

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



**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**T E S I S**

**DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA COMO MEDIO DE DESARROLLO  
TURÍSTICO EN LOS CENTROS DE ESPARCIMIENTO NOCTURNO EN  
LA CIUDAD DE CHCHAPOYAS - PROVINCIA CHACHAPOYAS -  
REGIÓN AMAZONAS 2013**

**PARA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

**PERCY OMAR BUSTAMANTE SÁNCHEZ**

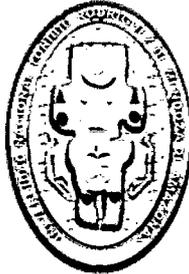


**CHACHAPOYAS, OCTUBRE**

**127 MAY 2015**

**2013**

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



**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**TESIS**

**DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA COMO MEDIO DE DESARROLLO  
TURÍSTICO EN LOS CENTROS DE ESPARCIMIENTO NOCTURNO EN  
LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS - PROVINCIA CHACHAPOYAS -  
REGIÓN AMAZONAS 2013**

**PARA OBTENCION DEL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
TURISMO Y ADMINISTRACIÓN.**

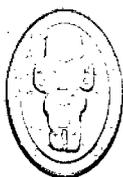
**AUTOR**

**PERCY OMAR BUSTAMANTE SÁNCHEZ.**

**CHACHAPOYAS, OCTUBRE – 2013**



**27 MAY 2015**



**UNIVERSIDAD NACIONAL**

**TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS.**

---



**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

Ph. D. Dr. Hab. Vicente Marino Castañeda Chávez.

**RECTOR**

Dr. José Roberto Nervi Chacón.

**VICERRECTOR ACADEMICO**

Dr. Ever Salomé Lázaro Bazán.

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

Dra. Maritza Revilla Bueloth

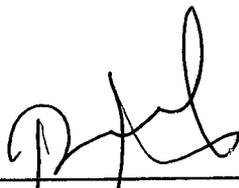
**DECANA DE LA FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.**

## VISTO BUENO DEL ASESOR

Conste por el presente documento que en opinión del abajo suscrito, el bachiller en Turismo y Administración, Bustamante Sánchez Percy Omar autor de la tesis **“Diversificación De La Oferta Como Medio De Desarrollo Turístico En Los Centros De Esparcimiento Nocturno En La Ciudad De Chachapoyas - Provincia Chachapoyas - Región Amazonas 2013.”** Trabajo que ha sido ejecutado del 11- 11 - 2012 al 29 - 10 – 2013.

Doy fe que esta investigación es coherente en su fondo y forma responde óptimamente a un análisis de conciencia lógica y metodológica.

Chachapoyas, 29 de Octubre del 2013.



---

Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz.

Docente de la FTYGEAC – UNTRM - A

**JURADO**

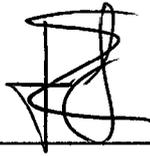
**PRESIDENTE**

**Lic. Agustín Tamayo Beltrán.**

---

**SECRETARIO**

**Lic. Fernando Rogelio Sánchez Altamirano.**



---

**VOCAL**

**Dra. Maritza Revilla Bueloth.**

---

**ACCESITARIO**

**Econ. Manuel Morante Dávila.**



---

## **DEDICATORIA**

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto mostrándome día a día con humildad paciencia y sabiduría que todo es posible, además de su infinita bondad y amor.

A mis Padres y Hermanos quienes con su amor, apoyo y comprensión incondicional estuvieron siempre en el trayecto de mi formación estudiantil; a ellos que siempre tuvieron una palabra de aliento en los momentos difíciles y que han sido incentivos de mi superación.

## **AGRADECIMIENTO**

Me gustaría que estas líneas sirvieran para expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización de la investigación y si por descuido dejé de mencionar a alguien muy importante desde ya pido las disculpas correspondientes en el caso de que suceda.

En primer lugar le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Debo agradecer de manera especial y sincera a los docentes de la UNTRM por ese apoyo, confianza, dedicación de su tiempo que me brindaron cuando estaba en las aulas.

