



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA**

**TESIS PARA OBTENER  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA**

**ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL  
BAILE DE LA CHUMAYCHADA COMO PARTE DEL  
PRODUCTO TURISTICO DE LA CIUDAD DE  
CHACHAPOYAS – 2017**

**Autor:**

**Bach. Geiner Collantes Montoya**

**Asesor:**

**Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz**

**CHACHAPOYAS - PERÚ  
2019**



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA**

**TESIS PARA OBTENER  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA**

**ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DEL  
BAILE DE LA CHUMAYCHADA COMO PARTE DEL  
PRODUCTO TURISTICO DE LA CIUDAD DE  
CHACHAPOYAS – 2017**

**Autor:**

**Bach. Geiner Collantes Montoya**

**Asesor:**

**Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz**

**CHACHAPOYAS - PERÚ**

2019

## **DEDICATORIA**

Agradezco a Dios por tenerme con vida y haberme guiado por el buen camino como hasta ahora.

A mis padres que han sido mi ejemplo de vida y mi motivación por seguir mis metas, ellos que son el motor de mi vida que cada día que transcurre me dedican su tiempo, dedicación y su amor.

A todos mis profesores que compartieron sus conocimientos que fueron una estrategia de estudio donde he podido aprender sus conocimientos.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres que me apoyaron cada día de mi vida a pesar de las adversidades que se presentan todos los días y enseñándome grandes valores.

Gracias a ustedes que son un ser maravilloso que me dieron la vida he aprendido muchas cosas buenas y a todo ellos deseo que Dios nos siga manteniendo juntos con amor y valores hasta que llegue el momento de separarnos.

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI.

**RECTOR**

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLON

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN

**VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

Dr. CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**PAGINA DEL JURADO**



---

**MsC. Pepe Oswaldo Morí Ramírez**

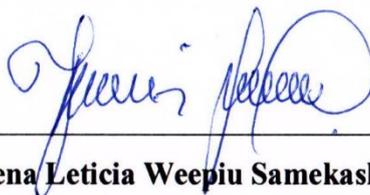
**PRESIDENTE**



---

**Mg. Adolfo Cacho Revilla**

**SECRETARIO**



---

**Mg. Milena Leticia Weepiu Samekash**

**VOCAL**

## 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 **“Estrategia para el posicionamiento del baile de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas – 2017”**, del Bachiller: Geiner Collantes Montoya, 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

## DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO

Yo Geiner Collantes Montoya , identificado con DNI 46982902 estudiante de la Escuela Profesional de Turismo y Hostelería de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor de la tesis titulada:  
*“Estrategia para el posicionamiento del baile de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas – 2017”*

La misma que presento para optar:

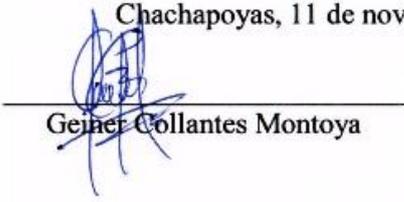
El título profesional de licenciada en Turismo y Hostelería.

2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo toda responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para la UNTRM en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones civiles y penales que de mi acción se deriven.

Chachapoyas, 11 de noviembre de 2019.

  
Geiner Collantes Montoya



**ANEXO 3-N**

**ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS  
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

En la ciudad de Chachapoyas, el día 15 de Julio del año 2019, siendo las 11:00 am horas, el aspirante Geiner Collantes Montoya defiende en sesión pública la Tesis titulada: Estrategias para el posicionamiento del baile de la chumaychada como parte del producto turístico para la ciudad de Chachapoyas, 2017.

para obtener el Título Profesional de Licenciado en Turismo y Hostelería, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente : Msc. Pepe Oswaldo Marí Ramírez  
Secretario : Mg. Adolfo Cacho Revilla  
Vocal : Mg. Milena Leticia weepiv Samekash

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y método, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto, a fin de que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (  )      Desaprobado (  )

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:05 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

  
SECRETARIO

  
VOCAL

  
PRESIDENTE

OBSERVACIONES: .....

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS.....	V
PAGINA DEL JURADO.....	VI
VISTO BUENO DEL ASESOR.....	VII
DECLARACION JURADA DE NO PLAGIO.....	VIII
ACTA DE EVALUACION DE SUSTENTACION DE TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL.....	IX
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS .....	20
2.1. Objeto de estudio .....	20
2.2. Variable de estudio .....	20
2.3. Tipo de estudio .....	20
2.4. Diseño de la investigación .....	20
2.5. Población .....	20
2.6. Muestra muestreo.....	20
2.7. Métodos, instrumentos y técnicas.....	22
III. RESULTADOS. ....	24
3.1. Diagnóstico del baile la chumaychada como parte producto turístico de la ciudad de Chachapoyas.....	24
3.2. Identificación de canales que se deberían seguir para posicionar el baile de la chumaychada como producto turístico de la ciudad de chachapoyas.....	35
IV. DISCUSIÓN.....	39
V. CONCLUSIONES.....	42
VI. RECOMENDACIONES .....	44
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. ....	46
VIII. ANEXOS .....	48

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 Matriz de entrevista autoridades y funcionarios sobre la Chumaychada como parte del producto turístico de Chachapoyas.....	28
Tabla N° 02 Matriz de la entrevista a tour operadores para la inclusión de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas.....	30
Tabla 03: Identificación de canales para posicionamiento de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas.....	35
Tabla 04: Costo aproximado.....	36
Tabla 05. Costo operativo del proyecto.....	36
Tabla 05: cronograma de actividades.....	37

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Género.....	24
Figura 2: Opinión sobre si conoce acerca de la Chumaychada.....	25
Figura 3: Opinión sobre si creen que esta danza forma parte del Patrimonio Cultural de la ciudad de Chachapoyas.....	25
Figura 4: Opinión sobre si cree que este baile puede ser considerado como un atractivo turístico.....	26
Figura 5: Opinión sobre si conoce en el Perú o en el extranjero algún baile y danza que sea utilizado como un atractivo turístico.....	26
Figura 6: Opinión sobre lo que se debería hacer para convertir a la chumaychada en un atractivo turístico.....	27
Figura 7: Usted participaría en las estrategias para convertir a la chumaychada en atractivo turístico.....	27
Figura 8: Género.....	31
Figura 9: Procedencia.....	31
Figura 10: Motivo de visita a la ciudad de Chachapoyas.....	32
Figura 11: Actividades turísticas realizadas.....	32
Figura 12: Opinión si durante su visita a conocido algún tipo de danza o baile típico de Chachapoyas.....	33
Figura 13: Lugar donde vio el baile o danza.....	33
Figura 14: Opinión sobre si sea necesario incluir un baile o danza en el producto turístico de la ciudad de Chachapoyas.....	34

## RESUMEN

El informe de investigación titulado estrategia para el posicionamiento del baile de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas tiene como objetivo general plantear estrategias o propuestas para posicionar el baile de la Chumaychada como parte de un producto turístico de la ciudad de Chachapoyas, lo cual la técnica que se utilizará será por medio de encuestas a los turistas y entrevistas con agencias de viaje, hoteles, recreos campestres y centros de espectáculos para incluir en sus servicios turísticos y así brindar un valor agregado a los turistas extranjeros y nacionales que visitan la ciudad de Chachapoyas y así ser reconocido con un alto valor folclórico en nuestra región de Amazonas. Con la investigación se llegaron a los siguientes resultados: Con el diagnóstico se ha determinado que no existe la planificación adecuada para integrar a la Chumaychada como parte del producto turístico de Chachapoyas, a pesar de conocer su importancia la población, autoridades y actores involucrados en el sector turismo. Se han identificado 4 canales para el posicionamiento de la Chumaychada como parte del producto turístico que son: medios de comunicación, oficinas de información y promoción, canales informáticos e internet y ejecución de eventos.

**Palabras claves:** Estrategias, posicionamiento, oferta turística, tradición, Chumaychada.

## **ABSTRACT**

The research report entitled strategy for the positioning of the dance of the Chumaychada as part of the tourism product of the city of Chachapoyas has as its general objective to propose strategies or proposals to position the dance of the Chumaychada as part of a tourist product of the city of Chachapoyas , which technique will be used through surveys of tourists and interviews with travel agencies, hotels, rural recreation and entertainment centers to include in their tourism services and thus provide added value to foreign and domestic tourists They visit the city of Chachapoyas and thus be recognized with a high folkloric value in our Amazon region. With the investigation the following results were reached: With the diagnosis it has been determined that there is no adequate planning to integrate the Chumaychada as part of the tourist product of Chachapoyas, despite knowing its importance the population, authorities and actors involved in the tourism sector. Four channels have been identified for the positioning of the Chumaychada as part of the tourist product that are: means of communication, information and promotion offices, computer channels and internet and execution of events.

