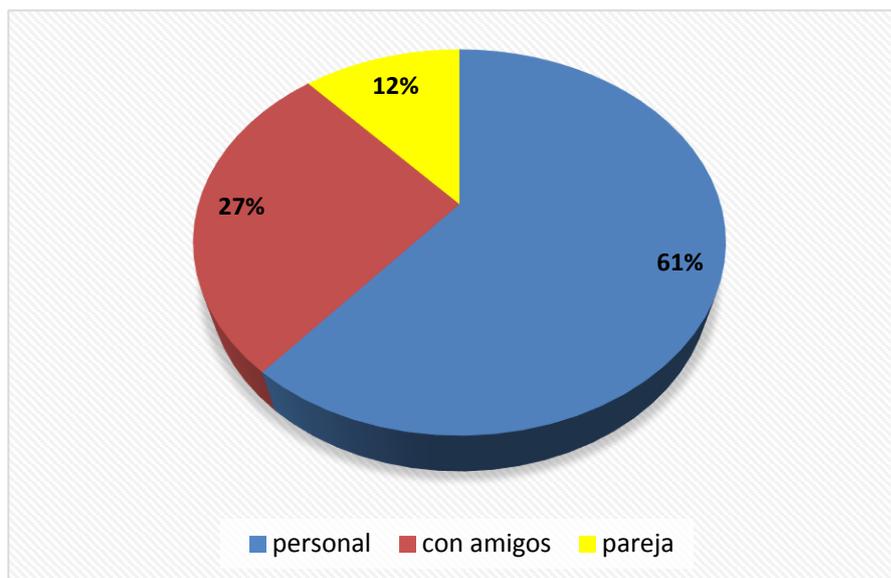
**Gráfico N°15: Disponibilidad del precio a pagar por los servicios del spa según las actividades**



*Fuente: elaboración propia*

Para la disponibilidad de precio a pagar por los servicios se consideran según ello, siendo estos aromaterapias, acuaterapia, masoterapia, faciales, gimnasio y ejercicios de relajación mental y los precios establecidos son en los siguientes rangos de 50-80 es un 76% de 80-100 es un 23% y de 100-150 un 1% soles. La inclinación de los encuestados es por los precios más bajos por el servicio que se encuentran entre los 50 y 80 soles; se debe entender que el servicio que presente la propuesta de tesis debe estar orientado teniendo en cuenta estas sugerencias económicas del segmento local y para ello de repente puede ser necesario que exista una categorización.

**Gráfico N° 16: Gustos y preferencias en relación al servicio que se brindará dentro del spa.**



*Fuente: elaboración propia*

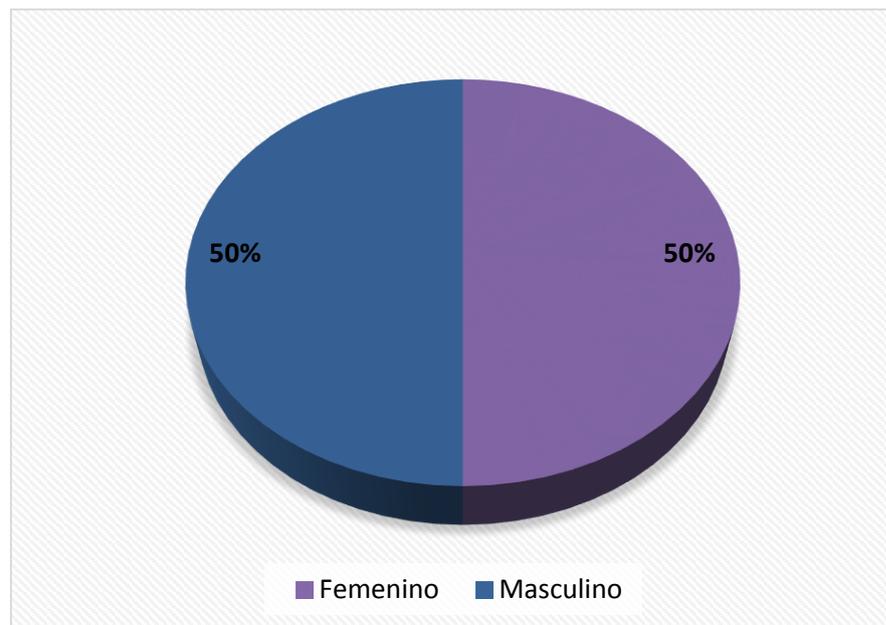
El tipo de atención que requieren los encuestados en 61% deben ser personal, 27% grupal con amigos y 12% en pareja. Por lo general los servicios deben ser privados y personalizados para poder garantizar la calidad y el éxito que se requiere salvo en algunas terapias donde se requiera de interrelación como es el caso de gimnasio y algunas de relajación mental.

#### **5.2.2. Resultados de encuestas a turistas nacionales para determinar la aceptación de la propuesta de creación de un spa ecológico.**

Los turistas nacionales son un segmento de mercado al que se dirige la propuesta de la creación de un spa ecológico teniendo en cuenta que estos realizan su viaje al destino Amazonas con diferentes fines dentro de ellos el ocio, la recreación, el conocer los iconos representativos del turismo como Gocta y Kuélap y les queda tiempo libre para poder realizar otros tipos de actividades. Las actividades complementarias en la ciudad de Chachapoyas son pocas diversificadas y esto se debe a pocas propuestas que existen tanto en recreación como también para el caso de otros complementos de un spa que les permita relajación y tratamientos preventivos de su salud.

La encuesta fue aplicada a 24 turistas nacionales con el fin de conocer su opinión de salud, turismo terapéutico sobre el spa ecológico y la percepción que tienen en cuanto a la implementación de la propuesta en la ciudad de Chachapoyas, los resultados son los siguientes:

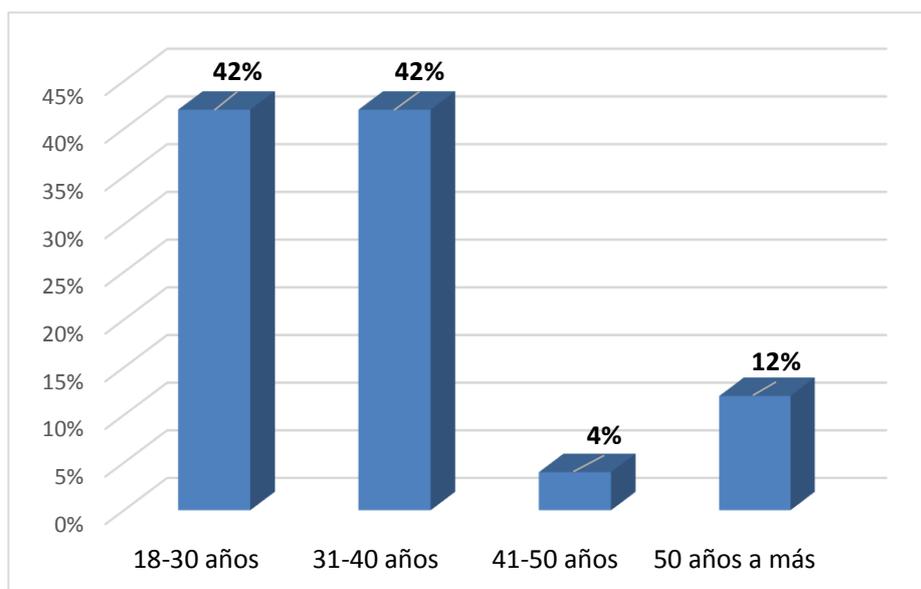
**Grafico N° 17: Género**



*Fuente: elaboración propia*

El género de los turistas nacionales para el caso de las encuestas aplicadas se encuentra distribuido 50% para cada uno, la equidad que se observa se realiza con fines estratégicos para poder extraer información de ambos géneros que permiten identificar sus gustos, preferencias y percepciones que den datos confiables para la elaboración de la propuesta del diseño de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas.

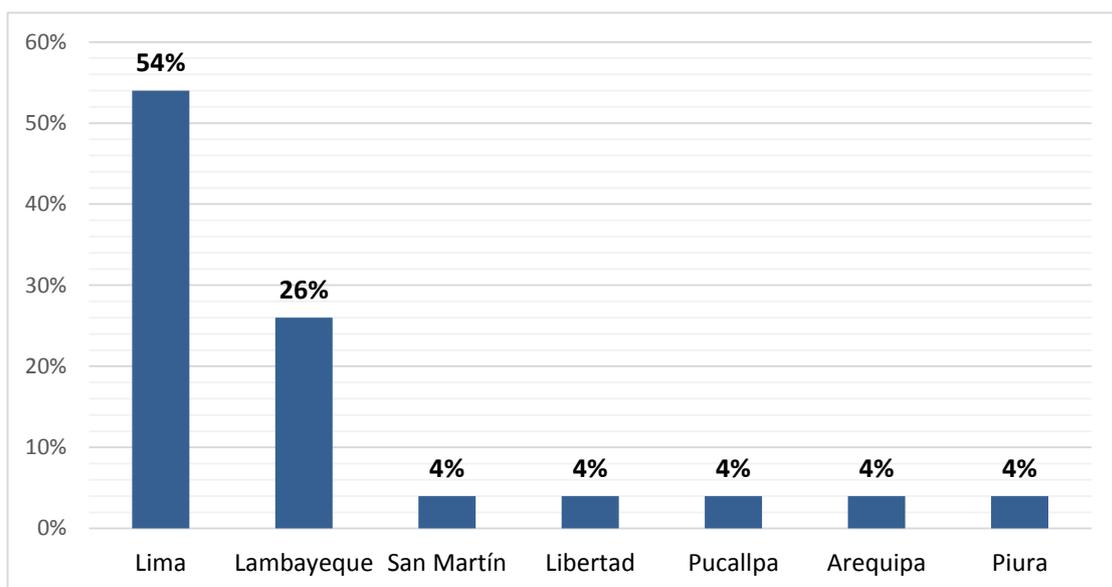
**Gráfico N° 18: Edad**



*Fuente: elaboración propia*

La edad de los encuestados oscila entre los 18 a 30 años con 42%; 31-40 con 42%; de 41 a 50 con 4% y de 50 a más con 12%. Los turistas nacionales son adultos jóvenes a relativamente jóvenes, teniendo en cuenta las características del destino Amazonas que requiere de ciertos esfuerzos físicos para su desplazamiento sobre todo para sus dos iconos como son: Kuélap y Gocta que para su traslado presentan ligeras pendientes, en el caso del adulto mayor de 50 años a más, estos son segmentos de mercado que se dedican a viajar sobre todo en los programas sociales de salud y otros, por ello que presentan también un porcentaje considerable y que por ellos son clientes potenciales por sus características de consumo para un spa ecológico.

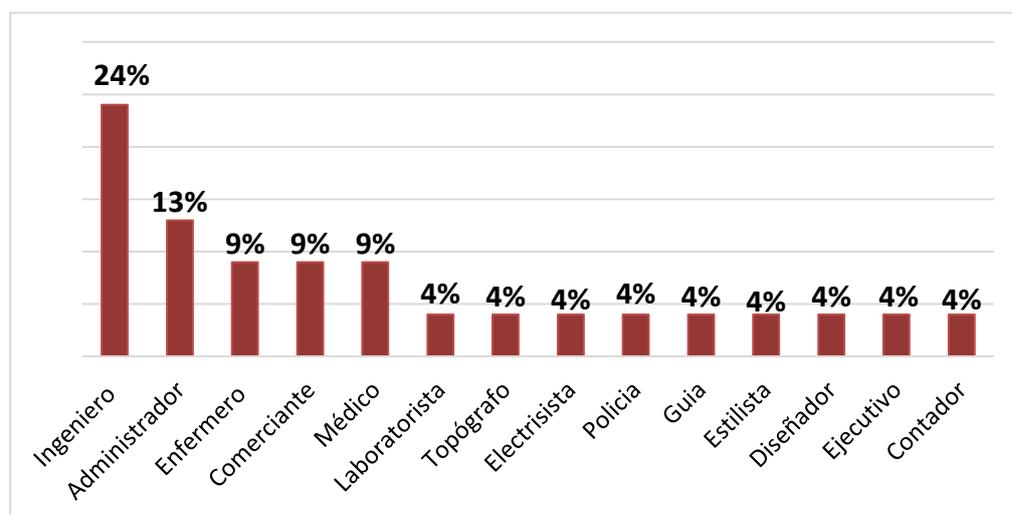
**Grafico N° 19: Procedencia**



*Fuente: elaboración propia*

Lima es el mayor centro de distribución de turistas internos con 54%, esto se debe por ser la capital del país la ciudad y región con mayor población y en donde se concentra la población con mayores ingresos económicos, que les da disponibilidad para viajar; Lambayeque aporta el 26% de turistas nacionales por la cercanía a la región Amazonas que es un factor importante que influye en el momento en la toma de decisiones de viaje; otras regiones como San Martín, La Libertad, Pucallpa, Arequipa, Piura aportan con el 4% cada una. Los indicadores muestran que se debe aprovechar a Lima como principal distribuidor de turistas nacionales y también se debe dar importancia a las regiones fronterizas por lo que la propuesta de un spa ecológico debe también elaborar estrategias para captar clientes en estos nichos de mercado utilizando los avances tecnológicos y de comunicación.

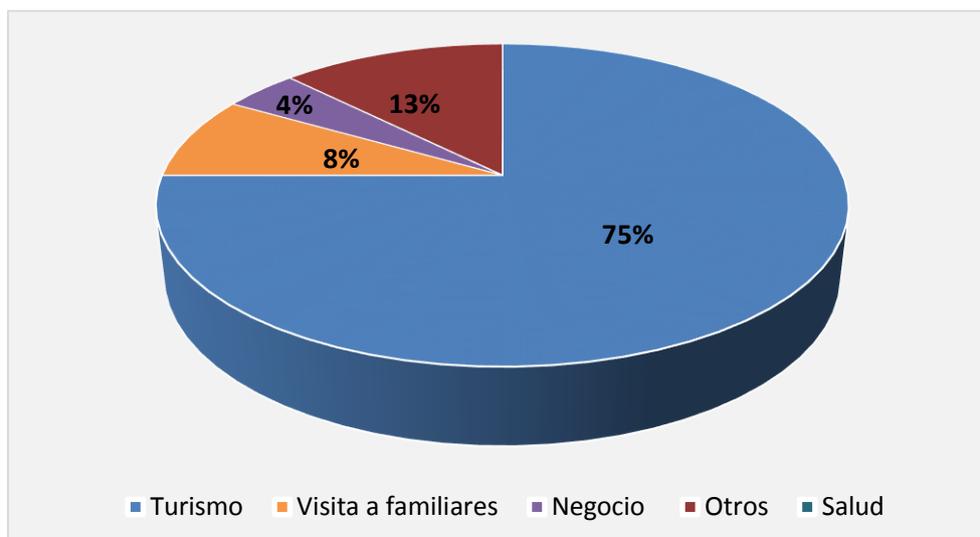
**Grafico N° 20: Profesión**



*Fuente: elaboración propia*

El gráfico de profesión muestra que la totalidad de turistas nacionales son profesionales técnicos o universitarios lo cual les permite tener una capacidad de gasto para poder solventar gastos de viajes e incluso adquirir servicios complementarios dentro de ellos donde se podría incluir un spa ecológico. La mayor profesión de los nacionales es ingeniero con 24%, seguido por administrador con 13% y las restantes profesiones como enfermeros, comerciantes médicos, laboratoristas, topógrafos entre otras se encuentran entre los 9% al 4%.

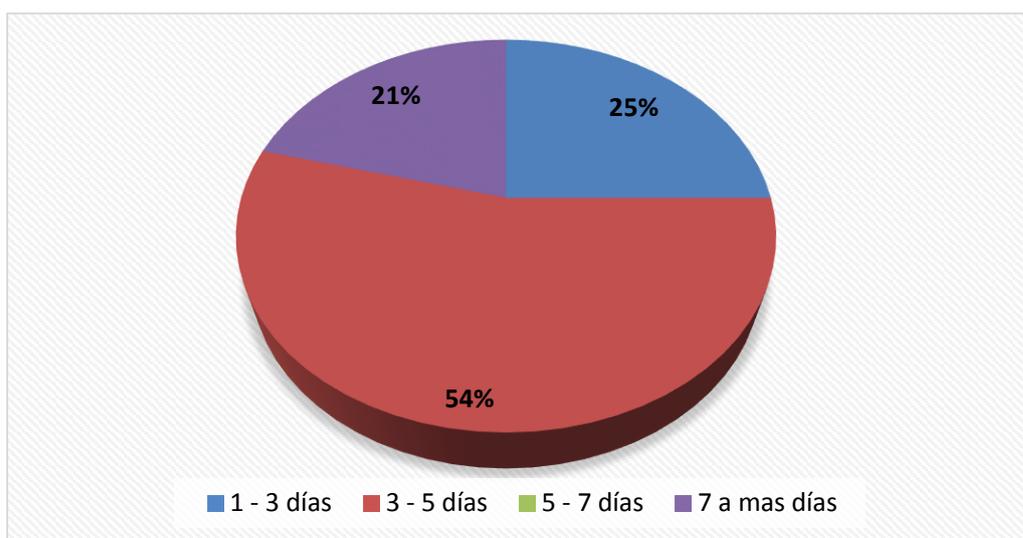
**Gráfico N° 21: Motivo de viaje**



*Fuente: elaboración propia*

El principal motivo de viaje a Amazonas es un 75% es turismo, es decir actividades de recreación para conocer lugares turísticos interrelacionarse con la comunidad a través de actividades y servicios, seguido con el 13% con otras actividades variadas que pueden ser el caso de estudios congresos u otras actividades que no se encuentran plasmadas dentro de las alternativas de la encuesta, el 8% lo hace por visitas a familiares y amigos sobre todo en épocas de actividad turística de la región como son los meses de Junio, Julio, Agosto; Y que coincide con periodos vacacionales en el país y un 4% se motiva a viajar a Chachapoyas por negocios teniendo en cuenta que en esta ciudad se puede realizar diferentes tipos de comercio ya sea agrícolas o de otra índole.

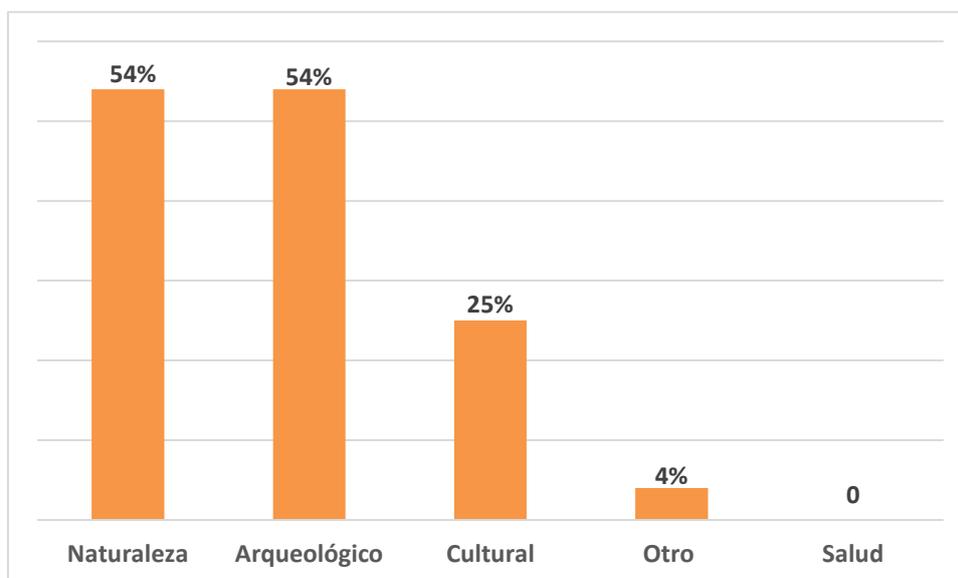
**Gráfico N° 22: Tiempo de permanencia.**



*Fuente: elaboración propia*

Por las características limitadas de la oferta turística del destino de Amazonas presenta un 54% de turistas nacionales que permanecen de 3 a 5 días tiempo suficiente para poder realizar las actividades planificadas. Los turistas nacionales para desplazarse dentro del país aprovechan los fines de semana largo y los periodos vacacionales teniendo en cuenta esto, es que el tiempo de permanencia oscila entre 1 a 5 días como máximo. La propuesta del spa ecológico permitirá darles alternativas de actividades para estos días incluso incrementar los días de permanencia lo cual favorece de manera integral a la actividad turística en la ciudad de Chachapoyas.

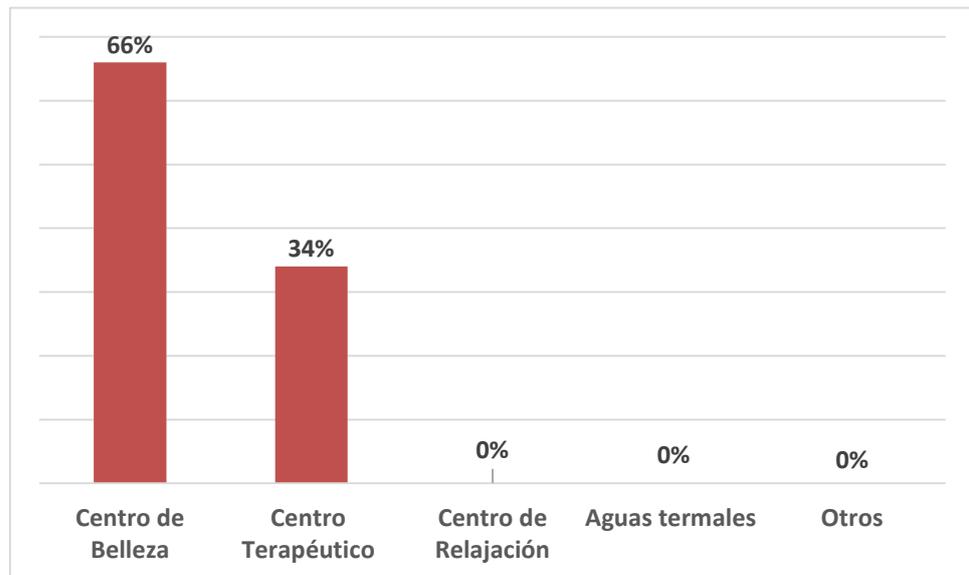
**Gráfico N° 23: Tipo de turismo que ha realizado**



*Fuente: elaboración propia*

Los turistas nacionales en la visita de la ciudad de Chachapoyas realizan los siguientes tipos de turismo: turismo de naturaleza 54%, con la misma cantidad el turismo arqueológico, seguido por turismo cultural 25%, y otras actividades turísticas 4%, no existe viajero que realice actividades turísticas relacionadas con la salud; las características geográficas y las evidencias cultural prehispánica marcan la imagen turística del destino Amazonas y de la ciudad de Chachapoyas como su centro de distribución y estas se ven complementadas con la tradición y la cultura propias de su gente para formar el producto turístico que se perciben en la actualidad. A pesar de contar con un clima favorable con una biodiversidad para ser utilizada en la actividad turística de salud, esta no está siendo aprovechada de una manera adecuada.