Del mismo modo agradezco a los propietarios de los establecimientos nocturnos ubicados en la ciudad de Chachapoyas por haberme facilitado su tiempo y por la información brindada.

También me gustaría agradecer a la población de Chachapoyas quienes tuvieron la paciencia de contestar a las preguntas planteadas en la encuesta ya que fue de mucha ayuda para esta investigación.

Un agradecimiento muy especial merece la comprensión, paciencia y el ánimo recibidos de mi familia y amigos.

A todos ellos, muchas gracias.

## INDICE

<b>AUTORIDADES UNIVERSITARIAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>JURADO.....</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xí</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>01</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>04</b>
<b>2.1. Base teórica .....</b>	<b>04</b>
<b>2.2. Antecedentes .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2.1. Antecedentes Internacionales.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2.2. Antecedentes Nacionales .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.3. Antecedentes Locales.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3. Realidad Problemática.....</b>	<b>26</b>
<b>2.3.1. Planteamiento del problema .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3.2. Formulación del problema .....</b>	<b>27</b>
<b>2.3.3. Justificación del problema .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4. Hipótesis .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4.1. Variables.....</b>	<b>28</b>
<b>2.4.2. Indicadores.....</b>	<b>29</b>
<b>2.5. Objetivos .....</b>	<b>29</b>
<b>2.5.1. Objetivo General. ....</b>	<b>29</b>

2.5.2. Objetivos Específicos .....	29
<b>III. PLAN DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Diseño de la investigación.....	30
3.2. Material de estudio.....	30
3.3. Población y muestra .....	31
3.4. Métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos.....	33
3.5. Análisis estadístico de datos.....	35
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>36</b>
4.1. Análisis de la situación actual de los centros de esparcimientos nocturnos localizados en la ciudad de Chachapoyas.....	36
4.1.1. Registro de los establecimientos existentes en la ciudad de Chachapoyas.....	36
4.2. Resultado de la encuesta aplicada a la población de la Ciudad de Chachapoyas para determinar el grado de satisfacción de los centros nocturnos.....	40
4.2.1. Análisis FODA de los centros de esparcimiento nocturno.....	53
4.3. Resultados de las entrevistas realizadas a los propietarios de los establecimientos nocturnos de la Ciudad de Chachapoyas.....	56
4.4. Propuesta para Diversificar la Oferta Turística de los Centros de Esparcimiento Nocturno en el Distrito de Chachapoyas.....	59
<b>V. DISCUSIONES.....</b>	<b>74</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>80</b>

<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>82</b>
<b>VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>83</b>
<b>IX. ANEXOS.....</b>	<b>86</b>

## **RESUMEN**

La labor de esta investigación cuyo tema es "Diversificación de la Oferta como medio de Desarrollo Turístico en los Centros de Esparcimiento Nocturno de la ciudad de Chachapoyas - Región Amazonas 2013", ha sido concebido y en marcado dentro de los lineamientos establecidos por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas y muy particularmente por la Facultad De Turismo Y Ciencias Económicas, Administrativas Y Contables.

La hipótesis planteada es: La calidad y la diversificación en los servicios que se brinden en los centros de esparcimiento nocturnos harán que se constituyan en una alternativa para la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Chachapoyas – Provincia Chachapoyas – Región Amazonas.

El objetivo general de la investigación es: Plantear una propuesta que permita la diversificación de los centros de esparcimiento nocturno ubicados en la ciudad de Chachapoyas.

La metodología utilizada para la presente investigación fue analítica de estudio longitudinal, tomando en cuenta el estudio retrospectivo; para la muestra poblacional se tomó en cuenta el método estadístico de muestreo probabilístico determinando así el muestreo estratificado, ya que se tomó en cuenta solo a la PEA( población económicamente activa) ocupada de la ciudad de Chachapoyas teniendo por conveniente realizar una encuesta a 58 personas y también se realizó una entrevista a los propietarios de los centros de establecimientos nocturnos.