**Keywords:** Strategies, positioning, tourist offer, tradition, Chumaychada.

**CAPITULO I**  
**INTRODUCCIÓN**

## I. INTRODUCCIÓN

El tango es un género musical y baile rioplatense, popular en el ámbito urbano de Argentina y Uruguay. El tango suele ser interpretado por una orquesta típica o sexteto con instrumentos como el bandoneón, el piano, el violín, la guitarra y el contrabajo. En cuanto a las letras, suelen basarse en el lunfardo (la jerga rioplatense) y expresar desamores o reclamos políticos. Convertido en un símbolo, un referente y un atractivo que convoca a miles de personas desde los países más lejanos a las calles de Buenos Aires. Hay quienes definieron este estilo como “música del Río de la Plata”, teniendo en cuenta el espacio geográfico donde surgió.

La marinera refleja el encuentro de dos almas, el cortejo de la pareja. Este típico baile de la costa peruana está lleno de garbo, ritmo y belleza que, desde la época de la colonia, mezcla las características de los hispanos, andinos, negros y mestizos de la época.

Una fecha importante para la marinera fue el 30 de enero de 1986, cuando el Instituto Nacional de Cultura del Perú declara como Patrimonio Cultural a la marinera y a todas sus variantes regionales.

Según los estudiosos, la marinera tiene tres variantes. La marinera limeña es la que está más pegada al reglamento, está sincronizada por estrofas, por pasos y con movimientos más suaves. La marinera serrana no es muy jocosa, siendo su expresión la melancolía y la tristeza, debido a su procedencia alejada y olvidada. Y la marinera norteña, que es la más libre, más pícara, más espontánea. Aquí el hombre baila con zapatos mientras que la mujer, que representa a la campesina no los usa.

Además, también se baila marinera con el caballo de paso peruano, que es una raza equina surgida durante la Colonia y cuyos ejemplares son adiestrados para ejecutar un trote peculiar.

Se dice que esta danza tiene un inicio remoto por el siglo XVII, con el fandango, danza que nació en el Perú por los años 1600 y luego se exportó a España, donde fue censurado por la Corona y la Iglesia. También se le atribuye su origen a la zamacueca, baile popular en el siglo XIX, que mezcló los movimientos corporales con los de los pañuelos que los bailarines flamean rítmicamente. Todos los años, desde 1960, se realiza el Concurso Nacional de Marinera, un certamen de fama internacional donde participan cientos de parejas de baile de diferentes partes del Perú y del exterior. Este concurso fue instaurado por el presidente del club Libertad de Trujillo, Juan Julio Ganoza, ya que su club pasaba por problemas financieros.

Este evento despertó una pasión excepcional por los habitantes de Trujillo, quienes se convirtieron en los mayores difusores, llevando a convertir a la marinera en un ícono artístico-cultural de la ciudad.

Con el tiempo, se realizaron grandes eventos, que reforzaron el amor a la marinera, como el Congreso Nacional de Marinera, Concurso Nacional de Caballos de Paso, el Concurso Internacional de Marinera en U.S.A., el Congreso Internacional de Marinera y el Concurso Nacional de Coreografías de Marinera.

El Perú está reconocido en el contexto internacional como un país pluricultural, las manifestaciones de esta pluricultural, se afirma a través del folclor, cuya diversidad en cada región, provincia y distrito es característico y se relaciona con la identidad de cada pueblo.

Los recursos turísticos de categoría folklor son considerados elementos importantes de un producto turístico y en muchos casos permite identificar a los destinos a través de estos elementos; como es el caso de la marinera norteña que identifica a Trujillo y las danzas del altiplano que identifican a la región Puno que identifica a la capital folclórica turística del Perú. Considerando lo expuesto las danzas y bailes regionales, pueden ayudar a complementar y fortalecer la oferta de los productos turísticos nacionales, pero requieren que estos sean planificados y a la vez se establezcan estrategias que permita su cumplimiento.

En la región Amazonas, provincia de Chachapoyas, la población está constituida por diversas tradiciones donde se planteó estrategias para el posicionamiento del baile de la Chumaychada como parte del producto turístico en la ciudad de Chachapoyas

En la ciudad de Chachapoyas existen danzas y bailes como el brazo, la chumaychada, el carnaval chachapoyano y la marinera sesqui centenaria que forman parte del folklor y que en algunas oportunidades pueden ser apreciadas por los turistas nacionales y extranjeros, en retretas públicas, festivales de danzas y shows privados. Estos eventos se pueden considera limitados para un destino turístico competitivo; debiendo planificarse y promoverse con mayor frecuencia.

El baile de la chumaychada, que es un baile de salón se puede considerar como uno de los más llamativos y vistosos de la ciudad, por la indumentaria que utilizan y la elegancia de sus pasos, pudiendo ser un atractivo turístico importante para fortalecer el producto de la ciudad de Chachapoyas.

La presente investigación se justifica porque la ciudad de Chachapoyas como destino turístico requiere tener una serie de elementos motivacionales que diversifiquen su oferta dentro de ellos en la categoría de folklor se podría considerar al baile de la chumaychada como un elemento importante para cumplir con el objetivo.

En el aspecto económico la investigación se justifica porque al ampliar la oferta turística y posicionar el productor turístico de la ciudad de Chachapoyas, existe mayor dinamismo económico que repercute favorablemente en los diversos servicios que se ofertan en la ciudad.

La justificación social se basa en que al existir un producto turístico posicionado tanto la oferta como la demanda van a satisfacer sus necesidades y va a existir una adecuada relación social entre ambos.

La investigación estuvo orientada a generar nuevo conocimiento relacionado con teorías de marketing aplicadas al turismo, que permitirán solucionar un problema identificado y que está relacionado con el posicionamiento del baile de la chumaychada dentro del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas.

La hipótesis fue Se debería posicionar a través de estrategias de marketing que permitan generar al baile de la Chumaychada una marca reconocida dentro de la oferta turística en el destino Chachapoyas\_ Amazonas.

**Los objetivos dela investigación fueron:**

✓ **Objetivos General.**

- Plantear estrategias para el posicionamiento del baile de la Chumaychada como parte del producto turístico en la ciudad de Chachapoyas.

✓ **Objetivos Específicos.**

- Realizar un diagnóstico del baile de la Chumaychada como producto turístico en la actualidad.
- Identificar los canales que se deberían seguir para poder posicionar el baile de la Chumaychada en el producto turístico.

**CAPITULO II**  
**MATERIAL Y MÉTODOS**

## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1. Objeto de estudio

Posicionamiento de la Chumaychada

### 2.2. Variable de estudio

#### Variable 01.

- Posicionamiento de la Chumaychada

#### Variable 02.

- Producto turístico

### 2.3. Tipo de estudio

Descriptivo explicativo

### 2.4. Diseño de la investigación

M  $\longrightarrow$  O

M = Promocionar el baile de la Chumaychada

O = Estrategia de posicionamiento

### 2.5. Población

**P1:** Visitantes que arribaron a la ciudad de Chachapoyas 21 017 (2017)

**P2:** 21 Agencias de viajes inscritos en el directorio

**P3:** El total de la población de la ciudad de Chachapoyas (29869)

### 2.6. Muestra muestreo

La muestra ha sido establecida mediante el muestreo aleatorio simple donde la fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

N = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza

P = Variabilidad positiva

q = Variabilidad negativa

N = Tamaño de la población

e = Precisión o error

**M1**= Fue el total del P1 Visitantes que arribaron a la ciudad de Chachapoyas  
Aplicando la fórmula la muestra fue de 59 turistas de la ciudad de Chachapoyas.

$$n = \frac{(1.96)^2(21016)(0.96)(0.04)}{(0.05)^2(21016)+(1.96)^2(0.96)(0.04)} n=59$$

**M2** = La muestra fue el total del P2 Numero de Agencia de viajes inscritos en el directorio (21)

**M3** = Aplicando la fórmula se tomó a 59 pobladores de la ciudad de Chachapoyas.

$$n = \frac{(1.96)^2(29,869)(0.96)(0.04)}{(0.05)^2(29,869)+(1.96)^2(0.96)(0.04)} n=59$$

## 2.7. Métodos, instrumentos y técnicas

**Método descriptivo:** Me permitió describir mi objeto de estudio que realicé un diagnóstico del baile de la Chumaychada como producto turístico en la actualidad e identifiqué los canales que se deberían seguir para poder posicionar el baile de la Chumaychada en el producto turístico.