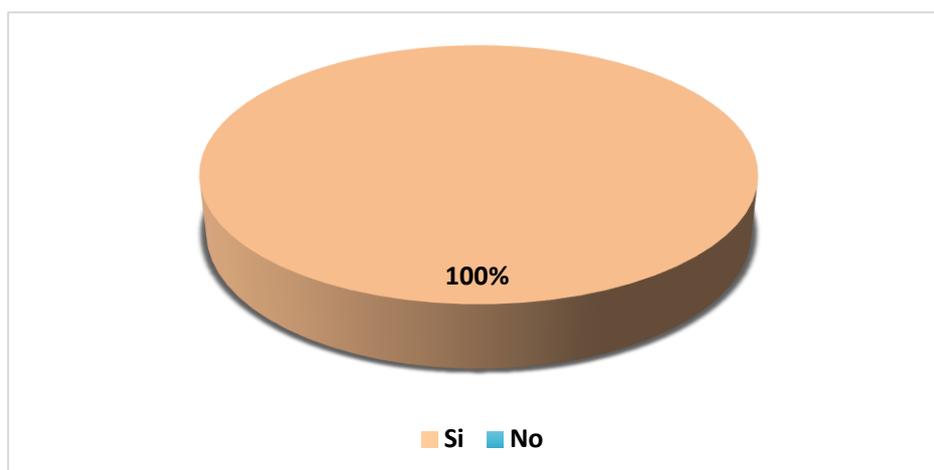
**Gráfico N° 25: Como relacionan la palabra spa**



*Fuente: elaboración propia*

Para el 66% de los turistas nacionales un spa está relacionado con un centro de belleza, 34% como un centro terapéutico, estas dos son las mayores alternativas que relacionan los visitantes con un spa, analizando estos datos podemos concluir que esta definición es muy limitada considerando que un spa se podría definir como un centro integral para cuidar la salud en sus diferentes aspectos.

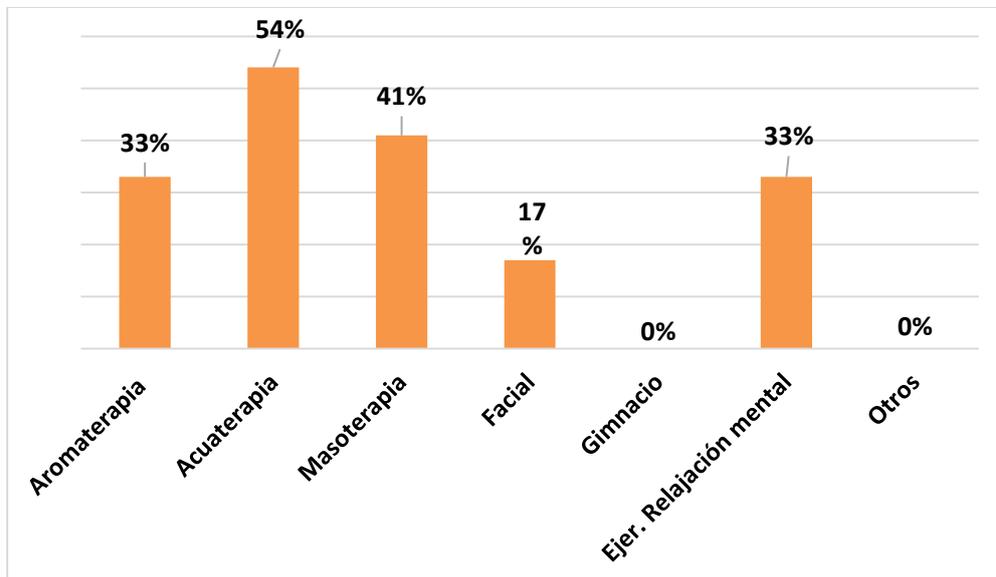
**Gráfico N° 26: Aceptación de la implementación de un spa ecológico**



*Fuente: elaboración propia*

Por las nuevas tendencias mundiales las características, gustos y preferencias de los turistas y el enfoque ecológico que se da a las actividades el 100% de los encuestados está de acuerdo en la implementación de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas.

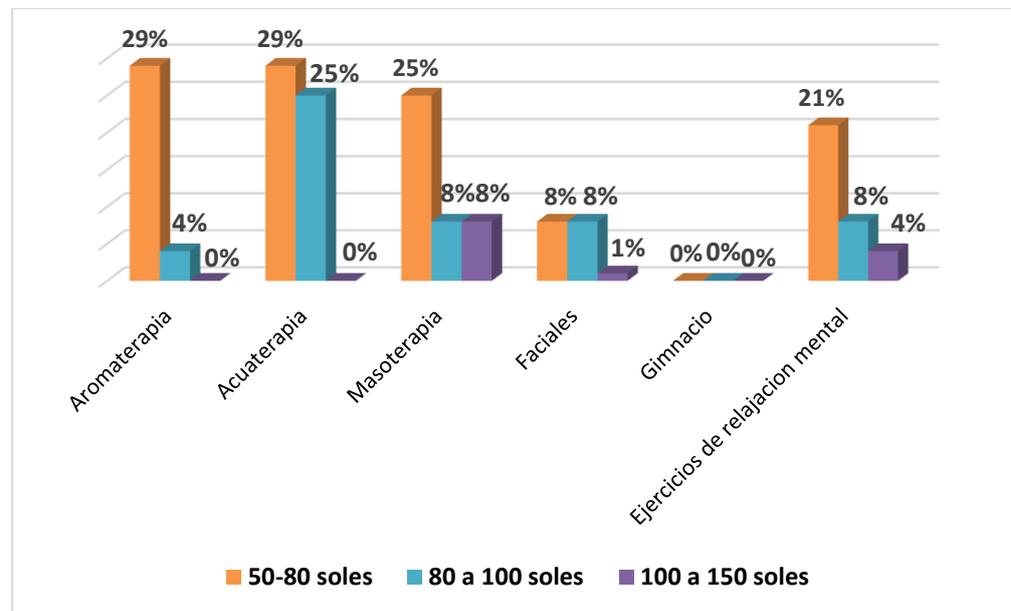
**Gráfico N° 27: Actividades que realizarían dentro del spa**



*Fuente: elaboración propia*

La propuesta de actividades que se podrían realizar dentro de un spa para los turistas nacionales es la siguiente: acuaterapia 54%, masoterapia 41%, aromaterapia 33% y de igual manera ejercicios de relajación mental, estos datos deben ser considerados dentro de la propuesta y también este tipo de actividades a las características ecológicas que busca promover el spa en la ciudad de Chachapoyas.

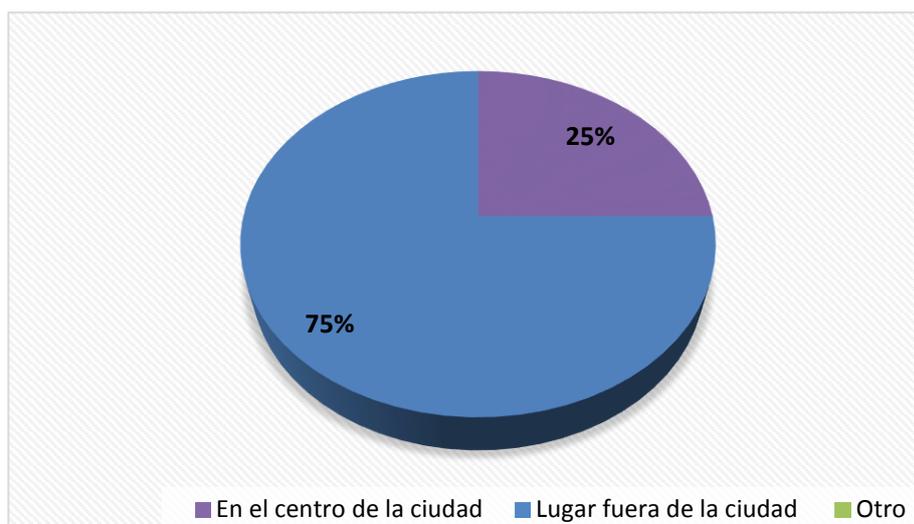
**Gráfico N° 28: Disponibilidad del precio a pagar por los servicios del spa según las actividades.**



*Fuente: elaboración propia*

La tendencia de pago dentro de las alternativas propuestas en la encuesta es la más baja que oscila entre 50 a 80 soles para las diversas actividades que se proponen como el caso de aromaterapia, acuaterapia, masoterapia, faciales, gimnasio y ejercicios de relajación mental. Esto se debe a que la actividad del spa para el viajero se constituye en un acto complementario que va a contribuir al fortalecimiento de su viaje que ha sido motivado por otros elementos como el hecho de conocer la cultura Chachapoyas representada por Kuélap y la belleza paisajística con uno de sus más grandes representantes la catarata de Gocta.

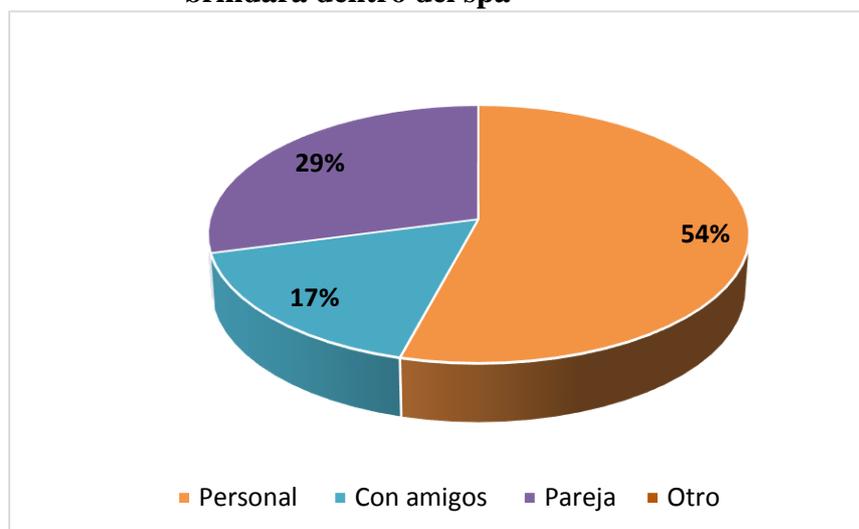
**Gráfico N° 29: Ubicación del spa**



*Fuente: elaboración propia*

El turista nacional opina que el spa por todo lo que representa como un centro integral para desarrollo de la salud debe quedar fuera de la ciudad (75%) y un (25%) dentro de la ciudad.

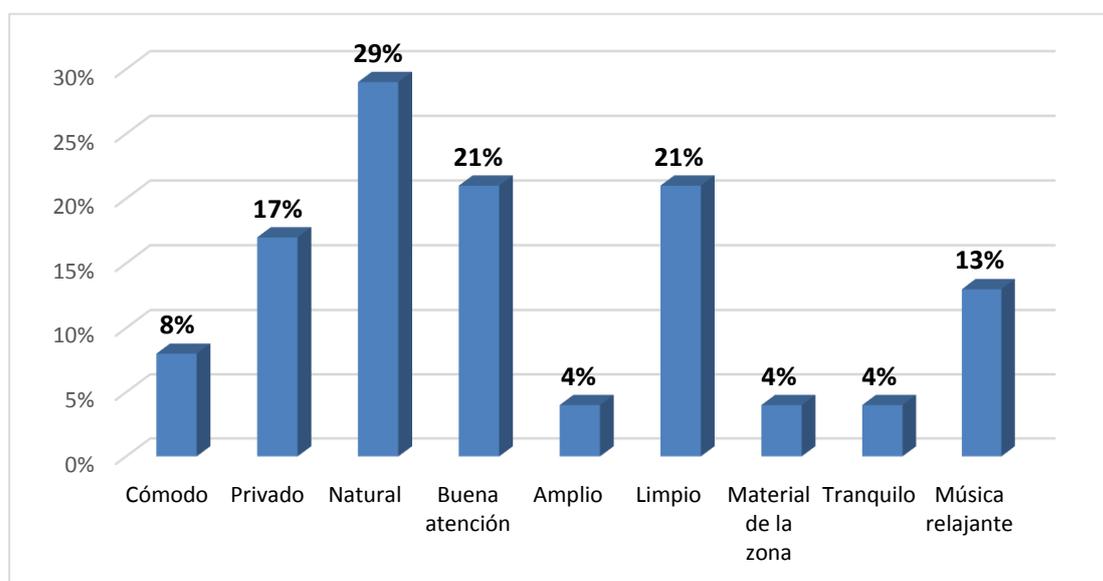
**Gráfico N° 30: Gustos y preferencias en relación al servicio que se brindará dentro del spa**



*Fuente: elaboración propia*

Los turistas nacionales opinan que la participación dentro del spa debe ser de acuerdo a las características de la terapia, un 54% opina que debe ser personal, 29% en pareja y 17% con amigos, existe actividades como gimnasio y terapias de relajación mental que pueden ser trabajadas de manera grupal y otras actividades como el caso de facial, belleza, y masajes que deben ser tratados de manera personal.

**Gráfico N° 31: Características sugeridas para el spa ecológico**



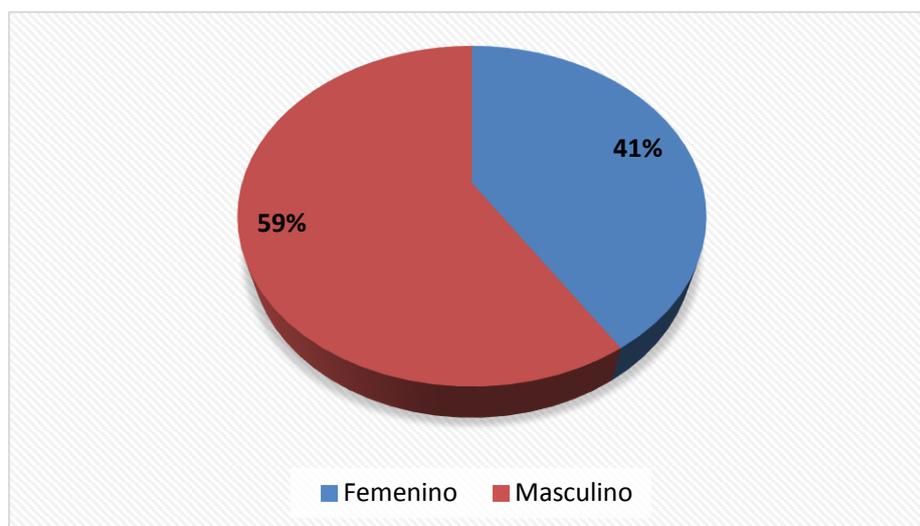
*Fuente: elaboración propia*

Las características que debe tener el spa para el turista nacional son: debe tener una representación natural 29%, seguido por la buena atención y limpieza con un 21% cada una, la privacidad 17%, música relajante 13%, comodidad 8%, y con 4% características como la amplitud, características de la zona y tranquilidad. Los turistas nacionales siempre buscan lo innovador, el contacto con la naturaleza: por eso es que se ve representado de esta manera en el gráfico 14 y también buscan la calidad de servicio ligada al buen trato y a la privacidad que se las pueda ofertar en conjunción con la limpieza que es la característica principal en este tipo de servicios.

### 5.2.3. Resultados de los turistas extranjeros para determinar la aceptación de la propuesta de creación de un spa ecológico

El turismo receptivo en los últimos años ha incrementado a nivel nacional sobre todo en destinos nuevos y emergentes dentro del país como es el caso de la región Amazonas. Esta región con elementos motivacionales como: Kuélap y Gocta, se posiciona en el mercado receptivo pero a pesar de ello requiere diversificar su oferta para poder lograr ser competitivo frente a otros destinos nacionales. En búsqueda de la diversificación y de la competitividad la propuesta de tesis sobre un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas requiere conocer las percepciones gustos y preferencias de los visitantes extranjeros por ello se aplicó una encuesta a 44 turistas que visitaron la ciudad en los meses de mayo, junio, julio y agosto del 2015. los resultados son:

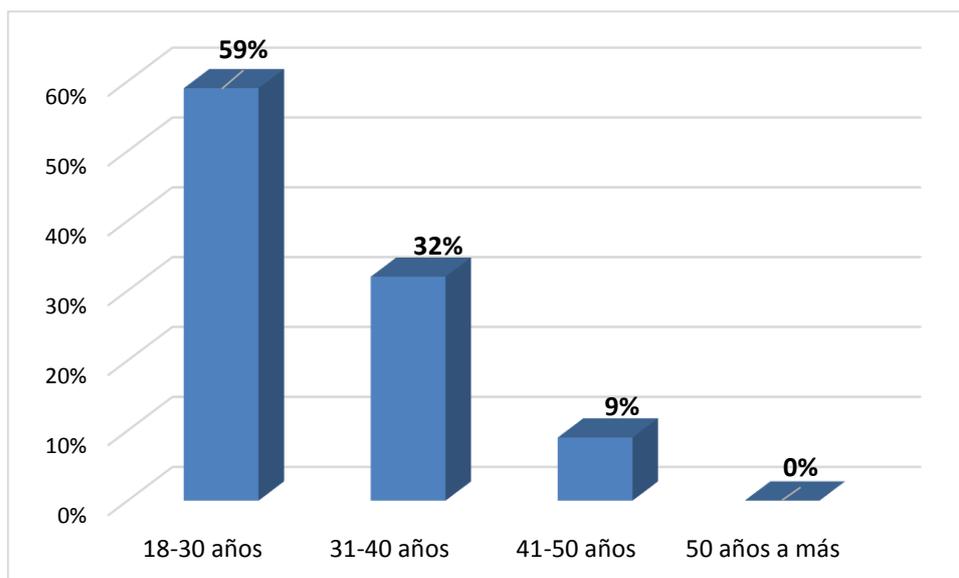
**Gráfico N° 32: Género**



*Fuente: elaboración propia*

Existe una diferencia de casi 20%, entre turistas masculinos (59%) y femeninos (41%), estos datos coinciden con los perfiles de turistas extranjeros que visita el Perú; en donde mayormente son de género masculino.

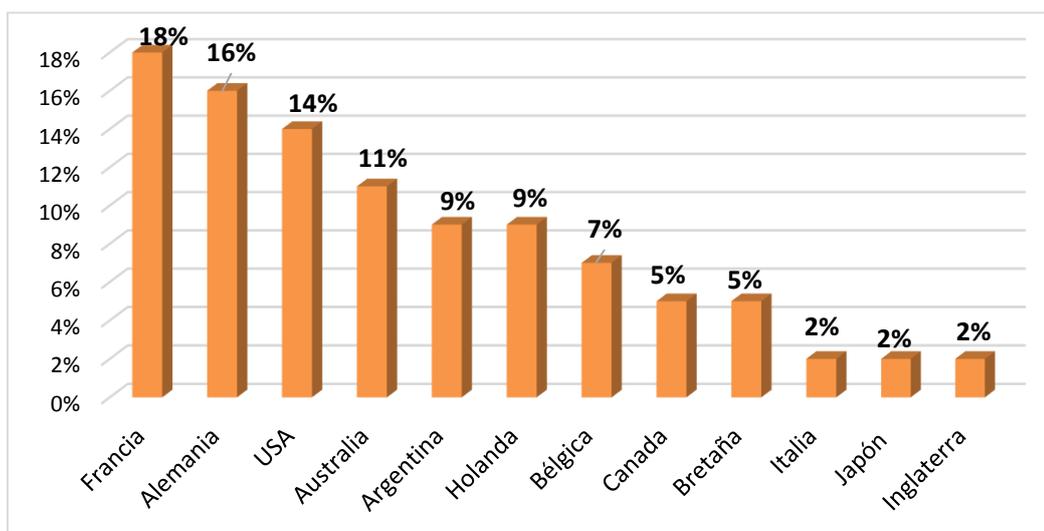
**Gráfico N° 33: Edad**



*Fuente: elaboración propia*

A diferencia de los segmentos de población local y turistas nacionales el 59% de los viajeros se encuentran entre 18 a 30 años de edad, es decir son adultos jóvenes que en su mayoría pueden ser profesionales o por su edad en algunos casos económicamente dependientes, el segmento de adulto relativamente joven que oscila entre los 31 a 40 años representa el 32% de la edad y un 9% a los adultos maduros de los 41 a 50 años; estos datos coinciden con características del turista extranjero como por ejemplo que requieren mayor disponibilidad de tiempo para realizar su viaje debido al traslado internacional que realizan, las edades del adulto joven se relacionan con otras características como el estado civil y en la mayoría de estos casos pueden ser solteros que puede favorecer en la realización de viaje debido a la menor cantidad de responsabilidades que presenta frente a un turista casado y el elemento determinante también son las características del destino que es un destino no convencional con una naturaleza complicada en algunos casos y que requiere de esfuerzos físicos.