Para el desarrollo de esta investigación se parte del problema existente en nuestra ciudad de Chachapoyas donde se buscó un apoyo teórico que defina con precisión las bondades que tiene la Región de Amazonas, se elaboró un análisis de los aspectos empresariales en los centros de esparcimiento nocturno; complementándolo con la investigación de mercado para de esta manera poder establecer las necesidades y preferencias de nuestros futuros clientes potenciales y adicionalmente determinar nuestro mercado objetivo

**PALABRA CLAVE:** Diversificación de la oferta, centros de esparcimiento nocturno y desarrollo turístico.

## **ABSTRACT**

The task of this research which title is “Diversifying of an offer as a way of tourist development in nocturnal relaxation centers in Chachapoyas city – Amazon region 2013”, it was done according to the rule of Toribio Rodriguez de Mendoza University and tourism, economic science, management and countable faculty.

The hypothesis posed is: Diversifying and quality in services which are given in nocturnal relaxation centers, it will be an alternative to diversify the tourist offer in Chachapoyas city – Chachapoyas province – Amazon Region.

The general aim of this research is to identify the nocturnal relaxation centers in Chachapoyas city to diversify the tourist offer.

The methodology used in this research was analytic, having in mind the retrospective study, to population sample; it was taken the statistic method – determinate probabilistic sample, because it was just taken the population in active labor in Chachapoyas city, so we did a pole to 58 people and also was made an interview to the nocturnal centers owners.

To do this right research, it was started from the problem in our city of Chachapoyas, where it was needed an theory help, where we can find all the main measures which are in this Amazon region, it was made a test about industries aspects in nocturnal relaxation centers, and it was complement with market research to be able to identify the preferences and needs of our future clients; and find out final markets.

**Key words:** Offer diversifying, nocturnal relaxation centers, tourist development.

## **I. INTRODUCCION**

En las últimas décadas, el sector turístico ha alcanzado una mayor importancia como fuente de desarrollo no sólo del sector, sino también de la economía regional y nacional. Año a año es posible observar que la afluencia de turistas va aumentando alcanzando ciertas fases del turismo generando mayor desarrollo. Una de estas fases es el rápido crecimiento que ha presentado el turismo en la región Amazonas atrayendo un importante aporte económico en donde se vienen beneficiando los distintos prestadores de servicio turístico es aquí donde hacemos un paréntesis para realizar una comparación donde la oferta turística refleja tener gran prioridad en la ciudad de Chachapoyas, pero analizando el comportamiento de los distintos prestadores de servicio y enfocándonos directamente en los centros de esparcimiento nocturno se puede decir que existe la intención de mejorar en cuanto a la calidad de servicio de apostar por el desarrollo cuyo resultado se refleja en el desarrollo cultural, económico y social.

Además de identificar la importancia económica que conlleva este tipo de turismo, es de importancia mantener y atraer a nuevos grupos de turistas a los principales centros de esparcimiento nocturno se les recomienda mantener una alta variedad de productos para satisfacer a los demandantes, si bien es cierto que cada cliente satisfecho es el que transmite y recomienda generando el efecto multiplicador esforcémonos entonces en brindar un servicio de calidad. El objetivo de ésta investigación es identificar a los centros de esparcimiento nocturno para poder diversificar la oferta turística donde se conocerá el tipo de servicio que se viene brindando en los establecimientos.

Las preocupaciones son diarias que se están generando en los establecimientos, los propietarios no tienen un lineamiento una capacitación para mejorar e innovar su organización, como si lo tienen los prestadores de

servicio del área de restauración que se está desarrollando a través del proyecto de desarrollo sostenible organizado por el DIRCETUR -Amazonas (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Amazonas ), el cual se está desarrollando en cuatro provincias de la región Amazonas destacando entre ellas la provincia de Chachapoyas, Bongará, Luya y Rodríguez de Mendoza.