**Técnicas:** Se utilizaron encuestas a los turistas para conocer su perfil y su opinión sobre el baile de la Chumaychada.

Entrevistas a las agencias de viaje, hoteles, para ofertar el baile de a Chumaychada como un producto turístico.

### **Instrumentos:**

Los formatos que se han utilizado son:

**La entrevista:** ha sido dirigida al tour operadoras con la finalidad de poder encontrar su opinión y predisposición a comercializar el producto que es la Chumaychada dentro de sus productos incluido como un producto complementario o alternativo.

**Encuesta:** fue diseñado para los turistas, donde se obtuvo información de los gustos y preferencias relacionados con danzas primero de manera general y luego específicamente con danzas de Amazonas y si les gustaría recibir shows con danzas relacionadas con la chumaychada.

## 2.8. Análisis de datos

El análisis de datos la información cualitativa y cuantitativa se procesó a través del Excel en figuras estadísticas y en tablas descriptivas que permitió identificar la distribución de las opiniones de las diferentes poblaciones que se utilizaron para la investigación de la chumaychada, esos datos han sido analizados e interpretados que han permitido posteriormente diseñar una propuesta de posicionamiento de la chumaychada como parte del producto turístico.

**CAPITULO III**  
**RESULTADOS**

### III. RESULTADOS.

#### 3.1. Diagnóstico del baile la Chumaychada como parte producto turístico de la ciudad de Chachapoyas

Para el diagnóstico se ha considerado al baile de la Chumaychada como un componente del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas; desde ese punto de vista se ha recopilado información de los componentes del mercado que son la oferta y la demanda.

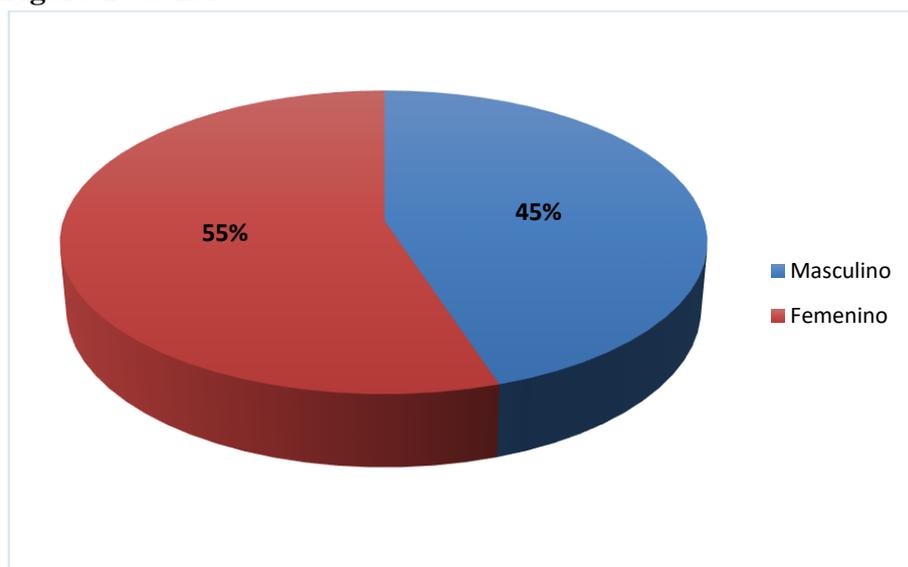
##### 3.1.1. Resultados de la oferta

La oferta se encuentra compuesta por los actores de la actividad turística que forman parte del destino y que de una u otra manera se relacionan con la actividad turística llegándose a los siguientes resultados:

##### 3.1.1.1. Resultados de la encuesta a la población sobre la Chumaychada como producto turístico

La población es el más amplio componente del destino y está integrada por actores directos e indirectos y son quienes a su vez determinan las características turísticas del espacio con su predisposición o no a participar en ella. La encuesta fue aplicada a 59 pobladores en un muestreo por conveniencia llegándose a los siguientes resultados:

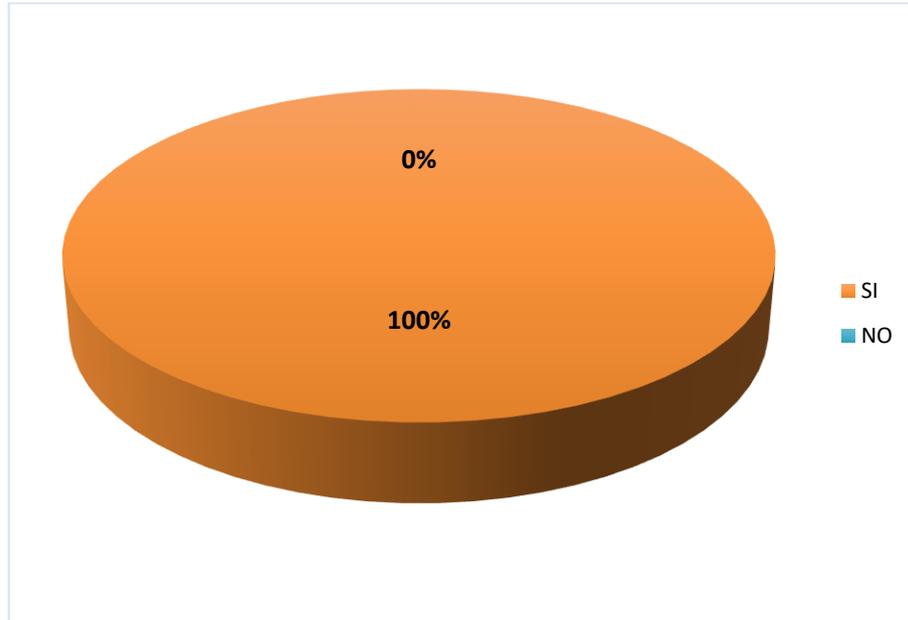
**Figura 1: Género**



**Fuente: encuesta**

De la población encuestada en 55% son del género femenino y el 45% masculino

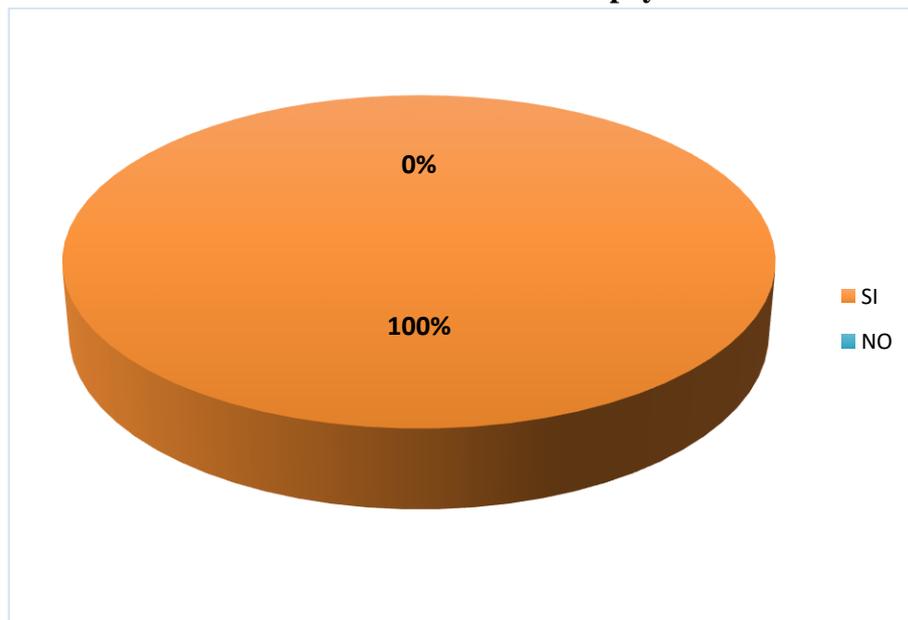
**Figura 2: Opinión sobre si conoce acerca de la Chumaychada**