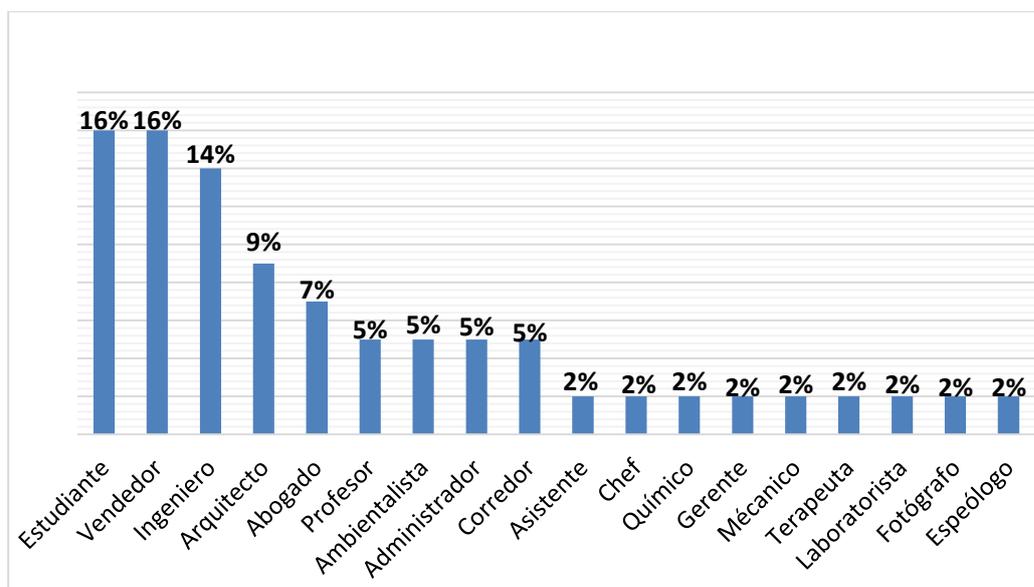
**Gráfico N° 34: Procedencia**



*Fuente: elaboración propia*

El mayor emisor a nivel mundial de acuerdo a los perfiles de la OMT y del Mincetur es Francia, mismo que coincide con los datos obtenidos de la encuesta (18%), seguido por Alemania (17%), USA(14%), Australia (11%), y del (9% hacia el 2%) países como: Argentina, Holanda, Bélgica, Canadá, Bretaña, Italia, Japón e Inglaterra. La comunidad europea para Sudamérica el Perú y Amazonas se constituye en un continente importante en el aporte de turistas para el que se tiene que considerar sus características al momento de planificar y desarrollar el turismo en los destinos considerando su importancia como nicho de mercado. Estados Unidos por su cantidad poblacional su cercanía al país y las facilidades de traslado internacional aporta de manera importante al destino.

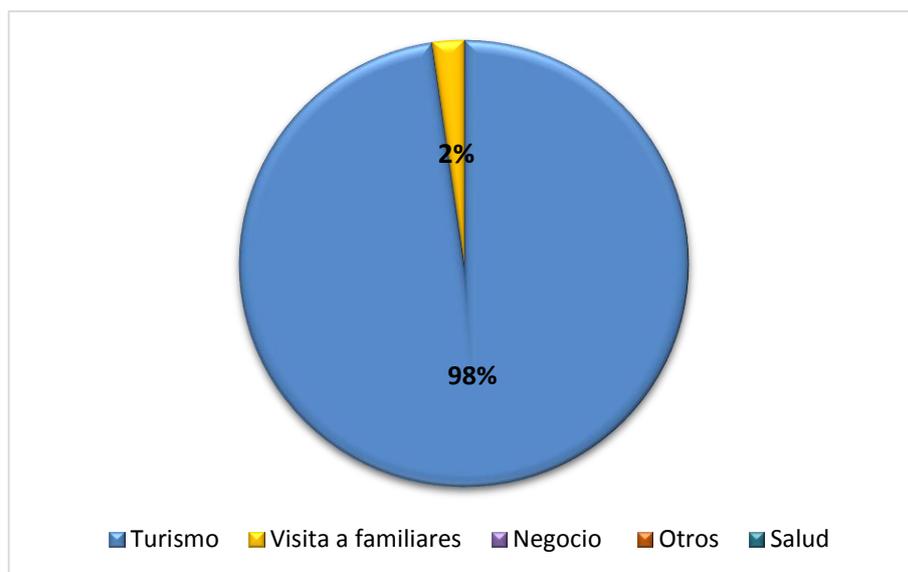
**Gráfico N° 35: Profesión**



*Fuente: elaboración propia*

Por las características de la edad la ocupación de 16% de extranjeros es estudiantes es decir económicamente dependientes, otro 16% vendedores o personal dedicado al negocio, la actividad comercial se encuentra expandida a nivel mundial y es uno de los principales actividades ocupacionales y económicas en el mundo. Los porcentajes restantes albergan a profesionales técnicos y universitarios como ingenieros, arquitectos, abogados, profesores, ambientalistas, administradores entre otros; de acuerdo a estos datos estas personas económicamente activas tienen la suficiente absorbencia para poder adquirir servicios complementarios en el destino Amazonas como sería el caso de un spa ecológico.

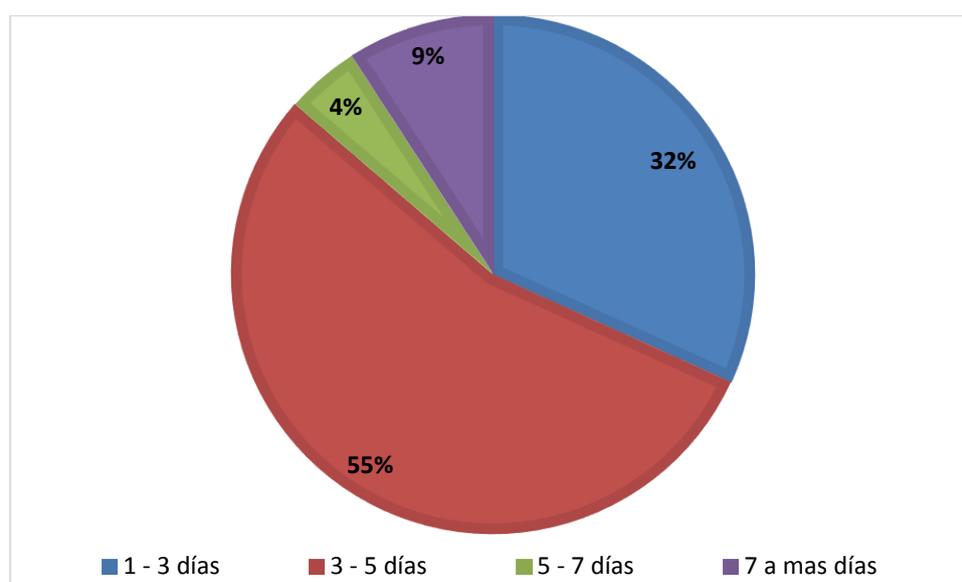
**Gráfico N° 36: Motivo de viaje**



*Fuente: elaboración propia*

El 98% el motivo de viaje a Chachapoyas para el extranjero es el turismo y un 2% otras actividades como estudios investigaciones y trabajo. Los extranjeros realizan sus desplazamientos a Chachapoyas y Amazonas especialmente por actividades turísticas aprovechando el viaje al destino Perú articulándolo con otros destinos nacionales, mayormente para el turismo receptivo se da entre los meses de Junio – Agosto, época en dónde la comunidad Europea y Norteamérica se dan los periodos vacacionales.

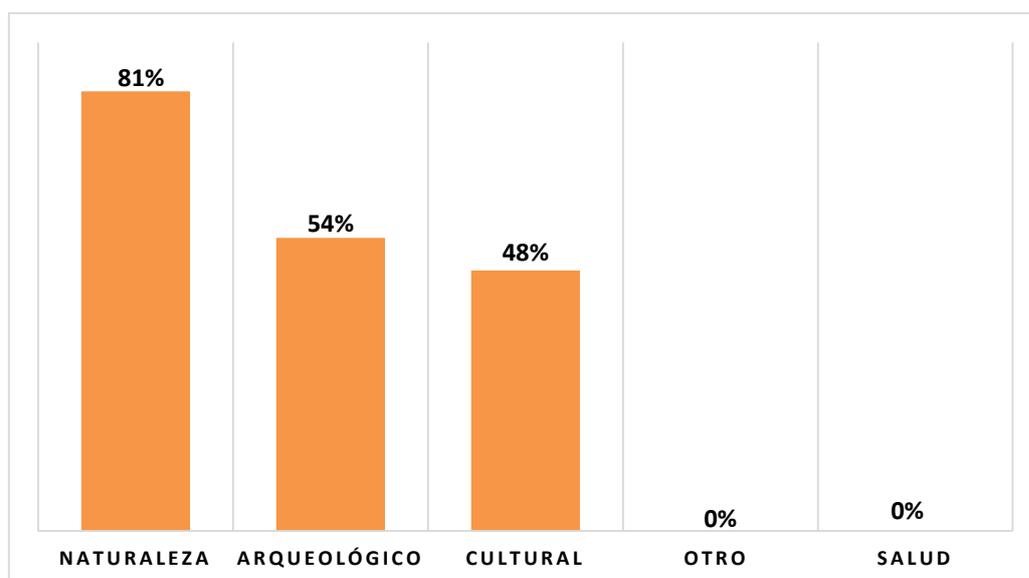
**Gráfico N° 37: Tiempo de permanencia**



*Fuente: elaboración propia*

Los turistas extranjeros el 55% tienen un periodo de permanencia de 3 a 5 días seguido por un tiempo de 1 a 3 días con 32%, de 7 a más días con 9% y de 5 a 7 días un 4%, el periodo de permanencia guarda relación con el perfil del turista extranjero que visita el Perú y con el perfil del turista extranjero que visita Chachapoyas, teniendo en cuenta las actividades turísticas que realizan, se concentran en la visita a los dos íconos de la región y a otros atractivos complementarios, necesitándose no menos de 3 días para ello y como máximo a 5 días; el periodo de permanencia se podría aumentar al turista extranjero si se propusiera nuevas alternativas haciendo que este planifique más días para el destino Amazonas como nuevas alternativas de turismo por ejemplo en el caso de turismo de salud a través de un spa ecológico.

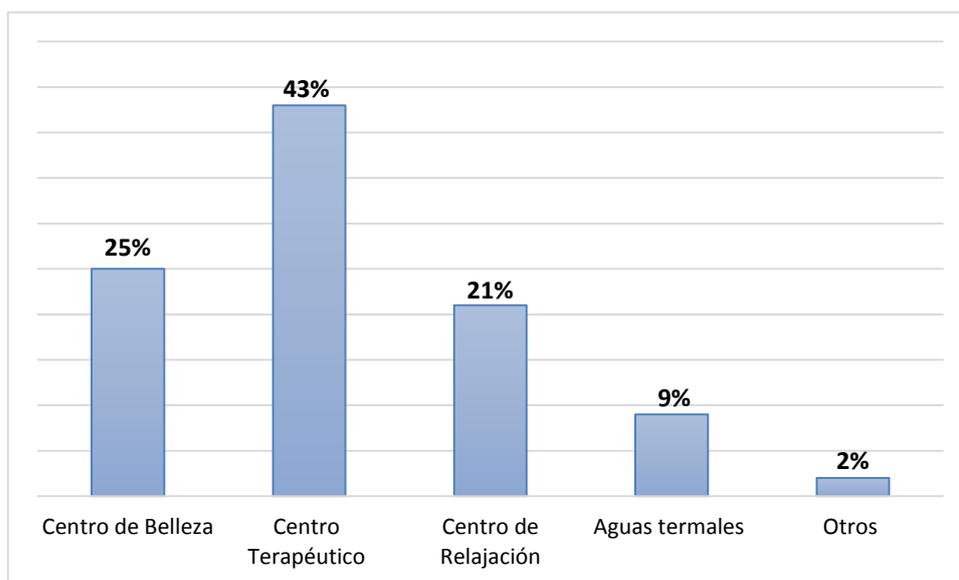
**Gráfico N° 38: Tipo de turismo que ha realizado**



*Fuente: elaboración propia*

El 81% de los turistas extranjeros realizan en el destino Amazonas un turismo de naturaleza seguido con el 54% arqueológico y 48% cultural. El destino Amazonas por sus características demográficas, por su fusión cultural e historia es un destino propicio para el turismo de naturaleza, ecoturismo, para la visita de turismo de sitios arqueológicos y para el turismo rural comunitario basado en las tradiciones, en las costumbres y en la cultura viva; estos tipos de turismo hacen Amazonas y Chachapoyas un destino emergente capaz de motivar desplazamientos de visitantes debido a que este tiene las características de las nuevas tendencias turísticas a ellos se podría implementar otras actividades como el turismo de salud ligado a la parte ecológica que se encuentra de moda a nivel mundial y es una tendencia en crecimiento.

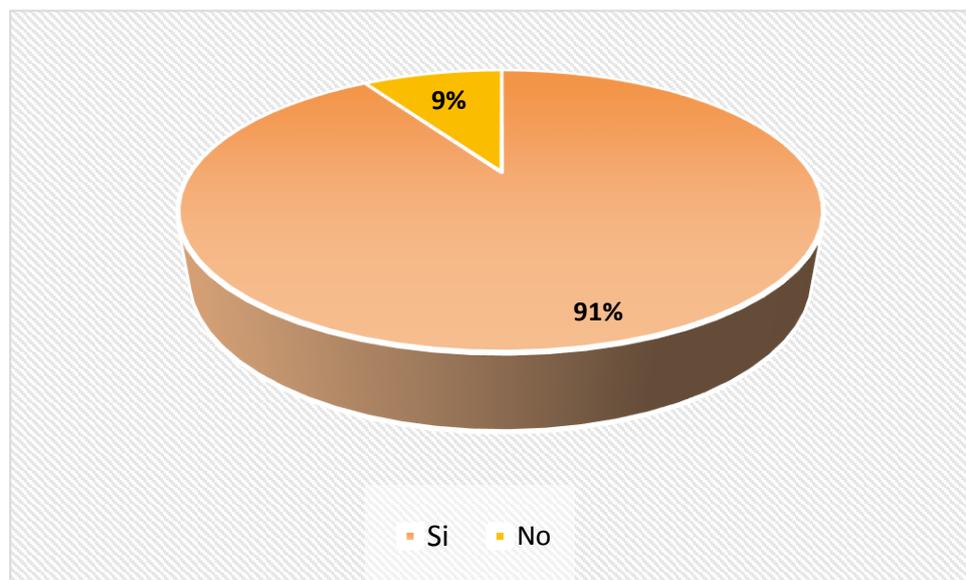
**Gráfico N° 39: Como relacionan la palabra spa**



*Fuente: elaboración propia*

El termino spa para los extranjeros en un 43% se relacionan a un centro terapéutico, el hablar de un centro terapéutico implica a un espacio, a una empresa dedicada a terapias de diferente tipo; es decir su expansión esta explicada al máximo quiere decir que los turistas extranjeros tienen un mejor enfoque que los nacionales sobre el significado de un spa; el 25% lo relaciona como un centro de belleza, el centro de belleza es una parte de lo que significa un spa y que no solamente se dedica a tratamientos de belleza sino a también a otro tipo de actividades ligadas a la salud; el 21% de extranjeros a centro de relajación es decir lugares en donde los clientes van a relajarse, a olvidarse de sus problemas y del estrés que viene creciendo día a día a nivel mundial y el 9% ligado a aguas termales que podría ser en algunas partes donde exista este tipo de aguas pero que en la ciudad de Chachapoyas no existe el termalismo. Los extranjeros tienen una mayor percepción de lo que significa spa y de las actividades que se pueden realizar esto favorece a la investigación teniendo en cuenta que ellos podrían ser un importante segmento del mercado con lo que se tendría que trabajar considerando que estos, dentro de las tendencias buscan la naturaleza, contacto con la biodiversidad y con los beneficios que estas les pueda traer para su salud.

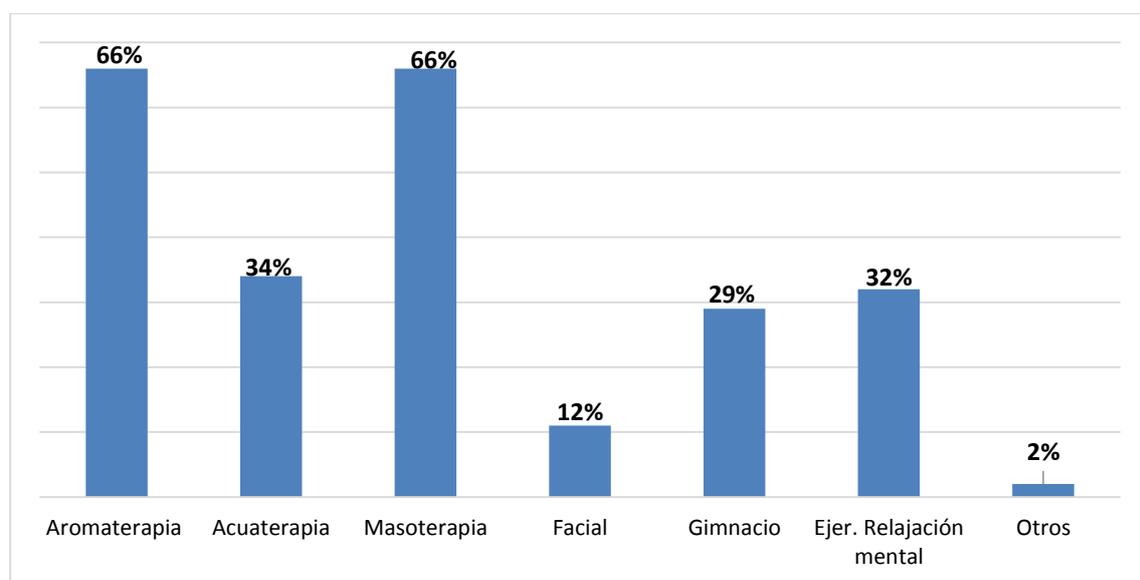
**Gráfico N° 40: Aceptación de la implementación del spa ecológico**



*Fuente: elaboración propia*

El 91% de los visitantes extranjeros aceptan la implementación de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas y un 9% no, esto favorece a sus actividades y ellos sostienen que tendrían nuevas alternativas para escoger dentro de su estadía en la ciudad de Chachapoyas y que esto ayudaría a consolidar al producto amazense fortaleciéndolo y a su vez haciendo competitivo.

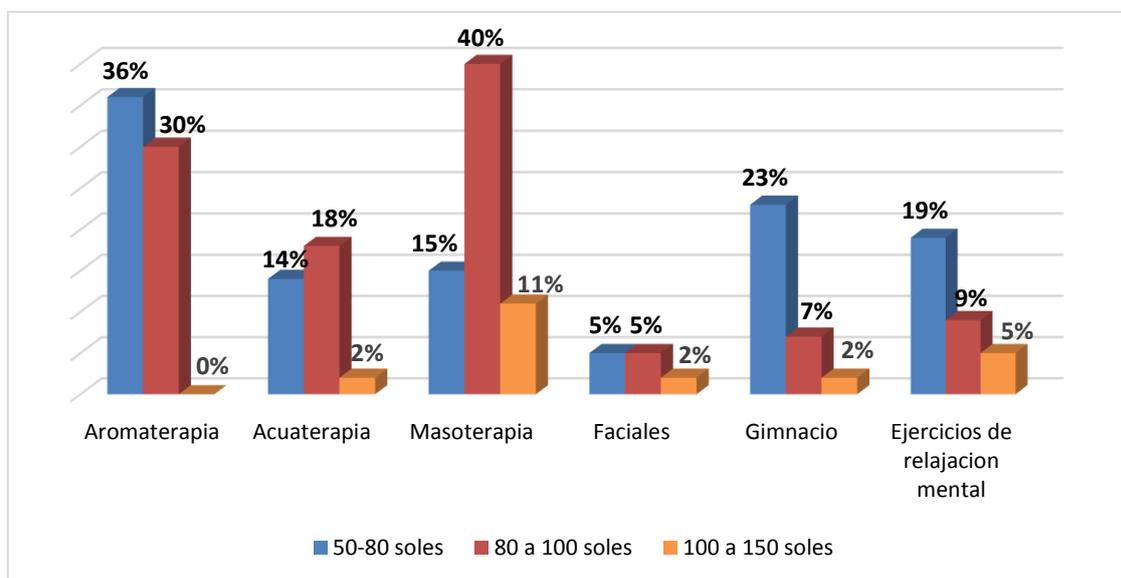
**Gráfico N° 41: Actividades a realizar dentro del spa ecológico**



*Fuente: elaboración propia*

Al ser consultados sobre las actividades a realizar en el spa ecológico, existen dos actividades que son de mayor preferencia por los extranjeros, estas son: aromaterapia y la masoterapia con un 66% cada una, seguidas por acuaterapia o hidroterapia con 34%, 32% con ejercicios de relajación mental, 29% gimnasio, 12% tratamientos facial y otros con 2%. Estos resultados nos muestran las actividades que deberían ser consideradas dentro de un spa ecológico competitivo en la ciudad de Chachapoyas, para el caso de la aromaterapia esto favorece teniendo en cuenta que la biodiversidad que existe sobre todo en la parte botánica es importante y tenemos en la región plantas aromáticas y terapéuticas a la vez, que se pueden utilizar a través de saunas, a través de infusiones y otros tratamientos que sean necesarios para ayudar a fortalecer lo requerido y las necesidades.

**Gráfico N° 42: Disponibilidad del precio a pagar por los servicios del spa según las actividades.**



*Fuente: elaboración propia*

En los turistas extranjeros se muestra una diferencia al turista nacional, el turista nacional busca los precios con los intervalos más baratos; el turista extranjero conocedor de los servicios, conocedor de los resultados de las terapias tienen a tendencia por los precios más baratos pero también se inclina por el precio intermedio que va desde los 80 a 100 soles para el caso de aromaterapia y de la masoterapia que necesita de implementos y equipamiento adecuado para brindar un buen servicio.