**Fuente: encuesta**

El 100% de la población encuestada opinó que conoce el baile de la chumaychada

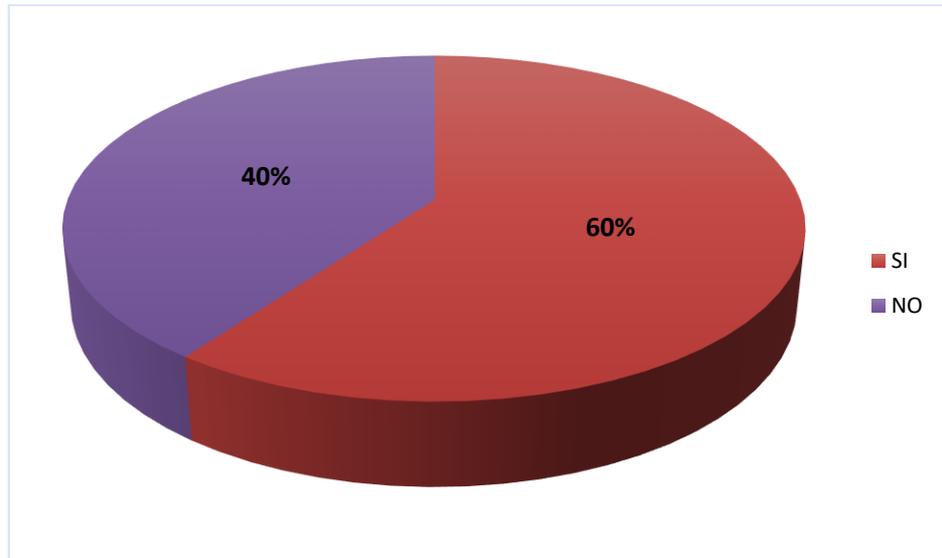
**Figura 3: Opinión sobre si creen que esta danza forma parte del Patrimonio Cultural de la ciudad de Chachapoyas**



**Fuente: encuesta**

El 100% de la población encuestada cree que la danza de la chumaychada forma parte del Patrimonio Cultural de la ciudad de Chachapoyas.

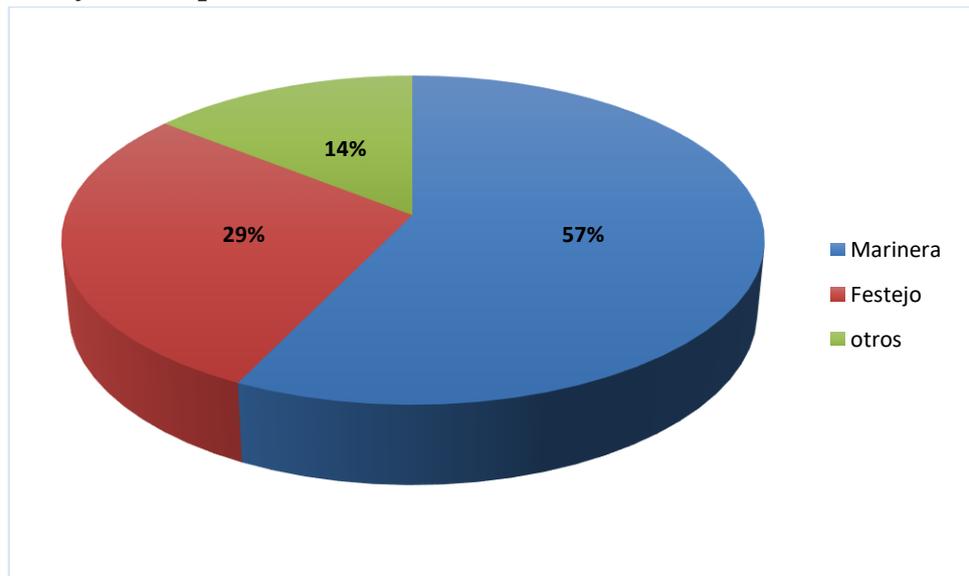
**Figura 4: Opinión sobre si cree que este baile puede ser considerado como un atractivo turístico**



**Fuente: encuesta**

El 60% de los pobladores encuestados cree que este baile puede ser considerado como un atractivo turístico y el 40% no.

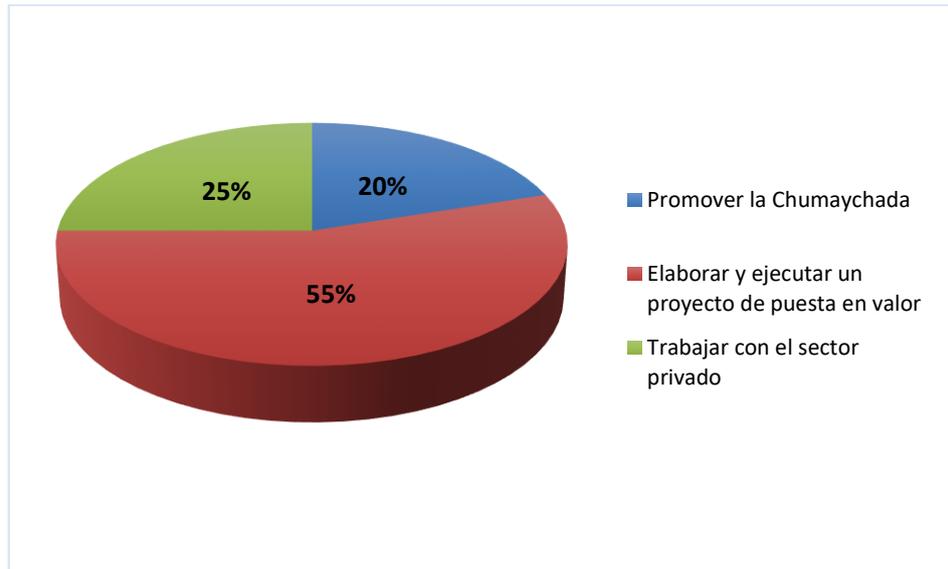
**Figura 5: Opinión sobre si conoce en el Perú o en el extranjero algún baile y danza que sea utilizado como un atractivo turístico:**



**Fuente: encuesta**

El 57% de los pobladores encuestados conocen el baile de la marinera que es utilizado como un atractivo turístico y el 29% al festejo

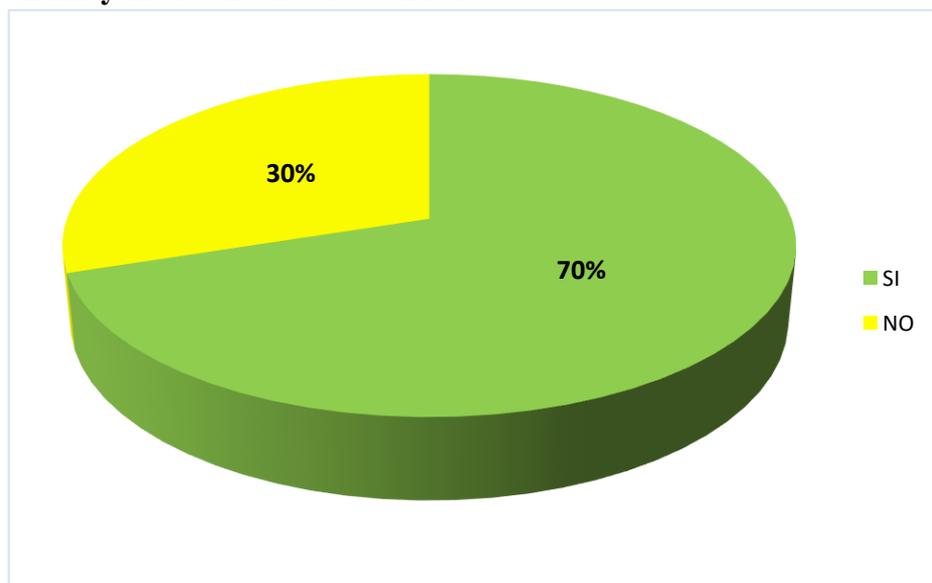
**Figura 6: Opinión sobre lo que se debería hacer para convertir a la chumaychada en un atractivo turístico**



**Fuente: encuesta**

De los pobladores encuestados el 55% opinó que para convertir a la chumaychada en un atractivo turístico se debería elaborar y ejecutar un proyecto de puesta en valor, el 25% trabajar en el sector privado y el 20% promover a la chumaychada.

**Figura 7: Usted participaría en las estrategias para convertir a la chumaychada en atractivo turístico**



**Fuente: encuesta**

El 70% de la población encuestada si participaría en las estrategias para convertir a la chumaychada en atractivo turístico y el 30% no.

### 3.1.1.2. Resultados de la entrevista a autoridades sobre la chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas

La entrevista fue aplicada a 5 funcionarios involucrados con la actividad turística y la cultura para conocer su opinión sobre si la Chumaychada podría ser utilizada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas. Los resultados son los siguientes Cuadro matriz

**Tabla N° 01** Matriz de entrevista autoridades y funcionarios sobre la chumaychada como parte del producto turístico de Chachapoyas

Preguntas Nombre	Arqueólogo Manuel Malaver (Arqueólogo Dirección Regional de Cultura)	Alejandro Alvarado Santillán (Especialista en Cultura Chachapoyana)	Cecilia Ocampo (Gerente de Turismo de la Municipalidad )	Jorge Montoya (IPERU)	Gilver Chapa (DIRCETUR)
¿Conoce alguna danza de la región de Chachapoyas?	Si	Si	Si	Si	Si
¿Cuál es opinión sobre el baile de la chumaychada?	Es un baile tradicional de la época colonial chachapoyana que debe revalorarse	Forma parte de nuestro patrimonio histórico cultural que debe ser puesto en valor	Forma parte de las danzas y bailes costumbristas de nuestra región	Es parte de la tradición chachapoyana y amazonense y forma parte del patrimonio tradicional	Es parte de la riqueza cultural y patrimonial de amazonas

<b>¿Cree que este baile tenga las suficientes características para formar parte del producto turístico?</b>	Si	Si	Si	Si	Si
<b>¿Existe en su representada actividad o proyectos entorno a este baile?</b>	Se realiza un festival de chumaychada en coordinación con la dirección de cultura	A través de las actividades de las fiestas patronales se realiza un festival de la chumaychada.	No directamente	No	Se colabora con las actividades realizadas por cultura y la comisión organizadora de fiestas patronales
<b>¿Qué se debería hacer para que sea parte del producto turístico?</b>	Trabajar en conjunto de manera planificada sector público y privado	Revalorar y darle la importancia por las autoridades y el sector privado	Planificar actividades en torno a la chumaychada desde el punto de vista turístico	Trabajo en conjunto para promover la chumaychada	Se debe buscar una denominación de origen y programarlo como un baile propio de la zona y entorno a ello generar actividades turísticas

**Fuente: elaboración propia**

Los entrevistados en conclusión muestran una predisposición y opinión favorable de la chumaychada como parte del producto turístico de Chachapoyas, por sus características, importancia cultural y patrimonio, pero son coincidentes que requiere planificación para lograr este objetivo.

**3.1.1.3.Resultado de la entrevista a tour operadores para la inclusión de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas**

Se entrevistaron 5 operadoras de turismo para conocer su predisposición en comercializar actividades como baile de chumaychada como parte del producto turístico. Los resultados son:

**Tabla N° 02** Matriz de la entrevista a tour operadores para la inclusión de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas

<b>Preguntas</b>	<b>Nombre</b>	Trip Adventur	Santa María Travel	Chachapoyas Expedition	Turismo Explore	Viajes Pacífico
<b>¿En su línea de productos ofertan algún show relacionado con música y danza? ¿Porque?</b>		No	No	si	No	Si
<b>¿Cuál es su opinión sobre incluir las danzas y bailes en el producto turístico en Chachapoyas?</b>		Favorable	Favorable	Favorable	Favorable	Favorable
<b>¿Estaría de acuerdo en incluir actividades con la chumaichada en su línea de productos?</b>		Si	Si	Si	Si	Si
<b>¿Qué se debería hacer para incluir la chumaichada en el producto turístico Chachapoyas?</b>		Promocionarlo mas	Programar eventos	Planificar actividades de difusión	Promoción	Promover eventos

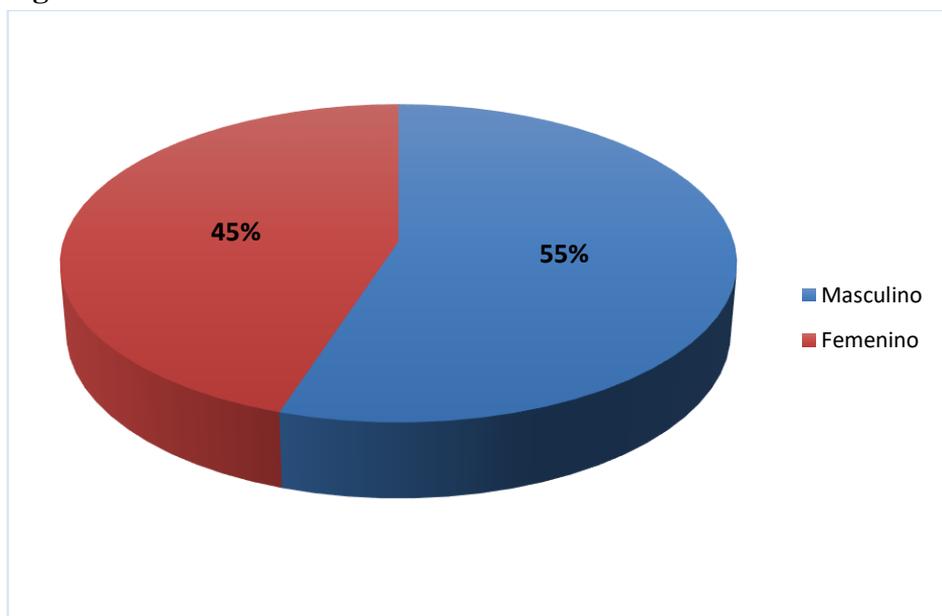
**Fuente:** elaboración propia

Existe una pre disposición por parte de los operadores de turismo favorable para poder plantear después una propuesta

### 3.1.2. Resultados de la demanda

En la demanda se ha considerado los turistas nacionales y extranjeros a quienes se les ha hecho una propuesta para conocer su aprobación sobre el baile llegándose al siguiente resultado:

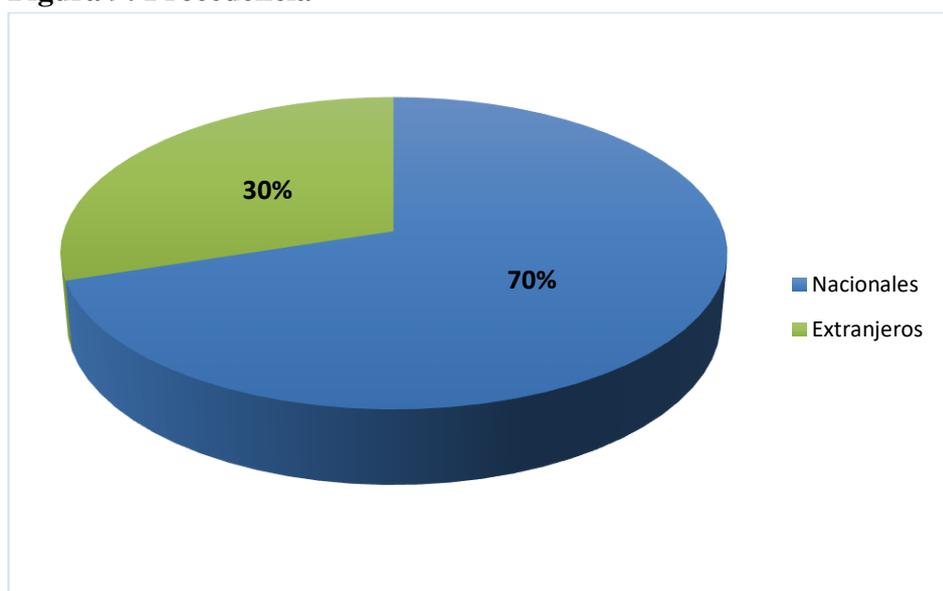
**Figura 8: Género**



**Fuente: encuesta**

El 55% de los turistas encuestados es del género masculino y el 45% femenino.