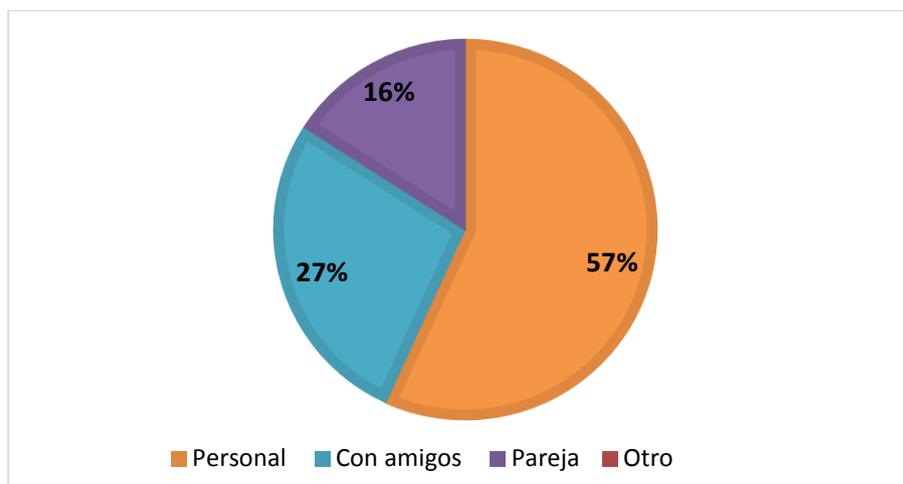
**Gráfico N° 43: Ubicación**



*Fuente: elaboración propia*

Teniendo en cuenta que el spa ecológico es un centro terapéutico que debe estar rodeado de la naturaleza y la tranquilidad en espacios adecuados, los turistas extranjeros con un 75% prefieren que este se encuentre fuera de la ciudad pero con una interconexión a la ciudad efectiva y un 25% considera que este debe estar dentro de la ciudad.

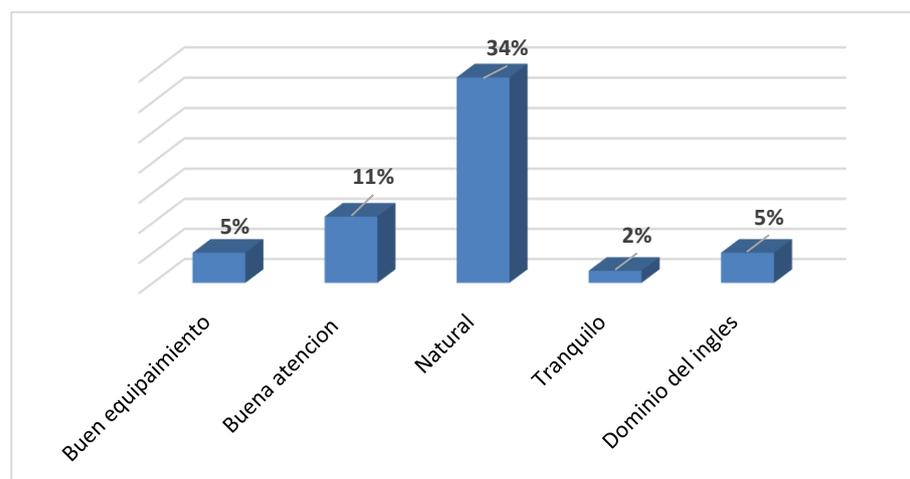
**Gráfico N° 44: Gustos y preferencias en relación al servicio que se brindará dentro del spa.**



*Fuente: elaboración propia*

Por las características del servicio al igual que la demanda local y demanda nacional el 57% de extranjeros opina que el servicio debe ser personal, el 27% con amigos y el 16% en pareja, estas opiniones van partidas también teniendo en cuenta al grupo con lo que ellos viajan y al tipo de actividades que van a realizar dentro del spa ecológico; para el caso de gimnasio, hidroterapia o algunos ejercicios de relajación podrían ser realizados en grupo y otros tratamientos que son personal e íntimos deberían ser realizado de manera independiente, estas exigencias deben ser consideradas para poder determinar los espacios, características de construcción y los tipos de servicio que van a brindar a los clientes en el spa ecológico para que pueda ser competitivo.

**Gráfico N° 45: Características sugeridas para el spa ecológico**



*Fuente: elaboración propia*

Dentro de las características del spa ecológico por el término que utiliza, los extranjeros en un 34% creen que debe ser natural rodeado de naturaleza sin romper el contexto, con una estructura física propia de la zona y sus productos que se oferten deben estar ligados a ser naturales y creados o generados bajo criterios de sostenibilidad; el 11% exige una buena atención teniendo en cuenta que el spa brinda servicios y que estos servicios deben ser buenos especializados y efectivos para que los clientes puedan satisfacer sus necesidades que lo llevaron a ir a este tipo de empresas; con 5% cada una se encuentra las alternativas de buen equipamiento y dominio del inglés, para los turistas extranjeros la comunicación es vital y debe existir dominio del idioma para que se pueda comunicar los prestadores de servicio con ellos teniendo en cuenta que en algún momento ellos tendrán que explicar sus necesidades o dolencias que requieren ser tratadas y el buen equipamiento es necesario teniendo en cuenta que de ellos va a depender que se dé un buen servicio que logre mejorar las necesidades que tiene los clientes.

## 5.2.4. Resultados del diagnóstico para la implementación de un spa ecológico

**Cuadro N° 3: Matriz de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los gremios participan en las actividades turísticas de acuerdo a sus características y funciones institucionales en actividades como: promoción, pasantías, capacitaciones, entre otros.</li> <li>2. Los operadores turísticos y autoridades tienen conocimientos del significado de un spa ecológico y sus actividades que implica.</li> <li>3. Las características del destino Amazonas permite desarrollar otros tipos de turismo donde se podrían encontrar al turismo de salud.</li> <li>4. Variedad y biodiversidad con la que se cuenta Amazonas.</li> <li>5. El clima adecuado para desarrollo de la actividad del turismo de salud.</li> <li>6. Crecimiento de servicios turísticos como restaurantes y hoteles.</li> <li>7. Los ingresos económicos según la ocupación que mantiene la población de Chachapoyas, los turistas nacionales y extranjeros es beneficiosa para el desarrollo del turismo.</li> <li>8. La aceptación por parte de la población sobre la actividad turística que se genera en esta ciudad</li> <li>9. La población chachapoyana conserva tratamientos tradicionales para la cura de sus enfermedades.</li> <li>10. Opinión favorable de la población de Chachapoyas sobre el desarrollo del turismo de salud a través de un spa ecológico.</li> <li>11. Las características geográficas y las evidencias culturales prehispánicas marcan la imagen turística del destino Amazonas y de la ciudad de Chachapoyas como su centro de distribución y estas se ven complementadas con la tradición y la cultura propias de su gente para formar el producto turístico que se perciben en la actualidad.</li> <li>12. Los tipos de turismo hacen de Amazonas y Chachapoyas un destino emergente capaz de motivar desplazamientos de visitantes debido a que este tiene las características de las nuevas tendencias turísticas a ellos se podría</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oferta turística actual limitada, centralizada en turismo convencional y de naturaleza.</li> <li>2. La percepción que tienen los operadores de turismo sobre un spa y sus características se podrían considerar limitadas.</li> <li>3. Chachapoyas aún tiene que mejorar en diferentes aspectos para que la actividad turística sea buena.</li> <li>4. Desconocimiento de los beneficios que puede traer el turismo de salud a través de un spa ecológico a la población quienes podrían hacer actores directos e indirectos de ella.</li> <li>5. Limitada diversificación de los servicios para la población adulta mayor.</li> <li>6. Las características geográficas del destino Amazonas requiere de ciertos esfuerzos físicos para su desplazamiento.</li> <li>7. A pesar de contar con un clima favorable con una biodiversidad para ser utilizada en la actividad turística de salud, esta no está siendo aprovechada de una manera adecuada.</li> <li>8. Limitado dominio del idioma inglés en los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Chachapoyas.</li> <li>9. Los servicios turísticos son carentes en relación de otras regiones del país.</li> <li>10. Los factores limitantes para la creación del spa según los entrevistados radica en la cultura de la sociedad, distorsión de la definición de lo que es un spa y los sobre precios que pueda existir en éste.</li> </ol>

<p>implementar otras actividades como el turismo de salud ligado a la parte ecológica.</p> <p>13.La predisposición de los operadores de turismo en participar en la comercialización de la creación de un spa.</p> <p>14.La opinión la creación del spa está basado a las nuevas tendencias y características que tiene la población para sus tratamientos de salud y es bastante favorable.</p> <p>15.El destino Amazonas por sus características demográficas, por su fusión cultural e historia es un destino propicio para el turismo de naturaleza, ecoturismo, para la visita de turismo de sitios arqueológicos y para el turismo rural comunitario basado en las tradiciones, en las costumbres y en la cultura viva.</p>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crecimientos del turismo en Amazonas basado en indicadores como la creciente rentabilidad del 12 al 15%.</li> <li>2. Mayor movimiento comercial de programas turísticos debido a la promoción que existe de Amazonas representado por Kuélap y Gocta.</li> <li>3. Las nuevas tendencias y características que tiene la población, turistas nacionales y extranjeros para sus tratamientos de salud integral.</li> <li>4. La equidad de género por parte de los turistas nacionales que nos visitan permiten identificar sus gustos preferencias y percepciones.</li> <li>5. Lima es el mayor centro de distribución de turistas y que se debe considerar como nicho de mercado importante donde se debe trabajar.</li> <li>6. La mayoría de viajeros extranjeros viene por turismo, eso quiere decir que utilizarían otros servicios complementarios para satisfacer sus necesidades.</li> <li>7. El turista extranjero conocedor de los servicios de un spa, se inclina por el precio intermedio que va desde los 80 a 100 soles</li> <li>8. La edad de la población como clientes potenciales favorece a la diversificación de actividades en la creación de nuevas líneas de productos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La procedencia del turista extranjero son la mayoría de la comunidad europea y a nivel mundial existe una gran crisis económica siendo Europa uno de los continentes más afectados.</li> <li>2. La inclinación de la población a pagar por los servicios que se utilizan son los precios más bajos.</li> <li>3. Sugerencias de las actividades a ofertar son bastantes tradicionales dentro de un spa.</li> </ol>

9. La percepción, características de uso y concepciones que se manejan de la medicina y la importancia que se da a la prevención de la salud con productos naturales y ecológicos.
10. Este tipo de servicio spa ecológico es relativamente nuevo en la ciudad de Chachapoyas.
11. Los resultados de quienes utilizaron un spa fueron favorables para la salud.
12. Opinión por parte de la demanda turística, que con la implementación de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas, tendrían nuevas alternativas para escoger dentro de su estadía y que esto ayudaría a consolidar al producto amazonense fortaleciéndolo y a su vez haciéndolo competitivo.
13. Los turistas nacionales por su edad son de adultos jóvenes a relativamente jóvenes y que por sus gustos y preferencias son clientes potenciales para el spa ecológico y turismo de salud.
14. Considerable flujo de turistas de regiones fronterizas como: San Martín y La Libertad.
15. El principal motivo de viaje a la ciudad de Chachapoyas es el turismo, esto implica el uso de los servicios turísticos y actividades complementarias.
16. La coincidencia de las vacaciones con la temporada alta teniendo en cuenta los factores climáticos.
17. Los turistas nacionales siempre buscan lo innovador, el contacto con la naturaleza
18. En la profesión de los turistas extranjeros son de población económicamente activa y que tienen la suficiente solvencia para poder adquirir servicios complementarios.
19. El periodo de permanencia se podría aumentar al turista extranjero si se propusiera nuevas alternativas de turismo por ejemplo en el caso de turismo de salud a través de un spa ecológico.

Al colocar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en sus respectivos cuadrantes, se crea las cuatro entradas: (a) FO, explotar, mediante la maximización de oportunidades y maximización de fortalezas; (b) DO, buscar, mediante la minimización de debilidades y maximización de oportunidades; (c) FA, confrontar, mediante la maximización de fortalezas y la minimización de las amenazas; y (d) DA, evitar, mediante la minimización de amenazas y la minimización de debilidades.

### **Estrategias FO: Explotar**

FO<sub>1</sub>: Crear un producto innovador para diversificar la oferta turística de la ciudad Chachapoyas, basado en los recursos naturales, cultura viva y tradición que permitan la implementación de un spa ecológico para promover turismo de salud competitivo en la región nororiental del país.

FO<sub>2</sub>: Plantear estrategias para posicionarse en el mercado del spa ecológico teniendo en cuenta las características de los clientes locales, turistas nacionales y extranjeros.

### **Estrategias DO: Buscar**

DO<sub>1</sub>: Seleccionar el talento humano adecuado para poner en operatividad el spa ecológico con características, innovadoras, competentes y competitivas; haciendo uso de métodos tradicionales y apoyo tecnológico que garanticen un servicio de calidad y satisfacción del cliente.

DO<sub>2</sub>: Plantear estrategias de implementación de infraestructura necesaria de acorde a los servicios que se ofertaran en el spa ecológico para poder prestar un servicio de calidad a los clientes locales, turistas nacionales y extranjeros que buscan prevenir y tratar sus problemas de salud.

### **Estrategias FA: Confrontar**

FA<sub>1</sub>: Implementar un área de promoción de marketing del spa que permita establecer estrategias y formas de comercialización de estos productos de una manera competitivas promoviendo el turismo de salud.

FA<sub>2</sub>: Gestionar convenios con operadores de turismo local y nacional para la comercialización del producto spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas.

#### **Estrategias DA: Evitar**

DA<sub>1</sub>: Plantear estrategias con operadores de turismo local y en los nichos de mercados donde se comercializan el destino Amazonas, para que junto a ello ofertar como un producto complementario actividades de turismo de salud en función a los productos que comercializará el spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas.

DA<sub>2</sub>: Fomentar la promoción permanente del spa ecológico del turismo de salud a través de canales pertinentes como el caso de información turística I Perú y PromPerú.

### **5.3. Resultados de la propuesta del Spa ecológico**

#### **5.3.1. Datos generales**

**5.3.1.1. Nombre:** Runakay Spa ecológico

**5.3.1.2. Logotipo:**



#### **5.3.1.3. Descripción de la propuesta:**

Runakay Spa ecológico es una propuesta basada en el análisis de la oferta natural con la que cuenta la región Amazonas para ser utilizada en tratamientos de salud y belleza de una manera sostenible orientada a satisfacer las necesidades, gustos y exigencias de un segmento de mercado local, turistas nacionales y extranjeros. Esta propuesta está enfocada a complementar y diversificar la oferta turística actual con actividades turísticas

ligadas a la salud y al cuidado del cuerpo y que se constituyen en nuevas tendencias consideradas por los turistas.

Esta propuesta se plantea realizarse en el camino a la localidad de Taquia, considerada como un boticario natural sumado al entorno paisajístico, clima y las preferencias por parte de la demanda en que su ubicación se dé fuera de la ciudad.

**Dirección:** Carretera Taquia sin número.

**Giro de la empresa:** Comercial.

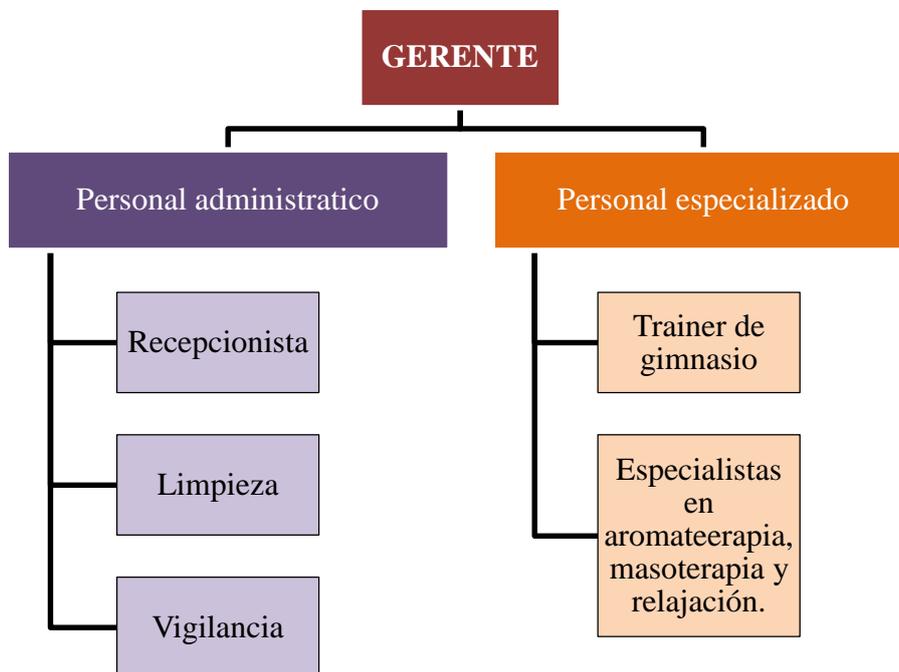
**Actividad de la empresa:** Runakay – Spa Ecológico se dedicará a la comercialización de servicios de salud preventiva, bienestar y belleza a clientes de todo género y edad con métodos y técnicas naturales, ecológicas y tradicionales de la región donde se desarrolla.

### 5.3.2 Características básicas de la empresa

<b>Definición de la empresa</b>	Runakay – Spa Ecológico
<b>Forma jurídica</b>	Sociedad de responsabilidad limitada S.R.L.
<b>Requisitos para el funcionamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licencia municipal.</li> <li>- Inscripción en la Sunat.</li> <li>- Licencia de Indeci.</li> <li>- Licencia de la Diresa.</li> </ul>
<b>Localización</b>	Carretera a Taquia sin número
<b>Instalaciones</b>	<p>500 m<sup>2</sup> divididos en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zona administrativa.</li> <li>- Zona de recepción.</li> <li>- Sala de espera.</li> <li>- Cafetería.</li> <li>- Almacén.</li> <li>- Área de hidromasajes</li> <li>- Área de terapias y belleza física.</li> <li>- Área de gimnasio.</li> <li>- Habitaciones.</li> <li>- Lavandería.</li> <li>- Campo deportivo y de ejercicios.</li> </ul>
<b>Personal</b>	Estará conformado por especialistas capacitados para brindar el servicio con criterios ecológicos.
<b>Cartera de servicios</b>	<p><b>Belleza y bienestar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sauna.</li> <li>- Baños a vapor.</li> <li>- Masoterapia.</li> <li>- Relajación mental.</li> <li>- Aromaterapia.</li> <li>- Gimnasio.</li> <li>- Tratamiento facial.</li> <li>- Piscina temperada.</li> </ul>

<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Público local</li> <li>▪ Turistas nacionales</li> <li>▪ Turistas extranjeros</li> </ul>
<b>Herramientas de promoción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Redes sociales</li> <li>▪ Páginas web</li> <li>▪ Publi - reportajes</li> <li>▪ Prensa de diferente tipo</li> </ul>

### Estructura organizacional



### 5.3.3 Definición del mercado

#### 5.3.3.1 Justificación del mercado

Los seres humanos dentro de sus prioridades tienen a la salud y la belleza y dedican tiempo y dinero para ella; por eso se cree necesario implementar Runakay Spa Ecológico en la ciudad de Chachapoyas, teniendo en cuenta que los segmentos de mercado al que se dirige requieren de los servicios con los que se estará implementando esta empresa.

#### 5.3.3.2 Mercado objetivo

El mercado objetivo se encuentra determinado en tres grupos:

**Grupo A: Clientes locales:** Población de la región que requiere de servicios de tratamiento y prevención de salud, terapias, tratamientos de belleza y bienestar.

**Grupo B: Turistas nacionales:** Son clientes de ambos géneros, de nacionalidad peruana, provenientes de otras regiones del país y que en algunos casos viajarán por un tratamiento específico de salud o belleza y bienestar.

**Grupo C: Turistas extranjeros:** Viajan por turismo y utilizan los servicios del Spa ecológico como una herramienta complementarios de su viaje con fines de generar nuevas experiencias.

#### 5.3.3.3 Perfil de la demanda

Los perfiles están de acuerdo a los grupos de clientes que se han establecido.

a) **Perfil de clientes locales:** tienen el siguiente perfil

- Ingresos económicos de medio a bajo.
- Empleados dependientes e independientes del sector público privado.
- Grado de instrucción secundaria completa a instrucción superior.
- Cuenta con un promedio de gasto por servicio de 50 soles por sesión.

- Está acostumbrado al uso de tratamientos naturales y medicina alternativa.
- Poco interés en servicios de belleza y bienestar.

**b) Perfil del cliente nacional:**

- Sus principales lugares de procedencia son Lima y las regiones fronterizas a Amazonas.
- Presenta estudios superiores.
- Ingresos económicos son de medio a alto.
- Se interesa por tratamientos naturales salud; belleza, bienestar y terapias.
- Busca alternativas a aparte de la medicina occidental para sus tratamientos.
- Tienen un periodo de permanencia entre 3 a 5 días en el destino.
- Busca adquirir productos para llevar en función a sus tratamientos que requieren.

**c) Perfil del cliente extranjero:**

- Pertenece a ambos géneros.
- Su edad oscila en los grupos de adulto joven a adulto mayor.
- Su motivo de visita a la ciudad es por turismo.
- Su ingreso económico es de medio a alto.
- Puede tomar los servicios del Spa como un elemento complementario en su tiempo libre.
- Tienen gran interés por lo ecológico y natural.
- Le motiva vivir nuevas experiencias.
- Puede destinar parte de su dinero a tratamientos naturales ligados a la belleza y bienestar.
- Tiene interés con los establecimientos ecológicos y retirados de la ciudad.

**5.3.3.4 Mercado meta y participación en el mercado**

Pobladores locales, Turistas nacionales y extranjeros interesados en servicios de la salud, terapias, belleza y bienestar con enfoques ecológicos y tradicionales brindados por el Spa.

**5.3.3.5 Identificación de los principales participantes y competidores potenciales:** Desde el punto de vista de la oferta se podría considerar que el mercado se encuentra libre, salvo en la existencia de una sauna en toda la ciudad y que brinda servicios de baños a vapor con plantas tradicionales como el eucalipto entre otras.

#### **5.3.4 Estrategias del mercado**

Runakay Spa ecológico se registrará bajo las siguientes estrategias de mercado:

**5.3.4.1 Estrategias de precios:** Se considera a esta estrategia como comparativa y que puede ser fácilmente superada en el caso de existir competencia, por ello se considera que la determinación del precio de los servicios del Spa Ecológico debe ser técnico y estar en función a las capacidades de gasto de los tres grupos de clientes con los que se ha decidido trabajar y debe ser de la siguiente manera:

**Tabla 03 Precios promedios por tipo de servicio**

<b>ACTIVIDADES A REALIZAR (26 días al mes)</b>	<b>COSTOS POR SERVICIO AL DÍA en S/.</b>
Saunas	30.00
Baños a vapor	30.00
Masoterapia	30.00
Relajación	30.00
Aromaterapia	30.00
Gimnasio	30.00
Tratamiento facial	30.00

#### **5.3.4.2 Estrategia de comunicación:**

Esta estrategia tiene como objetivo la difusión de la imagen corporativa e identidad del servicio del Spa Ecológico, con el fin de central la atención de los posibles consumidores dentro de la comunicación interna, esta será una estrategia de marketing interno importante para generar en los colaboradores o talento

humano un sentido de pertinencia, de identidad y compromiso con Runakay Spa Ecológico y sean estos gestores de su crecimiento y su desarrollo competitivo.