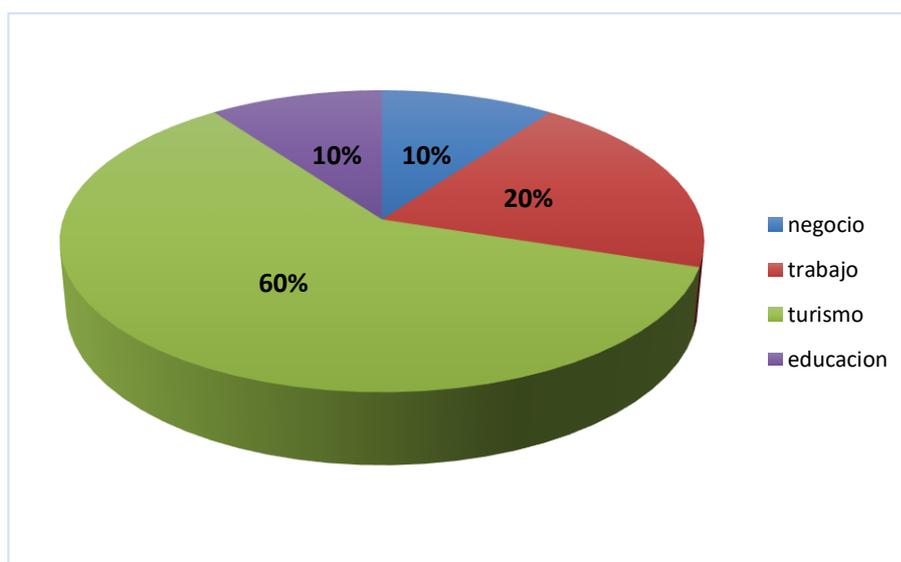
**Figura 9: Procedencia**



**Fuente: encuesta**

El 70% de los turistas encuestados son nacionales y 30% extranjeros

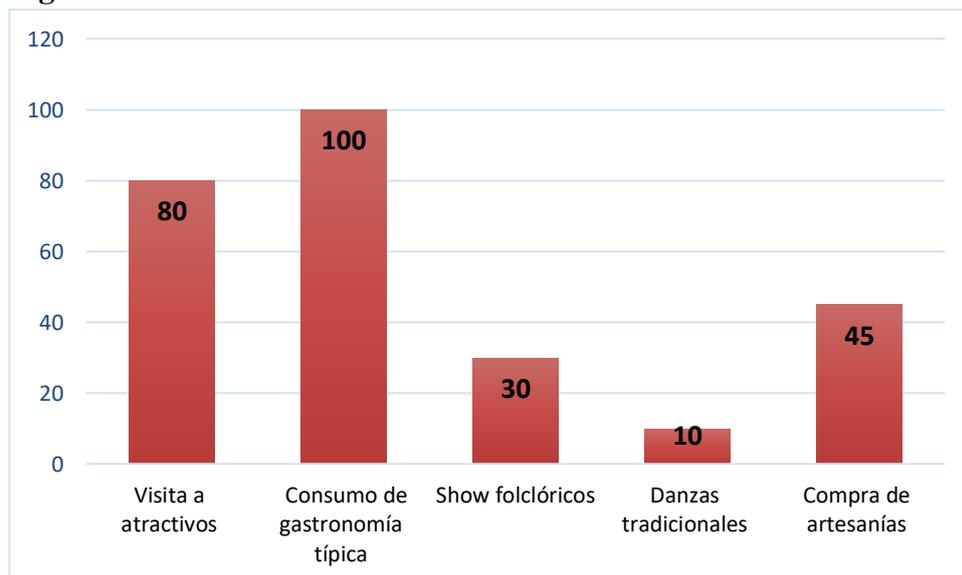
**Figura 10: Motivo de visita a la ciudad de Chachapoyas.**



**Fuente: encuesta**

De los turistas encuestados el 60% vinieron a la ciudad de Chachapoyas por turismo, el 20% por trabajo y el 10% por negocio y educación

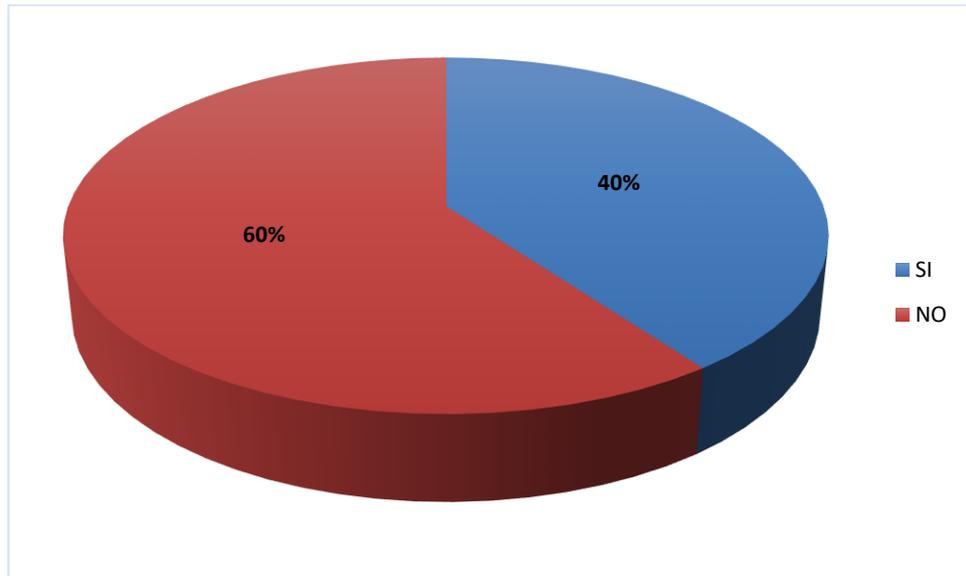
**Figura 11: Actividades turísticas realizadas**



**Fuente: encuesta**

El 100% de los encuestados consumieron gastronomía típica, el 80% visitaron atractivos, el 45% compra de artesanía, el 30 asistió a show folclóricos y el 10 a danzas tradicionales

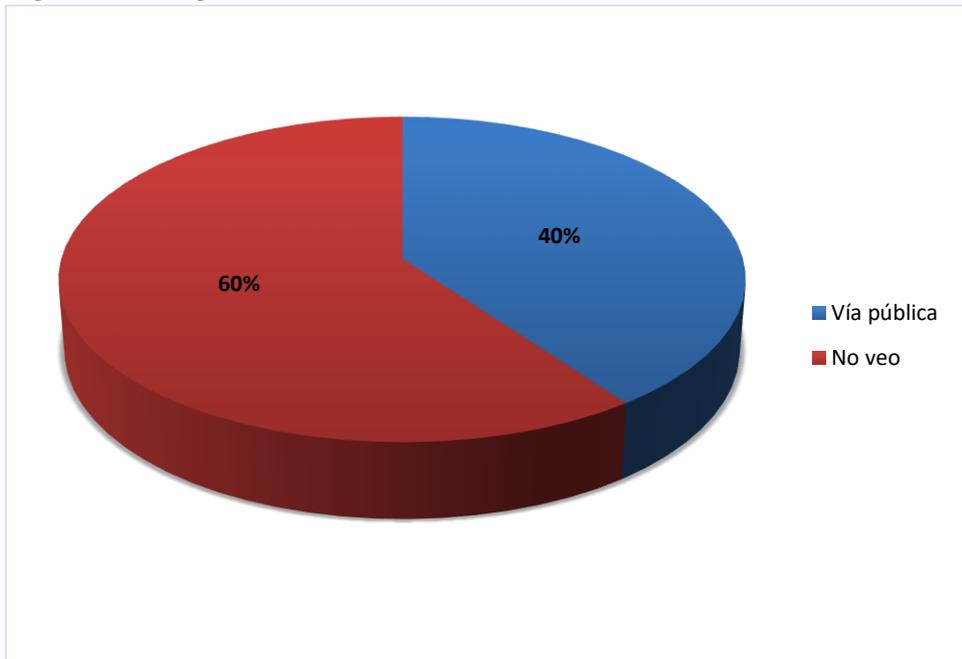
**Figura 12: Opinión si durante su visita a conocido algún tipo de danza o baile típico de Chachapoyas**