La comunicación externa tendrá que estar ligada a la tecnología y las nuevas tendencias competitivas para poder llegar hacia los posibles compradores.

Los resultados de la investigación en la parte diagnóstica dan a conocer que es necesario una promoción agresiva y masiva por los diferentes medios como el internet y las redes sociales.

#### **5.3.4.3 Estrategias del servicio**

Considerando los resultados del diagnóstico el servicio se realizará bajo los siguientes parámetros.

1. El servicio se brindará en una estructura de construcción específica para ello y estará ubicada en las afueras de la ciudad
2. El talento humano maneja estándares para el trato del cliente sin hacer que esto se note parametrados.
3. Se tendrá una participación de 0.50 empleados por huésped aproximadamente.
4. La atención será personalizada
5. La atención se realizará bajo un cronograma de actividades.
6. El servicio será ofertado según lo requiera el cliente.

#### 5.3.4.4 Estrategias de venta:

Estaría direccionada de acuerdo a las nuevas tendencias de comunicación y se realizara de dos maneras venta directa y venta indirecta.

**Tabla N° 04: Tipos de ventas**

<b>VENTA DIRECTA</b>	<b>VENTA INDIRECTA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ En el mismo Spa.</li><li>▪ A través de reservas.</li><li>▪ Páginas Web.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ A través de operadoras de turismo.</li><li>▪ Y otros medios fuera de la ciudad.</li></ul>

#### 5.3.5 Infraestructura

La infraestructura tendrá las siguientes características.

**Área total del Spa:** 500m<sup>2</sup>

**Área administrativa:** 10% del total (50 m<sup>2</sup>)

**Área especializada:** 90% del total (450 m<sup>2</sup>)

**Ubicación:** Carretera a Taquia

##### 5.3.5.1 Tipo de material de construcción

###### Para los muros:

- Material noble (ladrillo y cemento)
- Adobe
- Barro según corresponda

###### Para los techos

- Construcción de cubierta aligerada
- Artesanado de madera
- Cubierta de teja

### **Para los pisos**

#### **Pisos Externos:**

- Laja de piedra
- Canto rodado

#### **Pisos Internos:**

- Porcelanato.
- Cerámica.

#### **Ventanas y puertas:**

- De madera con cortes rústicas y artesanales.

La construcción tendrá las características típicas de las casas Chachapoyanas con su cubierta de dos aguas y será de una sola planta.

## **5.4 Pronóstico de ventas**

Para realizar el presupuesto maestro se ha determinado los tipos de servicios, siendo estos:

- **Acuaterapias:** Todo tratamiento a base de agua como saunas, baños a vapor, etc., con un tratamiento de 2 horas en 2 saunas.
- **Masoterapia:** Tratamientos a base de agua con un masajista o terapeuta, a través de las manos, en algunos casos con insumos naturales como barro, insectos, etc. El tratamiento es de 1 hora.
- **Ejercicios de relajación mental:** Consiste en suprimir la tensión muscular y mental producida por situaciones prolongadas de estrés y ansiedad por un tiempo promedio de 1 hora y 30 minutos por sesión.
- **Aromaterapia:** Se harán en base de plantas aromáticas y flores de todo tipo, a través de aceites y otros. Tiempo de sesión 1 hora.
- **Gimnasio:** Tendremos un espacio para ejercicios físicos implementado con máquinas especializadas. Tiempo de sesión 1 hora.

- **Tratamientos faciales:** Estos tratamientos se harán a base de insumos naturales con barro, cremas, etc. Con una sesión de 2 horas por tratamiento.

**Horarios de atención son:**

- **Lunes a sábado:** 9:00am a 1:00pm y 3:00pm a 8:00pm

**Máxima Ocupabilidad del Proyecto:**

**Tabla N° 05: Actividades a realizar**

ACTIVIDADES A REALIZAR (26 días al mes)	HORARIOS		MÁXIMA OCUPABILIDAD AL DÍA
	9: 00 am – 1:00 pm	3:00 pm – 8:00 pm	
Saunas	4	5	9
Baños a vapor	4	5	9
Masoterapia	10	115	25
Relajación	10	15	25
Aromaterapia	10	15	25
Gimnasio	25	25	50
Tratamiento facial	12	18	30

**5.4.2 Precio de los servicios del proyecto**

Para elaborar los precios del proyecto se ha tomado como referencia el precio promedio de los establecimientos nuevos de otros lugares, como Jaén y Chiclayo; así como también las preferencias de los encuestados del Estudio de Mercado.

ACTIVIDADES A REALIZAR (26 días al mes)	COSTOS POR SERVICIO AL DÍA en S/.
Saunas	30.00
Baños a vapor	30.00
Masoterapia	30.00
Relajación	30.00
Aromaterapia	30.00
Gimnasio	30.00
Tratamiento facial	30.00

## **5.5 Comercialización**

El éxito del proyecto estará basado en las políticas y estrategias de Marketing a aplicar y en las condiciones en que se oferte el servicio, necesario para ingresar al mercado considerando las siguientes estrategias:

- La calidad del servicio a prestar debe ser de alto nivel, esto se logra contando con personal de alta calidad y buena infraestructura.
- La ubicación del proyecto debe ser adecuado, es decir que tenga las condiciones de funcionalidad, seguridad y accesibilidad.
- Se realizará una presentación para dar a conocer las cualidades del servicio a ofertarse, dirigido a las agencias de viaje mayoristas y minoristas de las principales ciudades del país, tours operadores, empresas de transporte, oficinas de información turística, gremios del sector turismo, (Cámara Nacional de Turismo, Cámara Regional de Turismo Amazonas, Asociación de guías y operadores Amazonas, Asociación de taxistas, entre otras), con la finalidad de dar a conocer este nuevo espacio en la ciudad de Chachapoyas.

## **5.6 Localización y tamaño del mercado**

### **5.6.2 Localización**

Es la parte donde se analiza las diferentes variables llamadas fuerzas locacionales para alcanzar una resultante que permita obtener la más alta tasa de rentabilidad y el mínimo de costos posibles.

Es decir, se identifica el lugar en donde se instalará el proyecto que nos permita tener los mayores beneficios.

Entre las variables a considerar tenemos: costo y facilidad de transporte, facilidades de servicios de luz y agua, mano de obra, cercanía al mercado, pero principalmente abundante naturaleza que se encuentre a una distancia considerable de las grandes urbes, etc.

El proyecto en estudio estará ubicado en la carretera a Taquia sin número.

### **5.6.2.1 Cercanía al mercado**

Por su ubicación es un factor importante si tenemos en cuenta que el turista prefiere recorrer distancias cortas para visitar los restos arqueológicos.

### **5.6.2.2 Ambientes**

Factor de importancia relativamente mayor que el anterior, debido a que en las grandes ciudades existe mucho tránsito, ruidos molestos, y están expuestos a robos, que hacen al momento de escoger su alojamiento elijan lo más cómodo posible, de especial decoración y que brinde tranquilidad en afinidad con la naturaleza.

### **5.6.2.3 Transporte**

El local destinado para la implementación del proyecto, cuenta con transporte urbano tipo taxis de servicio las 24 horas.

### **3.7.1.4 Energía y agua**

Donde se instalará el proyecto existe disponibilidad de energía y agua.

## **5.7 Ingeniería del Proyecto**

### **5.7.2 Especificaciones técnicas del servicio**

Referido a los servicios a prestar por el SPA como acuaterapias, masoterapias, ejercicios de relajación mental, aromaterapia, gimnasio y tratamientos faciales; así como la venta mínima de un cafetín dentro de este.

### **5.7.3 Proceso de prestación del servicio**

Se atenderá 10 horas diarias en 6 días a la semana, y se brindará el servicio tanto a turistas nacionales, extranjeros y población local.

#### **5.7.4 Características de las instalaciones y equipos**

Se construirá en un terreno a adquirir: Oficina Administrativa y Cafetería; Sala de Tratamientos con SS.HH., Sala de espera y recepción; Gimnasio; Piscina temperada con duchas y SS.HH.; Almacenes.

### **5.8 Requerimiento del Mantenimiento, Insumos, Personal y Servicios**

#### **5.8.2 Mantenimiento**

Se realizará un mantenimiento preventivo cada 30 días tanto a la infraestructura complementaria y equipos, a través del personal de servicio debidamente capacitado. Si se requiere de mayores arreglos se contratará a una empresa especializada.

#### **5.8.3 Programa de prestación del servicio**

Como se menciona anteriormente, la prestación del servicio será permanente, es decir se laborará 10 horas diarias en 6 días a la semana.

#### **5.8.4 Requerimientos de insumos, personal y servicios**

##### **5.8.4.1 Requerimiento de insumos y otros materiales**

**Cuadro N° 3. Costos de equipamiento e implementos para Runakay Spa Ecológico**

EQUIPAMIENTOS e IMPLEMENTOS del SPA				
DESCRIPCION	UNIDAD de MEDIDA	N° DE UNIDADES	C. U.	COSTO TOTAL
<b>Para recepción</b>				
Equipo de música para spa	Equipo	1	6,000.00	6,000.00
Muebles para recepción	Juego	1	3,500.00	3,500.00
Muebles Mostradores	Unidad	2	2,100.00	4,200.00
<b>Faciales y Tratamientos Corporales</b>				
Mesas de Spa multi funcionales	Juego	10	400.00	4,000.00
Camillas eléctricos	Unidad	4	625.00	2,500.00
Camillas hidráulicas	Unidad	4	500.00	2,000.00
Camillas terapias, camillas estéticas	Unidad	2	600.00	1,200.00
<b>Equipo para el cuidado de la piel</b>				
Sistemas avanzados en el cuidado	Unidad	1	8,000.00	8,000.00
<b>Sistemas de micro dermoabrasión</b>				
Sistemas multi funcionales	Unidad	1	10,000.00	10,000.00
Unidades galvánicas	Unidad	1	2,000.00	2,000.00
Unidades de alta frecuencia	Unidad	1	3,500.00	3,500.00
Unidades de cepillos rotatorios	Unidad	1	2,350.00	2,350.00
Unidades de Aspiración/Atomización	Unidad	1	2,400.00	2,400.00
Lámparas woods con luz UV	Unidad	2	750.00	1,500.00
Sábanas térmicas	Juego	10		0.00
<b>Productos para Tratamientos</b>				
Aromaterapia - Aceites Esenciales	Unidad	50	1.50	75.00
Productos para Tratamientos Corporales	Unidades	30	5.00	150.00
Mascarillas Faciales	Unidades	15	8.00	120.00
Productos para Tención del Vello Facial	Unidades	20	10.00	200.00
Productos para Tratamientos Faciales	Unidades	10	45.00	450.00
<b>Masaje</b>				
Mesas de Masaje	Juego	5	400.00	2,000.00
Sillas de Masaje	Juego	5	260.00	1,300.00
Piedras para Masaje	Unidad	2	280.00	560.00
Calentadores de Piedras para Masaje	Unidad	2	175.00	350.00
Productos para Tratamientos de Masaje	Unidad	2	125.00	250.00
<b>Terapia del Agua</b>				
Tinas de Hidroterapia y regaderas	Unidad	5	170.00	850.00
Gabinetes de Vapor	Unidad	2	425.00	850.00
<b>Mobiliario, Instalaciones y Equipo para Estéticas</b>				
Carritos Portátiles para Equipo de Estilizado	Equipo	1	540.00	540.00
Espejos para Estéticas	Unidad	5	45.00	225.00
Sillas de Estilizado	Juego	3	150.00	450.00
Tapetes para Estilistas	Juego	2	125.00	250.00
Sillas de Lavado	Unidad	5	90.00	450.00
Lavabos integrales	Unidad	3	120.00	360.00
Armarios para Shampoo	Equipo	4	112.50	450.00
Procesadoras de Cabello	Equipo	5	136.00	680.00
<b>Baños de Vapor y Sauna</b>				
Sillas Lounge de Relajación	Juego	2	115.00	230.00
Saunas	Equipo	5	112.00	560.00
Baños de Vapor	Equipo	5	170.00	850.00
Extractores de Agua para Trajes de Baño	Equipo	2	225.00	450.00
Calentadores de Toallas	Equipo	2	125.00	250.00
Carritos de Lavandería	Equipo	2	100.00	200.00

<b>Implementos para Cabinas</b>				
Difusores de Aromaterapia	Unidad	2	225.00	450.00
Canastas, Dispensadores, Contenedores	Unidad	2	225.00	450.00
Cabezales	Unidad	1	300.00	300.00
Carritos de Servicio	Unidad	1	350.00	350.00
Relojes	Unidad	1	35.00	35.00
Sábanas Térmicas	Juego	10	12.50	125.00
Lámparas de Calor	Unidad	5	5.60	28.00
Armarios para Toallas Calientes	Unidad	2	200.00	400.00
Calentadores de Compresas Húmedas	Unidad	1	115.00	115.00
Calentadores de Loción y Aceite	Unidad	1	115.00	115.00
Baños de Parafina	Equipo	2	450.00	900.00
Esterilizadores de Calor y Luz UV	Equipo	2	600.00	1,200.00
Calentadores de Camillas	Equipo	1	250.00	250.00
Receptáculos de Desperdicios, Escobas	Juego	2	175.00	350.00
<b>Equipos de Salón</b>				
Unidad Pedicure (Sillón y Banco)	Juego	2	175.00	350.00
Exhibidores	Unidad	2	240.00	480.00
Silla Hidráulica	Unidad	2	280.00	560.00
Cama de Belleza	Unidad	2	600.00	1,200.00
Juego de muebles	Juego	2	750.00	1,500.00
<b>Equipos de Gimnasio</b>				
Elíptica	Unidad	1	1,250.00	1,250.00
Bicicleta Spinning	Unidad	1	2,000.00	2,000.00
Trotadora	Unidad	2	1,750.00	3,500.00
Soporte Sentadilla	Juego	2	1,000.00	2,000.00
Abductor	Unidad	1	500.00	500.00
Hacka	Unidad	1	500.00	500.00
Leg Curl	Juego	2	1,175.00	2,350.00
Smith	Unidad	1	280.00	280.00
Leg Extencion Secador	Juego	1	280.00	280.00
<b>Equipos de Spa</b>				
Equipo de Sauna	Equipo	1	3,600.00	3,600.00
Jacuzzi	Unidad	1	1,200.00	1,200.00
Bañera Hidromasaje	Unidad	1	200.00	200.00
Baño de Vapor	Unidad	2	750.00	1,500.00
<b>Termas</b>				
Implementos Piscina Termal	Unidad	1	10,000.00	10,000.00
Camilla de agua	Unidad	1	250.00	250.00
Duchas Terapeutas	Unidad	1	350.00	350.00
<b>Otros</b>				
Jacuzzis	Unidad	1	1,250.00	1,250.00
Camas de masaje hidráulicas	Unidad	1	1,500.00	1,500.00
Sillones	Juego	1	1,250.00	1,250.00
Mesas auxiliares	Juego	1	1,300.00	1,300.00

<b>Casilleros</b>				
Equipo de cómputo	Equipo	1	2,500.00	2,500.00
Pantallas solares	Equipo	1	1,200.00	1,200.00
Equipos de Aparatología de alta frecuencia	Equipo	1	1,200.00	1,200.00
<b>Galvánica o micro galvánica</b>				
Línea telefónica	Unidad	1	850.00	850.00
Camillas hidráulicas	Unidad	1	560.00	560.00
Camillas terapias, camillas estéticas	Unidad	1	350.00	350.00
<b>Equipo para el cuidado de la piel</b>				
Sistemas Avanzados en el Cuidado de la Piel	Equipo	1	4,500.00	4,500.00
<b>Sistemas de Microdermoabrasión</b>				
Sistemas Multifuncionales	Equipo	1	5,500.00	5,500.00
<b>Vaporeras</b>				
Unidades Galvánicas	Unidad	1	200.00	200.00
Unidades de Alta Frecuencia	Unidad	1	400.00	400.00
Unidades de Cepillos Rotatorios	Unidad	1	120.00	120.00
Unidades de Aspiración/Atomización	Unidad	1	420.00	420.00
Lámparas Woods con Luz UV	Unidad	1	230.00	230.00
Lámparas Woods con Luz UV	Unidad	1	230.00	230.00
Sábanas térmicas	Juego	10	12.50	125.00
<b>De Música y otros</b>				
Relojes	Unidad	2	125.00	250.00
Equipo de sonido	Unidad	1	1,250.00	1,250.00
Parlantes	Unidad	4	300.00	1,200.00
Impresora	Unidad	1	770.00	770.00
				<b>132,323.00</b>

*Fuente: elaboración propia*

**Cuadro N° 4. Resumen de los costos de muebles y enseres para Runakay  
Spa Ecológico**

<b>RESUMEN DE MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MUEBLES Y ENSERES: RECEPCION / CAJA	1.00	5,200.00	5,200.00
MUEBLES Y ENSERES: OFICINA ADMINISTRATIVA	1.00	2,265.00	2,265.00
MUEBLES Y ENSERES: SALA DE ESPERA	1.00	1,775.00	1,775.00
MUEBLES Y ENSERES: CAFETERIA	1.00	3,195.00	3,195.00
MUEBLES Y ENSERES: COCINA	1.00	4,900.00	4,900.00
MUEBLES Y ENSERES: HABITACIONES	1.00	44,710.00	44,710.00
MUEBLES Y ENSERES: LAVANDERIA	1.00	780.00	780.00
MUEBLES Y ENSERES: OTRAS AREAS	1.00	2,500.00	2,500.00
			<b>65,325.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES: RECEPCION / CAJA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MOSTRADOR DE MADERA	1.00	2,500.00	2,500.00
MUEBLES	2.00	500.00	1,000.00
ESTANTES DE MADERA	1.00	400.00	400.00
SILLON GIRATORIO	2.00	300.00	600.00
CENICERO DE PIE	1.00	100.00	100.00
JARRONES DECORATIVOS	2.00	125.00	250.00
CUADROS DE PARED	5.00	70.00	350.00
			<b>5,200.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES: OFICINA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
ESCRITORIO P/ GERENTE DE MADERA	1.00	1,000.00	1,000.00
SILLON GIRATORIO RECLINABLE P/ GERENTE	1.00	650.00	650.00
SILLA DE MADERA	3.00	80.00	240.00
ESTANTE DE 4 CAJONES	1.00	350.00	350.00
PAPELERA P/ OFICINA DE MADERA	1.00	25.00	25.00
			<b>2,265.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES: SALA DE ESPERA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MUEBLE DE MADERA	1.00	800.00	800.00
CENICERO DE PIE	1.00	100.00	100.00
MESA DE CENTRO	1.00	80.00	80.00
ESPEJO DE 1.80m x 1.00m	1.00	380.00	380.00
JARRONES DECORATIVOS	2.00	125.00	250.00
CUADROS DE PARED	2.00	70.00	140.00
PAPELERA DE MADERA	1.00	25.00	25.00
			<b>1,775.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES: CAFETERIA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MESA DE MADERA	4.00	200.00	800.00
SILLA DE MADERA	20.00	80.00	1,600.00
ESPEJO DE 1.80m x 1.00m	1.00	380.00	380.00
JARRONES DECORATIVOS	2.00	125.00	250.00
CUADROS DE PARED	2.00	70.00	140.00
PAPELERA DE MADERA	1.00	25.00	25.00
			<b>3,195.00</b>

<b>MUEBLES Y ENSERES: COCINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MESA DE MADERA P/ TRABAJO DE 1.80m x 1.00m	1.00	500.00	500.00
BANCO DE MADERA	6.00	50.00	300.00
VAJILLA COMPLETA DE 240 PZAS	1.00	1,500.00	1,500.00
IMPLEMENTOS DE COCINA	1.00	2,000.00	2,000.00
REPOSTERO DE MADERA DE 1.00m x 1.40m x 0.50m	1.00	500.00	500.00
PAPELERA DE PLASTICO INDUSTRIAL	1.00	100.00	100.00
			<b>4,900.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES: HABITACIONES</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
JUEGOS DE CAMA	44.00	68.00	2,992.00
CAMAS DE MADERA SIMPLES	6.00	700.00	4,200.00
CAMAS DE MADERA DOBLES	16.00	1,200.00	19,200.00
COLCHONES MARCA PARAISO	22.00	400.00	8,800.00
JUEGO DE TOALLAS	44.00	22.00	968.00
LAMPARA DE NOCHE	22.00	90.00	1,980.00
GAVETERO DE BAÑO	9.00	35.00	315.00
PANTALLAS DE TECHO	9.00	150.00	1,350.00
PAPELERA DE MADERA	9.00	25.00	225.00
RACK PARA TELEVISOR	9.00	120.00	1,080.00
SILLON DE MADERA C/ BRAZOS	18.00	200.00	3,600.00
			<b>44,710.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES: LAVANDERIA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MESA DE MADERA P/ PLANCHADO	2.00	250.00	500.00
BALDE DE PLASTICO	4.00	15.00	60.00
TINA DE PLASTICO	4.00	20.00	80.00
BANCO DE MADERA	2.00	30.00	60.00
CESTAS DE ROPA DE PLASTICO	4.00	20.00	80.00
			<b>780.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES: OTRAS AREAS</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MUEBLE DE 1.40m x 0.50m P/ HALL	5.00	500.00	2,500.00
			<b>2,500.00</b>

*Fuente: elaboración propia*

#### 5.8.4.2 Requerimiento de personal

**Gerente General - Administrador.** - La administración de la empresa se encargará a un socio de experiencia reconocida y de bastante responsabilidad, en caso de no existir este personal tendrá que requerirse a través de un proceso; este administrador representará en todos los asuntos relativos a su objeto.