**Fuente: encuesta**

El 60% de los encuestados opinó que no conoció un baile a danza típica durante su viaje y el 40% que si

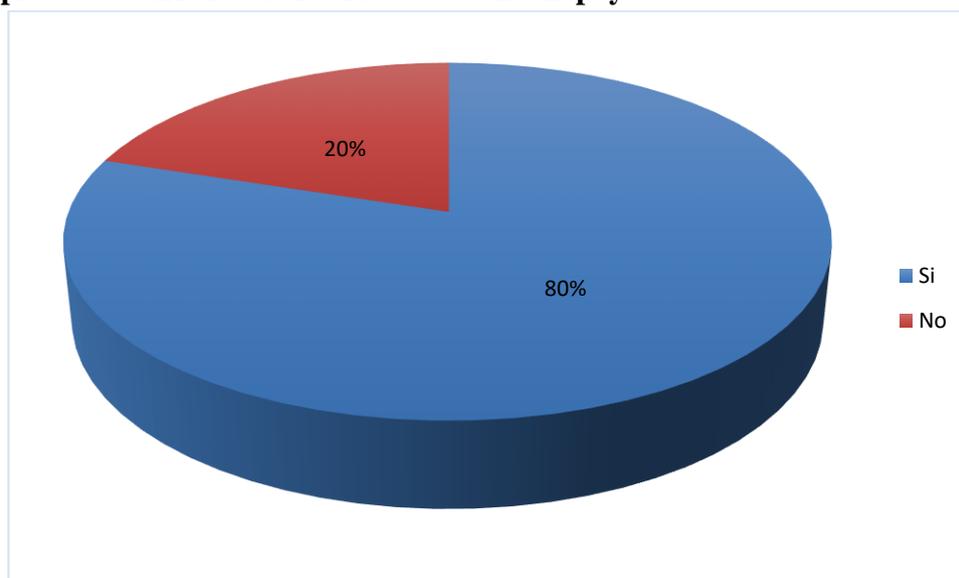
**Figura 13: Lugar donde vio el baile o danza**



**Fuente: encuesta**

De los turistas encuestados el 40% vio el baile o danza típica en la vía pública y el 60% no vio

**Figura 14: Opinión sobre si sea necesario incluir un baile o danza en el producto turístico de la ciudad de Chachapoyas**



**Fuente: encuesta**

El 80% de los turistas encuestados opinan que es necesario incluir un baile o danza en el producto turístico de la ciudad de Chachapoyas y un 20% que no.

### **3.1.3. Análisis del diagnóstico**

Para el análisis del diagnóstico se ha considerado como herramienta al FODA:

#### **Fortalezas**

- ✓ Población identificada con la chumaychada como un baile regional y chachapoyano
- ✓ Los emprendedores turísticos identifican a la chumaychada como una de sus principales danzas para mostrar al turismo
- ✓ Autoridades relacionadas con la actividad turística de acuerdo con que la chumaychada sea incluido en el producto turístico.

#### **Oportunidades**

- ✓ El creciente flujo turístico en Chachapoyas y Amazonas
- ✓ Turistas interesados en conocer el folclore dentro de ellos las músicas y danzas de los lugares que visitan

#### **Debilidades**

- ✓ Baile de la chumaychada mostrado pocas veces al año y de manera limitada a la población y visitantes
- ✓ No existen canales adecuados para difundir la chumaychada como un baile tradicional de la ciudad de Chachapoyas
- ✓ Poca gente que practica el baile de la chumaychada
- ✓ Desconocimiento de los turistas de
- ✓

- ✓ las existencias de bailes típicos en la zona como parte del producto turístico
- ✓ Inadecuados proyectos de turismo para difundir el folclore como parte del turismo

**Amenazas**

- ✓ Posicionamiento de otra danza o baile dentro de la imagen turística de amazonas
- ✓ Destinos emergentes fronterizos con amazonas desarrollando su producto turístico en basa a danzas

**3.2. Identificación de canales que se deberían seguir para posicionar el baile de la Chumaychada como producto turístico de la ciudad de Chachapoyas**

Teniendo en cuenta los resultados y las necesidades de los turistas en relación al baile de la Chumaychada se han identificado 4 canales para el posicionamiento de la Chumaychada y son: medios de comunicación, oficinas de información y promoción turística, canales informáticos e internet, ejecución de eventos.

**Identificación de canales para posicionamiento de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas.**

**Tabla 03:** Identificación de canales para posicionamiento de la Chumaychada como parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas.

<b>Canales</b>	<b>Tipo de estrategias a realizar</b>
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difusión en prensa escrita, radial y televisada.</li> <li>• Organización de pres tour</li> <li>• Organización de conferencias de prensa</li> </ul>
Oficinas de información y promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un plan de promoción</li> <li>• Organización de base de datos e información de la Chumaychada</li> <li>• Elaboración de material de difusión de la Chumaychada como trípticos</li> </ul>
Canales informáticos e internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de material de promoción como videos para difundir en internet marketing place y en redes sociales</li> <li>• Selección de redes sociales e internet</li> </ul>
Ejecución de eventos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación de un mega evento de Chumaychada</li> <li>• Eventos privados de hoteles, restaurantes y operadores de turismo</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia

**Tabla 04: Costo aproximado**

<b>Estrategia</b>	<b>Costo aproximado</b>
• Difusión en prensa escrita, radial y televisada.	<b>S/. 10 000.00</b>
• Organización de pres tour	<b>S/. 10 000.00</b>
• Organización de conferencias de prensa	<b>S/. 3 000.00</b>
• Elaboración de un plan de promoción	<b>S/. 15 000.00</b>
• Organización de base de datos e información de la Chumaychada	<b>S/. 3 000.00</b>
• Elaboración de material de difusión de la Chumaychada como trípticos	<b>S/. 15 000.00</b>
• Elaboración de material de promoción como videos para difundir en internet marketing place y en redes sociales	<b>S/. 10 000.00</b>
• Selección de redes sociales e internet	<b>S/. 2 000.00</b>
• Planificación de un mega evento de Chumaychada	<b>S/. 30 000.00</b>
• Eventos privados de hoteles, restaurantes y operadores de turismo	<b>S/. 10 000.00</b>
<b>Total</b>	<b>108 000.00</b>

**Fuente: elaboración propia**

**Tabla 05. Costo operativo del proyecto**

<b>Costos operativos del proyecto</b>	<b>Personal</b>	<b>Costo anual</b>
	1 Administrador	
	1 Asistente	<b>S/. 25 000.00</b>
<b>Total</b>		<b>S/. 60 000.00</b>

**Fuente: elaboración propia**

Estrategias	Meses																								
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Difusión en prensa escrita, radial y televisada.	■	■						■	■							■	■							■	■
Organización de pres tour																	■	■							
Organización de conferencias de prensa	■					■						■									■				
Elaboración de un plan de promoción		■	■	■	■	■	■	■																	
Organización de base de datos e información de la chumaychada		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■														
Elaboración de material de difusión de la chumaychada como trípticos										■	■	■													
Elaboración de material de promoción como videos para difundir en internet marketing place y en redes sociales													■	■	■										
Selección de redes sociales e internet							■	■	■	■	■	■													
Planificación de un mega evento de chumaychada						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
Eventos privados de hoteles, restaurantes y operadores de turismo						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

**Tabla 05:** cronograma de actividades

**CAPITULO IV**  
**DISCUSIÓN**

#### **IV. DISCUSIÓN**

Se considera estrategia a un método, arte o ciencia efectiva para alcanzar objetivos planeados al inicio de una situación problemática. La estrategia tradicional es uno o varios planes que permiten la mejor distribución de los recursos, organizaciones e inteligencia disponible a efectos de conseguir un objetivo deseado. Bajo este fundamento teórico en la tesis se propone como estrategia a un conjunto de acciones que de manera individual o colectiva apuntaran a convertir a la chumaychada en parte del producto turístico de la ciudad de Chachapoyas, aprovechando sus cualidades como es el ser una danza tradicional de salón con particularidades propias de este lugar.