**Recepcionista.** - Persona con experiencia en el trato al público, recepciona a los turistas brindando todo tipo de información con amabilidad y cortesía hasta el término de su estadía en el albergue.

**Personal Especializado.** - Tipo Trainer para el Gimnasio, para Aromaterapias y Relajación, debiendo coordinar con la oficina de recepción para que les indique cuales son los servicios a atender.

**De Limpieza.** - Persona encargado de la limpieza dentro y fuera del local.

**De Vigilancia.** - Persona encargada de la vigilancia interna y externa.

### 5.9 Inversiones

La decisión de llevar adelante un proyecto significa asignar a su realización la cantidad de variados recursos, los que se agrupan en dos grandes rubros:

- Recursos necesarios para su instalación.
- Recursos necesarios para la etapa de funcionamiento.

Los recursos necesarios en la instalación del proyecto, lo constituyen el capital fijo y lo que se requiere para el funcionamiento del mismo lo constituye el capital de trabajo.

Las Inversiones son los desembolsos que los inversionistas aportan para la ejecución del proyecto, se clasifica en:

## 5.9.2 Inversión fija

Son los recursos necesarios para la instalación del proyecto y está constituido por:

### 5.9.2.1 Inversión fija tangible

Son aquellos bienes que se caracterizan por su materialidad y están sujetos a depreciaciones, tales como equipos, muebles y enseres, construcciones, etc.

**Cuadro N° 5. Costos de terrenos y obras civiles para Runakay Spa Ecológico.**

TERRENOS Y OBRAS CIVILES				
CONCEPTO	UNIDAD	METRADOS	C. U.	COSTO TOTAL
I. TERRENOS	M2	500.00	800.00	400,000.00
II. OBRAS CIVILES				
CONSTRUCCION SPA (Oficina Administrativa y Cafetería; Sala de Tratamientos con SS.HH., Sala de espera y recepción; Gimnasio; Piscina temperada con duchas y SS.HH.; Almacenes y Estacionamiento)				274,453.29
TRABAJOS PRELIMINARES			225.40	
MOVIMIENTO DE TIERRAS			3,259.90	
OBRAS DE CONCRETO SIMPLE			23,272.50	
OBRAS DE CONCRETO ARMADO			65,200.72	
COBERTURA Y ESTRUCTURAS DE MADERA			18,743.75	
MUROS, TABIQUES Y ALBAÑILERIA			8,016.34	
REVOQUES Y ENLUCIDOS			7,766.00	
CIELORRASOS			4,805.25	
PISOS Y PAVIMENTOS			18,385.20	
CONTRAZOCALOS			974.38	
ZOCALOS Y MUROS DE CERAMICO			1,746.98	
CARPINTERIA DE MADERA			4,842.00	
CARPINTERIA METALICA			3,113.38	
CERRAJERIA			758.34	
VIDRIOS			1,547.05	
PINTURA			4,576.39	
APARATOS Y ACCESORIOS SANITARIOS			1,500.00	
INSTALACIONES SANITARIOS			1,563.91	
PISCINA (Inc. Instalación)			66,600.00	
SISTEMA DE AGUA FRIA			487.50	
INSTALACIONES ELECTRICAS (Inc. Postes)			23,000.00	
TABLEROS			406.32	
FLETES			13,662.00	
III. INFRAESTRUCTURA COMPLEMENTARIA				28,000.00
ACONDICIONAMIENTO DE PISCINA TEMPERADA			15,000.00	
CAFETERIA			7,500.00	
ALMACENES			2,000.00	
AREA DE LIMPIEZA / VIGILANCIA			3,500.00	
<b>TOTAL TERRENOS Y OBRAS CIVILES</b>				<b>702,453.29</b>

*Fuente: elaboración propia*

### 5.9.2.2 Inversión fija intangible

Son servicios o derechos adquiridos y como tales no están sujetos a desgastes, (partidas no físicas) como son, diseños arquitectónicos, estudio de impacto ambiental, gastos de operación, gastos de organización, investigación y desarrollo.

**Cuadro N° 6. Resumen de inversión fija Intangible para Runakay Spa Ecológico.**

INVERSION FIJA INTANGIBLE	
DESCRIPCION	TOTAL
DISEÑOS DEFINITIVOS	10,000.00
ESTUDIOS ARQUITECTONICOS	5,000.00
ESTUDIOS DE IMPACTO AMBIENTAL	1,000.00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	1,500.00
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	500.00
<b>TOTAL INVERSION FIJA INTANGIBLE</b>	<b>18,000.00</b>

*Fuente: elaboración propia*

### 5.9.3 Capital de trabajo

Viene a ser el efectivo necesario para atender las necesidades del proyecto. Lo constituyen las inversiones que permitan atender la obligación corriente en el normal desenvolvimiento de la operación del SPA durante el periodo inicial. En este rubro consideramos sueldos y salarios, materiales directos, servicios de luz, agua, teléfono y telecable, servicios de contabilidad, entre otros.

**Cuadro N° 7. Costos de inversión de capital de trabajo para  
Runakay Spa Ecológico.**

CAPITAL DE TRABAJO						
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD AL MES	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
<b>I.1. MATERIAL DIRECTO</b>				<b>8,400.00</b>	<b>8,400.00</b>	<b>0.00</b>
DE SERVICIO SALA DE TRATAMIENTOS	GLB	1.00	250.00	3,000.00	3,000.00	
DE SERVICIO EN GIMNASIO	GLB	1.00	250.00	3,000.00	3,000.00	
DE SERVICIO PISCINA/JACUZZIS	GLB	1.00	200.00	2,400.00	2,400.00	
<b>I.2. OTROS MATERIALES</b>				<b>6,360.00</b>	<b>0.00</b>	<b>6,360.00</b>
MATERIAL PARA CAFETERÍA	GLB	1.00	150.00	1,800.00		1,800.00
MATERIAL PARA MANTENIMIENTO	GLB	1.00	150.00	1,800.00		1,800.00
MATERIAL DE OFICINA	GLB	1.00	180.00	2,160.00		2,160.00
MATERIAL PARA RECEPCION	GLB	1.00	50.00	600.00		600.00
<b>I.3 PERSONAL Y SERVICIOS</b>				<b>179,031.67</b>	<b>170,631.67</b>	<b>8,400.00</b>
GERENTE GENERAL	Personal	1.00	40,750.00	47,541.67	47,541.67	
RECEPCIONISTA	Personal	1.00	14,670.00	17,115.00	17,115.00	
PERSONAL ESPECIALIZADO	Personal	3.00	73,350.00	85,575.00	85,575.00	
DE LIMPIEZA	Personal	1.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	
DE VIGILANCIA	Personal	1.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	
SERV. PUBLICIDAD Y PROMOCION	GLB	1.00	100.00	1,200.00		1,200.00
SERV. MANT. EQUIPOS	GLB	1.00	200.00	2,400.00		2,400.00
SERV. DE LUZ	GLB	1.00	200.00	2,400.00		2,400.00
SERV. DE AGUA	GLB	1.00	100.00	1,200.00		1,200.00
SERV. DE TELEFONIA - TELECABLE	GLB	1.00	100.00	1,200.00		1,200.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>				<b>193,791.67</b>	<b>179,031.67</b>	<b>14,760.00</b>

*Fuente: elaboración propia*

#### 5.9.4 Calendario de inversiones

**Cuadro N° 8. Costos de inversiones según la programación mensual de Runakay Spa Ecológico**

PROGRAMA DE INVERSIONES															
CONCEPTO	MESES												TOTAL	%	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
<b>I. INVERSION FIJA</b>														<b>983,426.29</b>	<b>29.62</b>
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE														965,426.29	
I.1.1. TERRENOS Y OBRAS CIVILES	702,453.29													702,453.29	
I.1.2. MAQUINARIA Y MOBILIARIO	65,325.00													65,325.00	
I.1.3. EQUIPAMIENTO e IMPLEMENTOS	132,323.00													132,323.00	
I.1.4. MUEBLES Y ENSERES	65,325.00													65,325.00	
I.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE	18,000.00													18,000.00	
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>193,791.67</b>	<b>2,325,500.00</b>	<b>70.03</b>
<b>III. IMPREVISTOS ( 1 % )</b>	<b>11,772.18</b>													<b>11,772.18</b>	<b>0.35</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>1,188,990.13</b>	<b>193,791.67</b>	<b>3,320,698.47</b>	<b>100.00</b>											

*Fuente: elaboración propia*

## 5.10 Financiamiento

### 5.10.2 Financiamiento

El financiamiento de un proyecto consiste en seleccionar a la fuente de financiamiento más conveniente para el inversionista, de tal manera que se obtenga el menor costo por el uso del capital ajeno y además se ajusta a la disponibilidad de los requerimientos.

#### 5.10.2.1 Fuentes de financiamiento

Para el presente proyecto se recurrirá al financiamiento externo a través del Banco de Crédito.

#### 5.10.2.2 Estructura del financiamiento

La implementación del presente proyecto requiere de un monto de S/. 1'188,990.13 de los cuales considerando un aporte propio de S/. 323,513.47 equivalente al 27.2% de la inversión total, el 72.8% restante será el monto a financiar equivalente a S/. 865,476.67

**Cuadro N° 9: Estructura de financiamiento según los costos de inversión en el Runakay Spa Ecológico**

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO			
CONCEPTO	PRESTAMO	APORTE PROPIO	TOTAL
<b>I. INVERSION FIJA</b>	<b>846,097.50</b>	<b>137,328.79</b>	<b>983,426.29</b>
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE	0.00	18,000.00	18,000.00
I.1.1. TERRENOS Y OBRAS CIVILES	593,221.80	109,231.49	702,453.29
I.1.2. MAQUINARIA Y MOBILIARIO	58,792.50	6,532.50	65,325.00
I.1.3. EQUIPAMIENTO e IMPLEMENTOS	119,090.70	13,232.30	132,323.00
I.1.4. MUEBLES Y ENSERES	58,792.50	6,532.50	65,325.00
I.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE	16,200.00	1,800.00	18,000.00
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>19,379.17</b>	<b>174,412.50</b>	<b>193,791.67</b>
<b>III. IMPREVISTOS ( 1 % )</b>	<b>0.00</b>	<b>11,772.18</b>	<b>11,772.18</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>865,476.67</b>	<b>323,513.47</b>	<b>1,188,990.13</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>72.8%</b>	<b>27.2%</b>	<b>100.00</b>

*Fuente: elaboración propia*

#### 5.10.2.3 Selección de la fuente de financiamiento

Los Bancos forman parte del mercado de dinero, pues su función es promocionar las transacciones comerciales en el corto plazo. El Banco seleccionado como fuente para hacer realidad nuestro proyecto es el Banco de Crédito.

**Cuadro N° 10. Comparación para la selección de la fuente financiamiento para Runakay Spa Ecológico**

<b>PRESTAMO BANCO PRIVADO</b>											
TASA DE INTERES NOMINAL				0.16							
TASA DE INTERES EFECTIVA				0.14							
TASA DE INTERES SEMESTRAL				0.07		1.10%					
PERIODO DE PAGO ACTIVOS FIJOS ( ANUALES)				10.00							
PERIODO DE PAGO CAPITAL DE TRABAJO ( ANUAL)				8.00							
PERIODO DE AMORTIZACIÓN ACTIVOS FIJOS				8.00							
PERIODO DE AMORTIZACION CAPITAL DE TRABAJO				7.00							
PERIODO DE GRACIA PARCIAL ACTIVOS FIJOS				2.00							
PERIODO DE GRACIA PARCIAL CAPITAL DE TRABAJO				1.00							
PRESTAMO ACTIVO FIJO				846,097.50							
PRESTAMO CAPITAL DE TRABAJO				19,379.17		57,287	57,287	140,438	140,438	140,438	140,438
FACTOR DE RECUPERACION DEL CAPITAL ( ACTIVO FIJO)				0.17							
FACTOR DE RECUPERACION DEL CAPITAL ( CAPITAL DE TRABAJO)				0.18							
<b>SERVICIO DE DEUDA</b>											
<b>CONCEPTO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>											
PRINCIPAL INICIO	846,098	846,098	846,098	846,098	762,947	674,166	579,375	478,165	370,103	254,723	131,532
AMORTIZACION		0	0	83,151	88,781	94,792	101,210	108,062	115,379	123,191	131,532
INTERES		57,287	57,287	57,287	51,657	45,646	39,228	32,376	25,059	17,247	8,906
SERVICIO DE DEUDA		57,287	57,287	140,438	140,438	140,438	140,438	140,438	140,438	140,438	140,438
PRINCIPAL FINAL	846,098	846,098	846,098	762,947	674,166	579,375	478,165	370,103	254,723	131,532	0
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>											
PRINCIPAL INICIO	19,379	19,379	19,379	17,124	14,716	12,146	9,401	6,470	3,341		
AMORTIZACION		0	2,255	2,408	2,571	2,745	2,931	3,129	3,341		
INTERES		1,312	1,312	1,159	996	822	637	438	226		
SERVICIO DE DEUDA		1,312	3,567	3,567	3,567	3,567	3,567	3,567	3,567		
PRINCIPAL FINAL	19,379	19,379	17,124	14,716	12,146	9,401	6,470	3,341	0		
<b>ESCUDO FISCAL</b>		17,580	17,580	17,534	15,796	13,941	11,959	9,844	7,586	5,174	2,672
<b>FINANCIAMIENTO NETO</b>	865,477	-41,020	-43,275	-126,471	-128,209	-130,065	-132,046	-134,161	-136,420	-135,264	-137,766
COK ( ANUAL)	0.12			COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL							
ELEMENTO CONCESIONAL											
VANF	273,234										
TASA EFECTIVA de DESCUENTO (TE ó TIR)	4.74%		ELEGIDO								

<b>PRESTAMO CAJA MUNICIPAL</b>											
TASA DE INTERES NOMINAL	0.19										
TASA DE INTERES EFECTIVA	0.20										
TASA DE INTERES SEMESTRAL	0.10										
PERIODO DE PAGO ACTIVOS FIJOS ( SEMESTRES)	10.00										
PERIODO DE PAGO CAPITAL DE TRABAJO ( SEMESTRE)	8.00										
PERIODO DE AMORTIZACIÓN ACTIVOS FIJOS	8.00										
PERIODO DE AMORTIZACION CAPITAL DE TRABAJO	7.00										
PERIODO DE GRACIA PARCIAL ACTIVOS FIJOS	2.00										
PERIODO DE GRACIA PARCIAL CAPITAL DE TRABAJO	1.00										
PRESTAMO ACTIVO FIJO	0.00										
PRESTAMO CAPITAL DE TRABAJO	0.00										
FACTOR DE RECUPERACION DEL CAPITAL ( ACTIVO FIJO)	0.18										
FACTOR DE RECUPERACION DEL CAPITAL ( CAPITAL DE TRABAJO)	0.20										
CONCEPTO/SEMESTRE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVO FIJO</b>											
PRINCIPAL INICIO	846,098	846,098	846,098	846,098	770,878	688,479	598,215	499,336	391,020	272,365	142,386
AMORTIZACION		0	0	75,220	82,399	90,264	98,879	108,316	118,655	129,980	142,386
INTERES		80,756	80,756	80,756	73,577	65,712	57,097	47,659	37,321	25,996	13,590
SERVICIO DE DEUDA		80,756	80,756	155,976	155,976	155,976	155,976	155,976	155,976	155,976	155,976
PRINCIPAL FINAL	846,098	846,098	846,098	770,878	688,479	598,215	499,336	391,020	272,365	142,386	0
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>											
PRINCIPAL INICIO	19,379	19,379	19,379	17,308	15,039	12,553	9,830	6,847	3,579		
AMORTIZACION		0	2,071	2,269	2,486	2,723	2,983	3,268	3,579		
INTERES		1,850	1,850	1,652	1,435	1,198	938	654	342		
SERVICIO DE DEUDA		1,850	3,921	3,921	3,921	3,921	3,921	3,921	3,921		
PRINCIPAL FINAL	19,379	19,379	17,308	15,039	12,553	9,830	6,847	3,579	0		
<b>ESCUDO FISCAL</b>		24,782	24,782	24,722	22,504	20,073	17,410	14,494	11,299	7,799	4,077
<b>FINANCIAMIENTO NETO</b>	865,477	-57,824	-59,895	-135,174	-137,393	-139,824	-142,486	-145,403	-148,598	-148,177	-151,899
COK ( SEMESTRAL)	0.10										
ELEMENTO CONCESIONAL											
VANF	135,419										
TASA EFECTIVA de DESCUENTO (TE ó TIR)	6.68%										

*Fuente: elaboración propia*

Al comparar ambas fuentes de financiamiento, tanto de la banca privada, así como de una caja municipal, se tiene que la tasa efectiva de descuento es  $4.74 < 6.68$ ; por lo que se prefiere el financiamiento de la banca privada, para nuestro caso del banco de Crédito.

### 5.10.3 Condiciones del préstamo

- El Banco de Crédito a una tasa de acuerdo a la naturaleza del proyecto para el presente estudio se establece a una tasa de interés del 18% efectiva anual, y del 17% como tasa efectiva nominal.
- El monto del crédito será en moneda nacional que asciende a S/. 865,476.67 para financiar el 72.8% de la inversión.
- El plazo para el desembolso total del préstamo es de 10 años.
- La forma de pago es por mes vencido.

**Fuente de financiamiento:** Se utilizará la línea del crédito del Banco de Crédito, cuyas condiciones son las siguientes:

- |                                   |   |                |
|-----------------------------------|---|----------------|
| - Plazo                           | : | 10 años        |
| - Periodo de pago                 | : | mes vencido    |
| - N° de cuotas activo fijo        | : | 10             |
| - N° de cuotas capital de trabajo | : | 8              |
| - Interés efectivo anual          | : | 16%            |
| - Interés efectivo mensual        | : | 1.10%          |
| - El monto a cubrir               | : | S/. 846,097.50 |

## 5.11 Presupuesto de ingresos y egresos

### 3.15.1 Ingresos

**Cuadro N° 11. Determinación de los precios de venta con una proyección de ventas en 10 años en Runkay Spa Ecológico**

PROGRAMA DE VENTAS (En Nuevos Soles S/.)												
ACTIVIDADES A REALIZAR (26 días al mes)	COSTO por SERVICIO al DÍA en S/.	MAXIMA OCUPABILIDAD AL DIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
			30%	45%	60%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Saunas	30.00	9	25,272.00	37,908.00	50,544.00	63,180.00	84,240.00	84,240.00	84,240.00	84,240.00	84,240.00	84,240.00
Baños a vapor	30.00	9	25,272.00	37,908.00	50,544.00	63,180.00	84,240.00	84,240.00	84,240.00	84,240.00	84,240.00	84,240.00
Masoterapia	30.00	25	70,200.00	105,300.00	140,400.00	175,500.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00
Relajación	30.00	25	70,200.00	105,300.00	140,400.00	175,500.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00
Aromaterapia	30.00	25	70,200.00	105,300.00	140,400.00	175,500.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00
Gimnasio	30.00	50	140,400.00	210,600.00	280,800.00	351,000.00	468,000.00	468,000.00	468,000.00	468,000.00	468,000.00	468,000.00
Tratamiento facial	30.00	30	84,240.00	126,360.00	168,480.00	210,600.00	280,800.00	280,800.00	280,800.00	280,800.00	280,800.00	280,800.00

*Fuente: elaboración propia*

**Cuadro N° 12. Presupuestos de ventas con una proyección de ventas en 10 años en Runakay Spa Ecológico**

PRESUPUESTO DE INGRESOS ( NUEVOS SOLES )										
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS POR ACTIVIDADES	485,784.00	728,676.00	971,568.00	1,214,460.00	1,619,280.00	1,619,280.00	1,619,280.00	1,619,280.00	1,619,280.00	1,619,280.00
VENTAS DEL CAFETIN*	31,200.00	31,200.00	31,200.00	31,200.00	31,200.00	31,200.00	31,200.00	31,200.00	31,200.00	31,200.00
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>516,984.00</b>	<b>759,876.00</b>	<b>1,002,768.00</b>	<b>1,245,660.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>

\* Se proyecta ventas de S/. 100.00 diarios x N° de días al año

*Fuente: elaboración propia*

### 5.15.2. Egresos

**Cuadro N° 13. Costos de egresos en requerimiento y remuneración del personal en Runakay Spa Ecológico**

REQUERIMIENTOS Y REMUNERACION DEL PERSONAL											
PERSONAL	CANT.	LEYES SOCIALES					TOTAL S/.	TOTAL ANUAL	GRATIFICACIONES	TOTAL REM.ANUAL S/.	TOTAL REM.ANUAL \$
		HABER	ESSALUD	Acc. Trab	AFP	CTS					
		BASICO	0.13	0.03	0.115	0.08333					
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>											
GERENTE GENERAL	1	2,500.00	325.00	75.00	287.50	208.33	3,395.83	40,750.00	6,791.67	47,541.67	13,583.33
RECEPCIONISTA	1	900.00	117.00	27.00	103.50	75.00	1,222.50	14,670.00	2,445.00	17,115.00	4,890.00
PERSONAL ESPECIALIZADO	3	1,500.00	195.00	45.00	172.50	125.00	6,112.50	73,350.00	12,225.00	85,575.00	24,450.00
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>											
DE LIMPIEZA	1	850.00					850.00	10,200.00		10,200.00	2,914.29
DE VIGILANCIA	1	850.00					850.00	10,200.00		10,200.00	2,914.29
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>6,600.00</b>	<b>637.00</b>	<b>147.00</b>	<b>563.50</b>	<b>408.33</b>	<b>12,430.83</b>	<b>149,170.00</b>	<b>21,461.67</b>	<b>170,631.67</b>	<b>48,751.90</b>

*Fuente: elaboración propia*

**Cuadro N° 14. Resumen de costos de equipamientos e implementos del spa según la distribución de las áreas en Runakay Spa Ecológico.**

<b>RESUMEN DE EQUIPAMIENTOS e IMPLEMENTOS del SPA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
EQUIPAMIENTOS e IMPLEMENTOS	1.00	132,323.00	132,323.00

<b>RESUMEN DE MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MUEBLES Y ENSERES: RECEPCION / CAJA	1.00	5,200.00	5,200.00
MUEBLES Y ENSERES: OFICINA ADMINISTRATIVA	1.00	2,265.00	2,265.00
MUEBLES Y ENSERES: SALA DE ESPERA	1.00	1,775.00	1,775.00
MUEBLES Y ENSERES: CAFETERIA	1.00	3,195.00	3,195.00
MUEBLES Y ENSERES: COCINA	1.00	4,900.00	4,900.00
MUEBLES Y ENSERES: HABITACIONES	1.00	44,710.00	44,710.00
MUEBLES Y ENSERES: LAVANDERIA	1.00	780.00	780.00
MUEBLES Y ENSERES: OTRAS AREAS	1.00	2,500.00	2,500.00
			<b>65,325.00</b>

*Fuente: elaboración propia*

**Cuadro N° 15. Resumen de depreciación del activo Fijo tangible en la proyección de los 10 años en Runakay Spa Ecológico.**

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO TANGIBLE Y AMORTIZACIÓN POR CARGAS DIFERIDAS														
CONCEPTO	d	DEPRECIACIÓN										VALOR	VALOR	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	RESIDUAL	MERCADO	
<b>I. ACTIVO NO DEPRECIADO</b>														
I.1.1. TERRENOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	400,000.00	400,000.00
<b>II. DEPRECIACIÓN ACTIVO FIJO TANGIBLE</b>		<b>53,903.40</b>	<b>53,903.40</b>	<b>53,903.40</b>	<b>53,903.40</b>	<b>53,903.40</b>	<b>49,983.90</b>	<b>49,983.90</b>	<b>49,983.90</b>	<b>49,983.90</b>	<b>49,983.90</b>	<b>49,983.90</b>		
I.1.1. TERRENOS Y OBRAS CIVILES	0.03	21,073.60	21,073.60	21,073.60	21,073.60	21,073.60	21,073.60	21,073.60	21,073.60	21,073.60	21,073.60	21,073.60	376,619.72	250,000.00
I.1.2. MAQUINARIA Y MOBILIARIO	0.20	13,065.00	13,065.00	13,065.00	13,065.00	13,065.00	9,145.50	9,145.50	9,145.50	9,145.50	9,145.50	9,145.50	0.00	4,000.00
I.1.3. EQUIPAMIENTO e IMPLEMENTOS	0.10	13,232.30	13,232.30	13,232.30	13,232.30	13,232.30	13,232.30	13,232.30	13,232.30	13,232.30	13,232.30	13,232.30	66,161.50	7,000.00
I.1.4. MUEBLES Y ENSERES	0.10	6,532.50	6,532.50	6,532.50	6,532.50	6,532.50	6,532.50	6,532.50	6,532.50	6,532.50	6,532.50	6,532.50	0.00	200.00
<b>III. AMORTIZACIÓN POR CARGAS DIFERIDAS</b>		<b>1,800.00</b>												
II.1. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	0.10	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00		
<b>TOTAL ( II + III)</b>		<b>55,703.40</b>	<b>55,703.40</b>	<b>55,703.40</b>	<b>55,703.40</b>	<b>55,703.40</b>	<b>51,783.90</b>	<b>51,783.90</b>	<b>51,783.90</b>	<b>51,783.90</b>	<b>51,783.90</b>	<b>51,783.90</b>	<b>442,781.22</b>	<b>261,200.00</b>

*Fuente: elaboración propia*

**Cuadro N° 16. Costos de terrenos y obras civiles para la construcción de Runakay Spa Ecológico.**

<b>TERRENOS Y OBRAS CIVILES</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>METRADOS</b>	<b>C. U.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>I. TERRENOS</b>	M2	500.00	800.00	<b>400,000.00</b>
<b>II. OBRAS CIVILES</b>				
<b>CONSTRUCCION SPA (Oficina Administrativa y Cafetería; Sala de Tratamientos con SS.HH., Sala de espera y recepción; Gimnasio; Piscina temperada con duchas y SS.HH.; Almacenes y Estacionamiento</b>				<b>274,453.29</b>
TRABAJOS PRELIMINARES			225.40	
MOVIMIENTO DE TIERRAS			3,259.90	
OBRAS DE CONCRETO SIMPLE			23,272.50	
OBRAS DE CONCRETO ARMADO			65,200.72	
COBERTURA Y ESTRUCTURAS DE MADERA			18,743.75	
MUROS, TABIQUES Y ALBAÑILERIA			8,016.34	
REVOQUES Y ENLUCIDOS			7,766.00	
CIELORRASOS			4,805.25	
PISOS Y PAVIMENTOS			18,385.20	
CONTRAZOCALOS			974.38	
ZOCALOS Y MUROS DE CERAMICO			1,746.98	
CARPINTERIA DE MADERA			4,842.00	
CARPINTERIA METALICA			3,113.38	
CERRAJERIA			758.34	
VIDRIOS			1,547.05	
PINTURA			4,576.39	
APARATOS Y ACCESORIOS SANITARIOS			1,500.00	
INSTALACIONES SANITARIOS			1,563.91	
PISCINA (Inc. Instalación)			66,600.00	
SISTEMA DE AGUA FRIA			487.50	
INSTALACIONES ELECTRICAS (Inc. Postes)			23,000.00	
TABLEROS			406.32	
FLETES			13,662.00	
<b>III. INFRAESTRUCTURA COMPLEMENTARIA</b>				<b>28,000.00</b>
ACONDICIONAMIENTO DE PISCINA TEMPERADA			15,000.00	
CAFETERÍA			7,500.00	
ALMACENES			2,000.00	
AREA DE LIMPIEZA / VIGILANCIA			3,500.00	
<b>TOTAL TERRENOS Y OBRAS CIVILES</b>				<b>702,453.29</b>

*Fuente: elaboración propia*

**Cuadro N° 17. Resumen de presupuestos de egresos por año de Runakay Spa Ecológico.**

PRESUPUESTO DE EGRESOS										
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>I. COSTOS de PRODUCCIÓN</b>	187,792	187,792	187,792	187,792	187,792	187,792	187,792	187,792	187,792	187,792
<b>I.1. COSTOS DIRECTOS</b>	185,392	185,392	185,392	185,392	185,392	185,392	185,392	185,392	185,392	185,392
I.1. MATERIALES DIRECTOS	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400
I.2. OTROS MATERIALES	6,360	6,360	6,360	6,360	6,360	6,360	6,360	6,360	6,360	6,360
I.3. MANO DE OBRA DIRECTA	170,632	170,632	170,632	170,632	170,632	170,632	170,632	170,632	170,632	170,632
<b>I.2. COSTOS INDIRECTOS</b>	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
II.1. MATERIAL INDIRECTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II.2. OTROS COSTOS INDIRECTOS	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
<b>II. GASTOS de OPERACIÓN</b>	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
I. GASTOS DE VENTAS	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
II. GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
<b>III. DEPRECIACIÓN de ACT. FIJO y AMORTIZACION</b>	55,703	55,703	55,703	55,703	55,703	51,784	51,784	51,784	51,784	51,784
<b>IV. GASTOS FINANCIEROS</b>	58,720	58,720	58,567	52,774	46,589	39,985	32,934	25,405	17,367	9,026
INTERÉS PRESTAMO	58,600	58,600	58,447	52,654	46,469	39,865	32,814	25,285	17,247	8,906
MANTENIMIENTO, PORTES, SEGUROS y COMISIONES	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>308,215</b>	<b>308,215</b>	<b>308,062</b>	<b>302,269</b>	<b>296,084</b>	<b>285,560</b>	<b>278,509</b>	<b>270,981</b>	<b>262,942</b>	<b>254,601</b>

*Fuente: elaboración propia*

## **5.16. Análisis económico y financiero**

### **5.16.1. Estados financieros**

El Estado de ganancias y pérdidas, es el estado financiero mediante el cual se puede determinar el monto de las utilidades de la empresa.

Es un elemento de análisis de suma importancia porque nos informa sobre las operaciones efectuadas de una empresa en un periodo determinado.

Conocido como estado de resultados, nos indica el resultado de las operaciones del proyecto durante un periodo de tiempo determinado, siendo conceptualizado como una medida de flujo de salida y entrada de recursos financieros.

#### **5.16.1.1. Estados de pérdidas y ganancias**

El cuadro siguiente representa la estructura de ingresos y egresos del proyecto del año 1 al año 10, que nos expresa la acción dinámica de los recursos movilizados por el proyecto, nos han dado como resultado, ganancias desde el primer año, aunque mínimas.

**Cuadro N° 18. Estado de ganancias y pérdidas con la proyección de 10 años en Runakay Spa Ecológico.**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS	516,984.00	759,876.00	1,002,768.00	1,245,660.00	1,650,480.00	1,650,480.00	1,650,480.00	1,650,480.00	1,650,480.00	1,650,480.00
- COSTOS DE PRODUCCIÓN	187,791.67	187,791.67	187,791.67	187,791.67	187,791.67	187,791.67	187,791.67	187,791.67	187,791.67	187,791.67
UTILIDAD BRUTA	329,192.33	572,084.33	814,976.33	1,057,868.33	1,462,688.33	1,462,688.33	1,462,688.33	1,462,688.33	1,462,688.33	1,462,688.33
- GASTOS DE OPERACIÓN	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
GASTOS DE VENTA	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00
- DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. POR C.D	55,703.40	55,703.40	55,703.40	55,703.40	55,703.40	51,783.90	51,783.90	51,783.90	51,783.90	51,783.90
UTILIDAD OPERATIVA	267,488.93	510,380.93	753,272.93	996,164.93	1,400,984.93	1,404,904.43	1,404,904.43	1,404,904.43	1,404,904.43	1,404,904.43
- GASTOS FINANCIEROS	58,719.54	58,719.54	58,566.86	52,773.89	46,588.69	39,984.71	32,933.59	25,405.05	17,366.77	9,025.76
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	208,769.39	451,661.39	694,706.08	943,391.04	1,354,396.24	1,364,919.72	1,371,970.85	1,379,499.38	1,387,537.67	1,395,878.67
- IMPUESTO A LA RENTA ( 10 % ) *	20,876.94	45,166.14	69,470.61	94,339.10	135,439.62	136,491.97	137,197.08	137,949.94	138,753.77	139,587.87
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	187,892.45	406,495.25	625,235.47	849,051.94	1,218,956.62	1,228,427.75	1,234,773.76	1,241,549.45	1,248,783.90	1,256,290.81
* Art. 12 de la Ley N° 27037: Ley de Promoción de Inversión de la Amazonia										
UTILIDAD MENSUAL (Después de Impuestos)	15,657.70	33,874.60	52,102.96	70,754.33	101,579.72	102,368.98	102,897.81	103,462.45	104,065.32	104,690.90

*Fuente: elaboración propia*

### 5.16.1.2. Flujo de caja

Es un estado o instrumento financiero indicado en forma preferencial en la evaluación económica y financiera, nos refleja los ingresos generados y los egresos de dinero por el lado de los costos, para un periodo establecido.

**Cuadro N° 19. Flujo de caja económico y financiero con la proyección de 10 años en Runakay Spa Ecológico.**

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO											
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>I. INGRESOS</b>	<b>0.00</b>	<b>516,984.00</b>	<b>759,876.00</b>	<b>1,002,768.00</b>	<b>1,245,660.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,650,480.00</b>	<b>1,911,680.00</b>
INGRESOS POR VENTA		516,984.00	759,876.00	1,002,768.00	1,245,660.00	1,650,480.00	1,650,480.00	1,650,480.00	1,650,480.00	1,650,480.00	1,650,480.00
VALOR RESIDUAL											261,200.00
<b>II. EGRESOS</b>	<b>-1,188,990.13</b>	<b>-214,668.61</b>	<b>-238,957.81</b>	<b>-263,262.27</b>	<b>-288,130.77</b>	<b>-329,231.29</b>	<b>-330,283.64</b>	<b>-330,988.75</b>	<b>-331,741.61</b>	<b>-332,545.43</b>	<b>-333,379.53</b>
II.1. INVERSION TOTAL	-1,188,990.13										
II.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN		-187,791.67	-187,791.67	-187,791.67	-187,791.67	-187,791.67	-187,791.67	-187,791.67	-187,791.67	-187,791.67	-187,791.67
II.3. GASTOS DE OPERACIÓN		-6,000.00	-6,000.00	-6,000.00	-6,000.00	-6,000.00	-6,000.00	-6,000.00	-6,000.00	-6,000.00	-6,000.00
II.4. IMPUESTO A LA RENTA		-20,876.94	-45,166.14	-69,470.61	-94,339.10	-135,439.62	-136,491.97	-137,197.08	-137,949.94	-138,753.77	-139,587.87
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-1,188,990.13</b>	<b>302,315.39</b>	<b>520,918.19</b>	<b>739,505.73</b>	<b>957,529.23</b>	<b>1,321,248.71</b>	<b>1,320,196.36</b>	<b>1,319,491.25</b>	<b>1,318,738.39</b>	<b>1,317,934.57</b>	<b>1,578,300.47</b>
PRESTAMO	865,476.67										
SERVICIO DE DEUDA		-58,599.54	-60,854.60	-144,005.16	-144,005.16	-144,005.16	-144,005.16	-144,005.16	-144,005.16	-140,437.98	-140,437.98
AMORTIZACIÓN		0.00	-2,255.06	-85,558.30	-91,351.27	-97,536.47	-104,140.45	-111,191.57	-118,720.11	-123,191.21	-131,532.22
INTERES		-58,599.54	-58,599.54	-58,446.86	-52,653.89	-46,468.69	-39,864.71	-32,813.59	-25,285.05	-17,246.77	-8,905.76
MANTENIMIENTO , PORTES, SEGUROS Y COMISIONES		-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-323,513.47</b>	<b>243,595.85</b>	<b>459,943.59</b>	<b>595,380.56</b>	<b>813,404.07</b>	<b>1,177,123.55</b>	<b>1,176,071.20</b>	<b>1,175,366.09</b>	<b>1,174,613.23</b>	<b>1,177,376.59</b>	<b>1,437,742.49</b>
APORTE DE CAPITAL	323,513.47										
SALDO DE CAJA RESIDUAL	0.00	243,595.85	459,943.59	595,380.56	813,404.07	1,177,123.55	1,176,071.20	1,175,366.09	1,174,613.23	1,177,376.59	1,437,742.49
<b>SALDO DE CAJA ACUMULADA</b>	<b>0.00</b>	<b>243,595.85</b>	<b>703,539.44</b>	<b>1,298,920.00</b>	<b>2,112,324.07</b>	<b>3,289,447.62</b>	<b>4,465,518.82</b>	<b>5,640,884.91</b>	<b>6,815,498.14</b>	<b>7,992,874.73</b>	<b>9,430,617.21</b>
TASA DE DESCUENTO ECONOMICA	0.00078										
TASA DE DESCUENTO FINANCIERA	0.00066										
VANE	S/. 9,453,585.62										
VANF	S/. 9,066,394.76										
TIRE	54.18%										
TIRF	123.90%										

*Fuente: elaboración propia*

**Cuadro N° 20. Punto de equilibrio según el flujo de caja económico  
y financiero en Runakay Spa Ecológico.**

PERIODO	FCE	FAS	FCE ACTUAL	FCE ACUM.	FCE ACTUAL ACUM.
0	-1,188,990	1.0000	-1,188,990	-1,188,990	-1,188,990
1	242,946	0.9992	242,757	-946,044	-946,233
2	412,970	0.9985	412,330	-533,074	-533,902
3	582,994	0.9977	581,640	49,920	47,738
4	753,019	0.9969	750,688	802,939	798,426
5	1,036,393	0.9961	1,032,384	1,839,332	1,830,809
6	1,035,217	0.9954	1,030,413	2,874,549	2,861,223
7	1,035,217	0.9946	1,029,615	3,909,766	3,890,838
8	1,035,217	0.9938	1,028,817	4,944,983	4,919,655
9	1,035,217	0.9930	1,028,020	5,980,200	5,947,675
10	1,296,417	0.9923	1,286,407	7,276,617	7,234,082

*Fuente: elaboración propia*

El punto de equilibrio económico resulta en el año 9.

## **5.17. Evaluación económica y financiera**

### **5.17.1. Evaluación económica**

Es aquella que identifica los méritos intrínsecos del proyecto, independientemente. De la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que se necesita. Los flujos de costos y beneficios utilizados para este tipo de evaluación producen saldos anuales netos que constituyen los flujos económicos del proyecto que se utiliza para el cálculo de los correspondientes indicadores:

VAN económico, TIR económico y la relación Beneficio / Costo.

**Cuadro N° 21. Flujo de caja económico de Runakay Spa Ecológico.**

FLUJO DE CAJA ECONOMICO											
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>I. INGRESOS</b>	0	516,984	759,876	1,002,768	1,245,660	1,650,480	1,650,480	1,650,480	1,650,480	1,650,480	1,911,680
INGRESOS POR VENTA		516,984	759,876	1,002,768	1,245,660	1,650,480	1,650,480	1,650,480	1,650,480	1,650,480	1,650,480
VALOR RESIDUAL											261,200
<b>II. EGRESOS</b>	-1,188,990	-274,038	-346,906	-419,774	-492,641	-614,087	-615,263	-615,263	-615,263	-615,263	-615,263
II.1. INVERSION TOTAL	-1,188,990										
II.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN		-187,792	-187,792	-187,792	-187,792	-187,792	-187,792	-187,792	-187,792	-187,792	-187,792
II.3. GASTOS DE OPERACIÓN		-6,000	-6,000	-6,000	-6,000	-6,000	-6,000	-6,000	-6,000	-6,000	-6,000
II.4. IMPUESTO A LA RENTA		-80,247	-153,114	-225,982	-298,849	-420,295	-421,471	-421,471	-421,471	-421,471	-421,471
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>-1,188,990</b>	<b>242,946</b>	<b>412,970</b>	<b>582,994</b>	<b>753,019</b>	<b>1,036,393</b>	<b>1,035,217</b>	<b>1,035,217</b>	<b>1,035,217</b>	<b>1,035,217</b>	<b>1,296,417</b>
APOORTE DE CAPITAL	1,188,990										
SALDO DE CAJA RESIDUAL	0	242,946	412,970	582,994	753,019	1,036,393	1,035,217	1,035,217	1,035,217	1,035,217	1,296,417
<b>SALDO DE CAJA ACUMULADA</b>	<b>0</b>	<b>242,946</b>	<b>655,916</b>	<b>1,238,910</b>	<b>1,991,929</b>	<b>3,028,322</b>	<b>4,063,539</b>	<b>5,098,756</b>	<b>6,133,973</b>	<b>7,169,190</b>	<b>8,465,607</b>
TASA DE DESCUENTO ECONOMICA	0.00078		0.50								
VANE	S/. 7,234,081.53										
TIRE	45.22%		45.22%								
INGRESOS ACTUALIZADOS	S/. 13,622,191.21										
EGRESOS ACTUALIZADOS	(S/. 6,388,109.68)										
<b>BENEFICIO/COSTO</b>	<b>2.13</b>										

*Fuente: elaboración propia*

### **5.17.1 Valor actual neto económico (VANE)**

Llamado también valor presente neto (VPN) es la suma de los valores actualizados de costos y beneficios generales por el proyecto durante el horizonte de evaluación, o lo que es lo mismo, el VAN refleja el valor total actualizado de los beneficios o pérdidas netas que el proyecto es capaz de generar.

El rendimiento económico del proyecto es medido como valor actual neto de S/. 7'234,081.53

Teniendo en consideración que se aceptan como consistentes los proyectos que al ser actualizados los costos de oportunidad del capital su VAN es positivo, podemos afirmar que la factibilidad de este proyecto es consistente porque su VAN es positivo, lo que significa que el valor actual de los beneficios supera al de los costos.

#### **5.17.1.2. Tasa interna de retorno económico (TIRE)**

Llamada también tasa interna de recuperación (TIRE), se define como aquella tasa de descuento para la cual el VAN resulta igual a cero.

La rentabilidad del proyecto, medida como TIR es 45.22%, teniendo en cuenta que el costo de oportunidad del capital es del 12%, se puede inferir que el proyecto sí es factible económicamente, medido por este indicador.

### **5.17.2. Evaluación financiera**

Se denomina así a toda evaluación que a diferencia de la económica si se toma en consideración la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros necesarios para el proyecto, así como la manera de cómo se contribuye los beneficios netos que este genere.

Se realizan a precios de mercado y los flujos de costos y beneficios pertinentes para este tipo de evaluación generen saldos netos por periodo, que contribuyan a los flujos financieros del proyecto.

Dichos flujos son la materia prima utilizada para el cálculo de los indicadores correspondientes: VANF y la TIRF.

Para la evaluación financiera del proyecto en estudio basta con añadir a la lista anterior los préstamos a los beneficios y a los costos los pagos por servicio a la deuda y el impuesto a la renta.

#### **5.17.2.1 Valor actual neto financiero (VANF)**

Se determina para el proyecto un valor neto financiero de S/. 9'096,394.76 que significa que el valor actual de los beneficios supera al de los costos.

La rentabilidad del proyecto, medida como TIRF es 123.90%, teniendo en cuenta que el costo de oportunidad del capital es del 12%, se puede inferir que el presente proyecto si es factible financieramente.

### **5.17.2.2 Relación Beneficio / costo (B/C)**

Determinado por el ratio entre los beneficios y costos, si este es mayor a 1, significa que obtendremos mayores beneficios tanto económicos como financieros con la intervención del proyecto materia del estudio; así tenemos que el ratio B/C económico asciende a 2.13, haciendo factible la puesta en marcha del SPA con insumos ecológicos en la ciudad de Chachapoyas

## **CAPITULO VI**

### **DISCUSIÓN**

## **VI. DISCUSIÓN**

El turismo de salud es una de las alternativas más antiguas para viajar, en la actualidad por los nuevos estilos de vida e intereses del ser humano incrementan sus adeptos por ello los investigadores y planificadores del turismo aprovechan el potencial de los destinos para diseñar y proponer ofertas que satisfagan las necesidades de este tipo de viajero.