Dentro de los tipos de estrategia según Rodríguez, (2014) las estrategias de mercado son las que tiene por finalidad alcanzar fines propuestos a largo plazo por un esquema de mercadeo para ello deben cumplirse 4 requisitos que deben ser: posible, consistente, idóneo y realista. Bajo este enfoque la tesis se desarrolla en un mercado turístico, donde se pretende posicionar a la chumaychada como parte de este y las propuesta cumple con los requisitos, considerándose la propuesta de solución es factible a realizar teniendo en cuenta que ha sido considerando la oferta y la demanda; tiene características de consistente en el sentido que su intervención consistirá en un destino emergente, es idóneo teniendo en cuenta que los turistas requieren de diversidad de actividades en las que puedan escoger y disfrutar durante su viaje y realista al ser concebida en una realidad que presenta un problema para ser solucionado.

Las estrategias de posicionamiento son un proceso que tiene como objetivo llevar una marca empresa o producto a liderar un mercado; en este caso se pretende que un baile como la chumaychada se posicione en los visitantes nacionales y extranjeros como parte de la oferta turística de Chachapoyas.

El 2014 Rivadeneira realiza una investigación de la danza como un reconocimiento para la música del mundo; su investigación estuvo orientada a conocer las posibilidades que ofrece la danza en el proceso de aprendizaje en alumnos de educación infantil. Frente a esta investigación la coincidencia se encuentra en la variable danza o baile y en que este puede ser utilizado en

múltiples actividades tanto para educar como para disfrutar formando parte de la actividad turística de un destino.

La hipótesis que es “Se debería posicionar a través de estrategias de marketing que permitan generar al baile de la Chumaychada una marca reconocida dentro de la oferta turística en el destino Chachapoyas\_ Amazonas”, queda contrastada y comprobada teniendo en cuenta que se utilizaron estrategias de mercado para posicionar la chumaychada y que estas han sido basadas en la identificación de canales que son ,los medios de comunicación, oficinas de promoción, creación de un mega evento, canales de información e internet y ejecución de eventos ligadas al márketing.

**CAPITULO V**  
**CONCLUSIONES**

## V. CONCLUSIONES

- Con el diagnóstico se ha determinado que no existe la planificación adecuada para integrar a la chumaychada como parte del producto turístico de Chachapoyas, a pesar de conocer su importancia la población, autoridades y actores involucrados en el sector turismo.
- Los turistas nacionales y extranjeros tienen poco involucramiento con el folclore tipo danza y bailes tradicionales, que mayormente lo observaron en espacios públicos como pasacalles entre otros, siendo limitado este como un show turístico. Los visitantes consideran esto como una limitante para la satisfacción de sus necesidades.
- Se han identificado 4 canales para el posicionamiento de la Chumaychada como parte del producto turístico que son: medios de comunicación, oficinas de información y promoción, canales informáticos e internet y ejecución de eventos. Que en su conjunto están orientados a buscar el posicionamiento de la Chumaychada dentro del mercado turístico, consolidando la oferta.
- Se han identificado 10 estrategias que forman parte de los canales de posicionamiento y cada una ha sido concebida pensando en solucionar la problemática encontrada en los resultados.

**CAPITULO VI**  
**RECOMENDACIONES**

## **VI. RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda al Gobierno Regional y Local consolidar la marca turística de Chachapoyas incluyendo en ellos danzas tradicionales como la chumaychada.
- ✓ Se recomienda a la Dirección de Cultura y al DIRCETUR fortalecer la identidad cultural y turística tomando como eje a la chumaychada como un elemento principal para lograr con ello cumplir con los objetivos culturales y turísticos.
- ✓ Se recomienda a las entidades Regionales vinculadas con la cultura y el turismo considerar este trabajo como una propuesta real y factible para ser aplicada en la ciudad de Chachapoyas y contribuir al enriquecimiento del producto turístico, con el fin de satisfacer las necesidades del turista nacionales y extranjeros como de los locales que requieren identificarse con su cultura.

**CAPITULO VII**  
**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Campojo, M. &. (2017). Estrategias para el posicionamiento del centro histórico de la ciudad de Chachapoyas como parte del destino turístico de la Región Amazonas – 2017. (U. N. Mendoza, Ed.) Chachapoyas, Perú: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Recuperado el 12 de julio de 2018, de <http://repositorio.unrtm.edu.pe/handle/UNTRM/1218>
- Dircetur. (2010). Inventario Turístico. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <http://www.iiap.org.pe/upload/publicacion/PUBL519.pdf>
- Rivadeneira, M. (2014). La danza como recurso para el conocimiento de la música del mundo en educación infantil. (U. d. Valladolid, Ed.) Facultad de Educación y Trabajo Social. Recuperado el 25 de julio de 2019, de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/7297/TFG-G758.pdf?sequence=1>
- Sánchez, R. (2018). Estrategias para el posicionamiento de la laguna de Burlan como parte de la oferta turística en la provincia de Utcubamba - 2018. (U. N. Mendoza, Ed.) Chachapoyas, Perú : Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Recuperado el 13 de julio de 2018 , de <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/1462>
- Zagaceta, Y. (2013). Danzas de la provincia de Chachapoyas como parte del producto turístico amazonense - 2013. (U. N. Mendoza, Ed.) Chachapoyas, Perú : Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Recuperado el 22 de agosto de 2017, de <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/215>

**CAPITULO VIII**  
**ANEXOS**

## VIII. ANEXOS

### ANEXO 1

#### ENCUESTA A LA POBLACIÓN SOBRE LA CHUMAICHADA COMO PARTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

La presente encuesta, es parte de una investigación para realizar una tesis. Está dirigida a la población de Chachapoyas para saber qué opina acerca de la Chumaychada como parte del producto turístico de dicha ciudad. Su colaboración será de gran ayuda para cumplir con el objetivo. Responda según su parecer las siguientes preguntas. Gracias por su colaboración.

**Género:**

M	F
---	---

**Edad:**

**Ocupación:** \_\_\_\_\_

**1. ¿Conoce usted la Chumaychada?**

SI  NO

**2. ¿Cree que esta danza forma parte del Patrimonio Cultural de la ciudad de Chachapoyas?**

SI  NO

Porque: \_\_\_\_\_

**3. ¿Cree usted que este baile puede ser considerado como un atractivo turístico?**

SI  NO

Porque: \_\_\_\_\_

4. **¿Conoce en el Perú o en el extranjero algún baile y danza que sea utilizado como un atractivo turístico?**

PERÚ	EXTRANJERO

5. **¿Que se debería hacer para convertir a la chumaychada en un atractivo turístico?**

- a. Promover la chumaychada
- b. Elaborar y ejecutar un proyecto de puesta en valor
- c. Trabajar con el sector privado
- d. Otros: \_\_\_\_\_

6. **¿Usted participaría en las estrategias para convertir a la chumaychada en atractivo turístico?**

SI  NO

De qué manera sería su participación:

---

---

---

## ANEXO 2

### ENCUESTA A TURISTAS SOBRE SU CONOCIMIENTO DE LA CHUMAICHADA DURANTE SU VISITA A LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

La presente encuesta, es parte de una investigación para realizar una tesis. Está dirigida a los turistas para ver si conocen sobre la chumaychada durante su visita a la ciudad de Chachapoyas. Su colaboración será de gran ayuda para cumplir con el objetivo. Responda según su parecer las siguientes preguntas. Gracias por su colaboración.

Género: 

M	F
---	---

 Edad:

Ocupación: \_\_\_\_\_

Procedencia:

#### 1. Motivo de visita a la ciudad de Chachapoyas.

- a. Negocio
- b. Trabajo
- c. Turismo
- d. Educación

#### 2. Actividades turísticas realizadas

- a. Visita a atractivos
- b. Consumo de gastronomía típica
- c. Show folclóricos
- d. Danzas tradicionales
- e. Compra de artesanías

#### 3. Durante su visita a conocido algún tipo de danza o baile típico de Chachapoyas

SI  NO

#### 4. ¿Dónde vio este baile o danza?

- a. Hotel
- b. Restaurante
- c. Teatro
- d. Coliseo
- e. Otros: \_\_\_\_\_
- f. No veo

5. **¿Cree que sea necesario incluir un baile o danza en el producto turístico de la ciudad de Chachapoyas?**

SI

NO

Porque:

---

---

---

6. **¿Qué se debería hacer para incluir una danza en el producto turístico de la ciudad de Chachapoyas?**

a. Promocionarla

b. Realizar actividades planificadas

c. Promover presentaciones en restaurantes y locales

d. Otros:

---

---