En el 2011, Lopes, Henn, Alén & Gonzalves en la investigación turismo de salud y el uso terapéutico del agua plantean como objetivo conocer y comparar las formas del uso terapéutico del agua con motivación al desplazamiento turístico en Galicia, España y Santa Catalina, Brasil; estos objetivos se pueden discutir de la presenta tesis encontrando similitudes de ambos se orientan a una investigación descriptiva pero que la última concluye en plantear una propuesta ligada al mismo tipo de turismo pero con diferente denominación (turismo terapéutico); esta propuesta se centraliza en un emprendimiento específico como lo es un Spa Ecológico; tanto que la investigación de Lopes, Henn, Alén & Gonzalves se orienta más a constituirse en una base para la macro planificación del turismo de salud enfocados desde el punto de vista hídrico.

La investigación presentada en Galicia y Santa Catalina tiene un enfoque comparativo, en donde la primera ciudad muestra una mayor oferta para el ocio y presenta un mayor desarrollo en cuanto para las opciones de tratamiento de salud tanto el aspecto de afecciones reumatológicas, dermatológicas, respiratorias y renales. En la presente tesis se plantea el aprovechamiento de los recursos botánicos, hídricos entre otros de la Región Amazonas para dividir los tratamientos en tres grupos que son: salud y prevención, terapias y belleza y bienestar.

Los recursos naturales han permitido no solo concentrar la investigación en uno de sus elementos, sino más bien plantear una amalgama de alternativas que han sido diseñadas considerando las exigencias de los tres tipos de clientes a los que se enfoca Runakay Spa Ecológico y que son clientes locales, nacionales y extranjeros.

Hamarneh (2006) en la tesis el turismo terapéutico Árabe en Alemania sostiene que este tipo de turismo se encuentra en crecimiento debido a razones como el

alto costo de los precios de los tratamientos de los países industrializados; la rápida y permanente evolución de la tecnología de los tratamientos médicos, la degradación de los tratamientos. Con la presente investigación se ha tenido como resultado que existe una tendencia tanto local nacional y extranjera a optar por tratamientos naturales y ecológicos que no signifique mayor riesgo para los usuarios y que efectiviza resultados; esto puede guardar congruencia por lo sostenido por Hamarneh.

También se puede discutir que el cliente nacional y local desierta manera tienen familiaridad con este tipo de actividades ligadas a la salud, belleza y bienestar y los clientes extranjeros adquirirán estos servicios como un elemento complementario dentro de sus actividades turísticas programadas y se efectuarían en parte de su tiempo libre que por lo general podría ser entre las 5 pm hacia delante.

En el 2012 Elbers en la investigación centro terapéutico turístico en el Cusco sostiene que el turismo de salud es una tendencia que se viene dando en el mundo con mayor incremento y que los viajeros aprovechan no solo para vacacionar sino también para recuperar la salud perdida, desintoxicarse del estrés cotidiano y los malos hábitos. En la propuesta del spa Runakay Spa Ecológico se ha podido obtener información donde los turistas opinan que este tipo de viajes favorecen a la recuperación de su salud y que un servicio ecológico de belleza y prevención de salud sería interesante dentro de los productos que se les oferta.

La hipótesis planteada en la tesis es El turismo terapéutico como principales características debe tener la prevención y tratamiento de enfermedades, y cuidados del cuerpo con terapias tradicionales y uso de plantas medicinales de la región a través de un spa ecológico que permitirá la diversificación de la oferta turística de la ciudad de Chachapoyas.

Esta hipótesis a través de la investigación ha sido comprobada partiendo de los siguientes indicadores:

Como destino turístico Amazonas tiene una imagen ligada a la cultura y naturaleza que se encuentra evidenciada en los resultados de las actividades y atractivos turísticos que visitan los turistas nacionales y extranjeros; la implementación de Runakay Spa Ecológico permitirá incrementar las actividades del visitante en el

mismo centro de distribución (ciudad de Chachapoyas) y por sus características de oferta es una nueva alternativa que aportan a la competitividad del destino.

El componente de la hipótesis que sostienen que el turismo terapéutico debe estar ligado a la prevención, tratamiento de enfermedades y al cuidado del cuerpo con terapias tradicionales y plantas medicinales ha sido validado con los referentes o antecedentes plasmados en las investigaciones de López y compañía, Amarmeh y Elbers y a la vez verificadas ínsito con la opinión de la población estudiada para poder plantear la propuesta de Runakay Spa Ecológico.

**CAPITULO VII**  
**CONCLUSIONES**

## VII. CONCLUSIONES

Como diagnóstico de las posibilidades de desarrollo del turismo terapéutico ecológico se puede decir que:

- Los funcionarios involucrados en la actividad turística, consideran este como un gran potencial, y guarda relación con lo sostenido por los operadores de turismo, población local y la demanda, quienes argumentan que existen todas las posibilidades debido a la biodiversidad y otros elementos naturales con los que cuenta la región.
- La demanda del turismo terapéutico en la ciudad de Chachapoyas está constituida por turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad y que cuentan con tiempo libre sobre todo por las tardes de haber realizado sus recorridos turísticos y que tienen interés en servicios relacionados con la salud, el tratamiento y el bienestar. El segundo componente de la demanda está conformado por los clientes locales que tienen por costumbre hacer uso de elementos naturales en los tratamientos de salud, belleza y bienestar. Ambos grupos, tienen predisposición en pagar precios estándares por este tipo de servicio en un spa ecológico.
- Los gustos y preferencias de la demanda están orientadas como: saunas, baños a vapor, masoterapia, ejercicios de relajación mental, aromaterapia, gimnasio y tratamiento facial; y exigen que estas sean personalizadas con profesionales conocedores del tema y con el equipamiento necesario e infraestructura adecuada para las terapias.
- La propuesta de spa ecológico está orientado en función a las necesidades, gustos, y preferencias de los turistas nacionales, extranjeros y clientes locales; y que consta de una serie de servicios como: saunas, baños a vapor, masoterapia, ejercicios de relajación mental, aromaterapia, gimnasio y tratamiento facial; como negocio se considera factible teniendo en cuenta una inversión de 1 188 990.13 nuevos soles, y con una recuperación de dicha inversión en un periodo de 10 años, dejando utilidades con una variación creciente de manera anual.

**CAPITULO VIII**  
**RECOMENDACIONES**

## **VIII. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda al DIRCETUR reorientar sus políticas de planificación turística en el desarrollo de propuestas alternativas de turismo, como es el turismo terapéutico; considerando potencial biológico de la región.
- Se recomienda a los operadores de turismo la apertura y ampliación de sus líneas de productos a nuevos segmentos de mercado, donde podrían estar los interesados por el turismo terapéutico y así contribuirá a la diversificación de la oferta.
- Se recomienda a los inversionistas y emprendedores considerar la propuesta que ha sido elaborada considerando los criterios de factibilidad correspondiente.
- Las empresas turísticas en la ciudad de Chachapoyas, debe promover la capacitación de su talento humano en el dominio del dominio inglés para mejor el servicio que brindan y satisfacer las necesidades del turista extranjero.

**CAPITULO IX**  
**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

## IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### Libros

- Ansooff I. (1990). *La empresa dirección y administración volumen II. ¿Qué es la estrategia de la empresa?* Empresarial, editorial plaza & juanes SAC, España.
- Ausiello, D.A. (2002). *Global Health: A Chance for Western Physicians to Give - and Receive.* The American Journal of Medicine, editorial Princeton Legacy Library-Canadá.
- Berry CH. (1975). *Corporat growth and diversification.* Editorial Princeton Legacy Library, Canadá.
- Cárdenas F (1990). *Producto turístico: bases, estadísticas y muestreo para su diseño.* Editorial las trillas, México
- Gurria (1991). *Introducción al turismo,* editorial trillas-México.
- López. (2002). *Plantas medicinales y aromáticas: estudio, cultivo y procesado,* editorial ediciones Mundi Prensa S.A Barcelona, España
- Lopresti, D. (2007). *Recursos naturales, régimen argentino y comparado.* Ediciones Unilat Buenos Aires, Argentina.
- Margalef (1998). *Ecología,* novena edición. Barcelona: Omega, España
- Milio, Cabo (2000). *Comercialización de productos y servicios turísticos,* editorial S.A ediciones paraninfo, México.
- Mourão, B. M. (1997). *A água mineral e as termas: uma história milenar,* editorial ABINAM - Associação Brasileira das Indústrias de Água Mineral, São Paulo.
- Mourelle, L. (2007). *El origen del término spa: en Tribuna Termal, 6* editorial Villaviciosa de Odón Madrid, España.
- Montaner (1998). *Diccionario de turismo,* Cuarta edición, editorial Valle hermoso Madrid – España.
- OMT (1998). *Introducción al turismo.* Madrid, España.
- Ramírez M (1981). *Teoría general del turismo.* Editorial Diana, México.
- Sutton, Harmon (1994). *Fundamentos de Ecología,* Editorial Limusa Noriega, México.
- Van Dyke Fred (2008). *Conservación biológica: fundación, conceptos, aplicaciones,* segunda edición Springer Verlag, California

## Artículos

- Borman, E. (2004). *Health tourism*. Disponible en <[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322011000200011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322011000200011&script=sci_arttext)> Consultado el 03/12/2015 a 21:00 horas, 328: 60-61. Pág.
- Cosme Peres Irais (2008). *El uso de las plantas medicinales*. Disponible en <[http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/8921/1/tra6\\_p23-26\\_2010-0.pdf](http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/8921/1/tra6_p23-26_2010-0.pdf)> consultado el 07/12/15. A 15:30 horas. 4 pág.
- Fullea Bandera Pedro. (2011). *Terapia. Lúdica*. Disponible en <<http://www.mailxmail.com/curso-terapia-ludica/definicion-tipos-terapias>> Consultado el 08 de diciembre del 2015 a 17:00 hrs.
- Juran (1986, 1974). *Teorías de la calidad*. Disponible en <<http://uva.anahuac.mx/content/catalogo/diplanes/modulos/mod5/11t2m5.htm>>. Consultado el 10/12/2015/ a las 21: 40 horas.
- SECTUR-Secretaría de Turismo de México (2001). Como desarrollar productos turísticos competitivos. *Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística*. Disponible en <<http://codeturnl.ensi.com.mx/apps/site/files/fasciculo3.pdf>> consultado el 08 de diciembre del 2015 a 19:12 hrs
- Secretaria de turismo (2002). Disponible de <[http://catarina.udlap.mx/udl\\_a/tales/documentos/lhr/aguilar\\_z\\_jo/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/udl_a/tales/documentos/lhr/aguilar_z_jo/capitulo2.pdf)>. Consultado el 03 de diciembre del 2015 a 22:11 horas.
- Mochon; Beker (1997). *Economía principios y aplicaciones* (segunda edición), Editorial: Mc. Graw Hill, Chile. Disponible en <[ttp://web.archive.org/web/20120412195340/http://www.upo.es/econ/ealonso/Capitulo\\_2\\_%20La%20demanda.pdf](http://web.archive.org/web/20120412195340/http://www.upo.es/econ/ealonso/Capitulo_2_%20La%20demanda.pdf)> consultado el 08/12/15 a 10:00 horas 21 pág.
- Ramírez Z. (2011). Teoría del mercado. Instituto tecnológico de Villa Nueva. Disponible en <

<https://kezeco.files.wordpress.com/2011/10/temas-de-la-unidad-3-teoria-del-mercado1.pdf>>. Consultado el 09/12/2015 a las 16: 35 horas. 41 pág.

### **Tesis.**

- Arredondo F (2006). *Dualidad simbólica de plantas y animales en la práctica médica del curandero-paciente en Huancayo*. Disponible en <<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/74>>. Consultado el 05/12/2015 a las 20:30 hrs 179 pág.
- Chávez; Ipanaque. (2013). *Diagnóstico y propuesta para el desarrollo termomedicinal en las aguas azufradas de Chaquil*, distrito de Shipasbamba – provincia de Bongará 2013. Tesis para optar el título profesional de licenciadas en Turismo y Administración, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, Chachapoyas.
- Díaz A.M. (2009). *La Gestión compartida Universidad-Empresa en la formación del Capital Humano. Su relación con la competitividad y el desarrollo sostenible-Caracas-Bolivia*", Disponible en <<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2009/amdi/index.htm>>. Consultado el 07/12/2015 a las 19: 28horas 384 pág.
- Henn; Gonçalves; Alén; Lopes. (2011). *El turismo de salud y el uso terapéutico del agua*. Estudios y Perspectivas en Turismo. Disponible en <<http://oai.redalyc.org/articulo.oa?id=180717607011>>. Consultado el 09/12/2015 a las 22:45 hrs. 17 pág.
- Labarthe M. (2012). *Centro Terapéutico Turístico en el Cusco*. Disponible en <[http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/300092/1/elbers\\_lm-pub-delfos.pdf](http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/300092/1/elbers_lm-pub-delfos.pdf)> Consultado el 05/12/2015 a las 16:00 horas 310 pág.

## **Revistas**

- Al-Hamarneh (2006). El turismo terapéutico árabe en Alemania/Mainz Disponible en <<http://islamictourism.com/PDFs/Issue%2021/Spanish/20-22%20Germany%20medical4.pdf>>. Consultado el 09/12/2015 a las 22:25 horas. 20-22, 2 pág.

## X. ANEXOS

### ENCUESTA A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Sobre "TURISMO TERAPÉUTICO COMO ALTERNATIVA PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA A TRAVÉS DE UN SPA ECOLÓGICO, PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, REGIÓN AMAZONAS – 2015", razón por la cual le agradecería su colaboración:

Genero.....

Edad.....

Lugar de procedencia:.....

Ocupación.....

#### CUESTIONARIO

##### 1. Motivo de visita

- a. Por turismo
- b. Vista a familiares
- c. Salud
- d. Negocio
- e. Otros.....

g. Otros

Especifique.....

...

##### 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio ofrecido en un spa ecológico. S/?

Servicios	50-80	80-100	100-150	150-200
Aromaterapia				
Acuaterapia				
Masoterapia				
Faciales				
Gimnasio				
Ejercicios de relajación mental				

##### 2. Tiempo de permanencia en Chachapoyas.

- a. 1 – 3 días
- b. 3 -5 días
- c. 5 -7 días
- d. 7 – a mas

##### 3. ¿Qué tipo de turismo ha realizado en Chachapoyas?

- a. Natural
  - b. Cultural
  - c. Salud
  - d. Arqueólogo
  - e. Otros
- Especifique.....

##### 8. ¿Dónde sugiere que debería estar ubicado el spa ecológico?

- a. En el centro de la ciudad
  - b. Lugares fuera de la ciudad
  - c. Otros
- Especifique.....
- ...

##### 4. ¿Al escuchar hablar de spa a que lo asocia?

- a. Centro de belleza
  - b. Centro terapéutico
  - c. Centro de recreacional
  - d. Aguas termales
  - e. Otros
- Especifique.....

##### 9. ¿Cómo le gustaría que sea el servicio dentro del spa?

- a. Personal
  - b. Con amigos
  - c. pareja
  - d. Otros
- Especifique.....
- ...

##### 5. ¿Cree que se debería implementar un spa ecológico en Chachapoyas?

- a. Si
- b. No

¿Porqué?.....  
 .....  
 .....  
 .....

##### 10. ¿qué características cree que debería tener el spa ecológico?

.....  
 .....  
 .....  
 .....

##### 6. ¿Qué actividades le gustaría realizar dentro del Spa ecológico?

- a. Aromaterapia
- b. Acuaterapia
- c. Masoterapia
- d. Faciales
- e. Gimnasio
- f. Ejercicios de relajación mental

## ENCUESTA A LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Acerca de “TURISMO TERAPÉUTICO COMO ALTERNATIVA PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA A TRAVÉS DE UN SPA ECOLÓGICO, PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, REGIÓN AMAZONAS – 2015”, razón por la cual le agradecería su colaboración:

Edad.....Género..... Ocupación.....

### CUESTIONARIO

1. **¿Qué opina del turismo en Chachapoyas?**  
Es:
  - a. Bueno
  - b. Regular
  - c. Malo
2. **¿Qué entiende por turismo terapéutico?**
  - a. Salud
  - b. Esotérico
  - c. Chamanismo
  - d. Terapias
  - e. Otro
 Especifique.....
3. **¿Al escuchar hablar de spa a que lo asocia?**
  - a. Centro de belleza
  - b. Centro terapéutico
  - c. Centro de recreacional
  - d. Aguas termales
  - e. Otros.....
4. **¿Cree que la medicina natural es mejor que el medicamento químico farmacéutico?**
  - a. Si
  - b. No
  - c. En algunos casos
  - d. Casi siempre
  - e. Es muy buena
5. **¿Cree que el turismo terapéutico generaría mayor demanda turística para nuestra Región?**
  - a. Si
  - b. No
6. **¿Alguna vez usted utilizo los servicios de un spa?**
  - a. Si
  - b. No
7. **¿Qué actividades realizó en el spa que utilizó?**
  - a. Aromaterapia
  - b. Acuaterapia
  - c. Masoterapia
  - d. Faciales
  - e. Gimnasio
  - f. Ejercicios de relajación mental
  - g. Otros.....
8. **¿Qué resultado obtuvo de las terapias que realizó?**
  - a. Muy bueno
  - b. Bueno
  - c. Algo
  - d. Nada
  - e. Empeoré
9. **¿Qué opinas de la propuesta de un Spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas?**
  - a. Buena
  - b. Regular
  - c. Mala
10. **¿Usted utilizaría el servicio del Spa ecológico, para ayudar a su salud?**
  - a. Si
  - b. No
  - c. Puede ser
11. **¿Qué actividades realizaría en el spa ecológico?**
  - a. Aromaterapia
  - b. Acuaterapia
  - c. Masoterapia
  - d. Faciales
  - e. Gimnasio
  - f. Ejercicios de relajación mental
  - g. Otros.....
12. **¿Cómo le gustaría que sea el servicio dentro del spa?**
  - a. Personal
  - b. Con amigos
  - c. Pareja
  - d. Otro.....
13. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio del Spa ecológico según al tipo de servicio?**

Servicios	50-80	80-100	100-150	150-200
Aromaterapia				
Acuaterapia				
Masoterapia				
Faciales				
Gimnasio				
Ejercicios de relajación mental				

### ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES

Acerca de “TURISMO TERAPÉUTICO COMO ALTERNATIVA PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA A TRAVÉS DE UN SPA ECOLÓGICO, PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, REGIÓN AMAZONAS – 2015”, razón por la cual le agradecería su colaboración:

Nombre.....

Entidad al que pertenece .....

Cargo .....Tiempo de cargo.....

1. ¿Cree que el turismo en la región está creciendo? ¿Por qué?  
.....  
.....
2. ¿De qué manera la institución está aportando para que el turismo en la región se haga de manera responsable?  
.....  
.....
3. ¿En su institución están realizando algún proyecto innovador para diversificar la oferta? Si fuera así ¿desde cuándo vienen trabajando en ello  
.....  
.....
4. ¿Cómo le define Ud. a un spa y cuales creen que son sus características de estos?  
.....  
.....
5. ¿Qué opina Ud. de la propuesta de la creación de un spa ecológico en Chachapoyas? ¿Será una buena alternativa para diversificar la oferta?  
.....  
.....
6. ¿En qué parte de la ciudad se podría implementar esta propuesta?
  - a. Taquia
  - b. Salida a Huancas
  - c. Pencapampa
  - d. Otros¿Porque?.....  
.....
7. ¿Cree que el spa ecológico tendría una buena acogida por parte de los turistas? ¿por qué?  
.....  
.....
8. ¿Ud., como representante de turismo, apoyaría al desarrollo del turismo de terapéutico? ¿de qué manera?  
.....  
.....
9. ¿Cómo le entiende Ud. al turismo de salud al desarrollarse en un spa ecológico?  
.....  
.....
10. ¿Cree que nuestra región posee gran potencial para desarrollar el turismo de salud-terapéutico? ¿Por qué?  
.....  
.....
11. Usted utilizaría este servicio del spa ecológico, si fuera si, recurriría por  
.....  
.....
12. Cree Ud. que existen factores limitantes para desarrollar el turismo terapéutico a través de un spa ecológico? si lo hubiera ¿Cuáles son?  
.....  
.....

## ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OPERADORES TURISTICOS

Acerca de “TURISMO TERAPÉUTICO COMO ALTERNATIVA PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA A TRAVÉS DE UN SPA ECOLÓGICO, PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, REGIÓN AMAZONAS – 2015”, razón por la cual le agradecería su colaboración:

Nombre.....

Entidad al que pertenece .....

Cargo .....Tiempo de cargo.....

1. ¿Cree que el turismo en la región está creciendo? ¿Por qué?  
.....  
.....
2. ¿Qué tipo de turismo actualmente oferta su empresa?  
.....  
.....
3. ¿Qué opinas de la propuesta de un Spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas?  
.....  
.....
4. ¿Qué entiende Ud. por un spa y cuáles cree que son sus características principales?  
.....  
.....
5. ¿Cree que se podría realizar un turismo terapéutico a través de un spa ecológico en la ciudad de Chachapoyas?  
.....  
.....
6. ¿Estaría dispuesto a incluir esta propuesta dentro de sus paquetes turísticos?  
.....  
.....
7. ¿Dónde nos recomendaría la ubicación del spa ecológico?, ¿Por qué?  
.....  
.....
8. ¿Qué actividades cree que serían recomendables incluir en el spa ecológico?  
.....  
.....
9. ¿Qué horas podrían realizarse estas actividades y por qué?  
.....  
.....
10. ¿Cree Ud. que existen factores limitantes para desarrollar el turismo terapéutico a través de un spa ecológico? si lo hubiera ¿Cuáles son?  
.....  
.....  
.....

## FOTOGRAFÍAS REALIZANDO LAS ENTREVISTAS A LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y GREMIOS VINCULADOS AL TURISMO.



Entrevista aplicada a las tour operadoras de la ciudad en este caso a la administradora de Tinkas Travel.



Entrevista aplicada a la persona responsable del área de Turismo de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas.



Entrevista aplicada a la persona responsable del gremio CARETUR-Amazonas.



Entrevista aplicada al decano del colegio de Licenciados en Turismo de Amazonas.

## FOTOGRAFÍAS REALIZANDO LAS ENCUESTAS A POBLADORES Y TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS.



Encuesta aplicada a turistas extranjeros que visitan la ciudad de Chachapoyas.



Encuesta aplicada a turistas nacionales que visitan la ciudad de Chachapoyas.



Encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.



Encuesta aplicada a turistas extranjeros que visitan la ciudad de Chachapoyas.