El objetivo de este trabajo de investigación es: Plantear una propuesta que permita la diversificación de los centros de esparcimiento nocturno ubicados en la ciudad de Chachapoyas. Debido al crecimiento demográfico e incremento del turismo a nivel mundial y nacional, la ciudad de Chachapoyas constituye una gran oportunidad de generación de empresas dedicadas al rubro de centros de esparcimiento nocturno, el cual no han logrado satisfacer a gran parte de sus visitantes, si bien es cierto en la actualidad la ciudad de Chachapoyas presenta un clima variante razón suficiente por lo que los turistas visitan centros nocturnos que a más de estar ubicados en su mayoría dentro de la ciudad.

Se pretende en esta investigación demostrar como La calidad y la diferenciación en los servicios que se brinden en los centros de esparcimientos nocturnos harán que se constituyan en una alternativa para la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Chachapoyas – Provincia de Chachapoyas – Región Amazonas 2013.

Es por eso que al seleccionar el conjunto de datos necesarios para poder realizar el estudio, se tomó en cuenta dos técnicas el cual nos permitió conocer las estructuras y organizaciones actuales que se presentan en cuanto a este tipo de establecimientos; la primera es la encuesta que se realizó a la población de la ciudad de Chachapoyas, nos permitió conocer el grado de satisfacción del cliente y las expectativas que tienen sobre la alternativa planteada, en cuanto entretenimiento y diversión.

La segunda técnica es la entrevista en donde se ha podido identificar a las distintas maneras como están instituidas y organizadas los centros de esparcimientos nocturnos; deduciendo en tal sentido: que todos los propietarios entrevistados de una u otra manera ya sea empírica o asesorados cada uno de ellos tienen sus propias características para mostrarse diferente frente los demás.

El principal problema se concibe desde una explicación de qué manera afecta la falta diversificar a la oferta en centros de esparcimiento nocturno situados en la en la ciudad de Chachapoyas y como alternativa la presencia de una oportunidad de generar desarrollo mediante múltiples factores, conceptualmente se ha desarrollado concepciones asignadas a los riesgos psicosociales generados en los distintos puestos de trabajo por un segmento de la población de Chachapoyas, el stress y los efectos del cansancio tanto del público proveniente de otras ciudades como el de nuestra localidad, lo que denota conceptualmente los fundamentos teóricos y que son la razón epistemológica del alcance de este trabajo enfocado principalmente del punto turístico.

Es de esta manera que se planteó una propuesta de solución para los propietarios de los centros nocturnos; en donde se busca contribuir a la diversificación de la oferta de los centros de esparcimiento nocturno en la ciudad de Chachapoyas en donde debe ser manejado desde el punto de vista de la planificación a nivel macro, es decir debe formar parte del conjunto de actividades del plan regional del turismo e ir en concordancia con la visión que se tiene de esta actividad en la región.

Para la propuesta teniendo en cuenta las características de política macro de carácter regional que se hicieron mención se ha elaborado el árbol de problemas, árbol de objetivos que permitan el diseño de un marco de actividades planificadas que contribuyan a la diversificación que busca la investigación.

## II. MARCO TEÓRICO:

### 2.1. Base teórica:

Mediante la elaboración de este trabajo de investigación se han identificado distintos términos conceptos y definiciones, el cual requiere de un análisis previo el cual nos permitirá entender la formulación de esta investigación.

- **Centros de Diversión (Discotecas, Bares, Pubs y afines):**

Son establecimientos que ofrecen a los públicos en general (visitantes y lugareños) sus servicios referentes al consumo de bebidas alcohólicas, música grabada o en vivo, baile, variedades especiales y propuestas singulares.

Son lugares de encuentro y reunión, forman parte de la cultura y costumbres de cada zona geográfica, presentando características peculiares según la misma. (DIRCETUR CUSCO, 2009: 20)

- **Clasificación de los Centros Nocturnos:**

a) **Centro Nocturno de Gran Turismo:** Se ubica en hoteles y en zonas turísticas muy concurridas o de gran movimiento social o en áreas laborales. Dispone de una barra grande de madera, mobiliario, equipo y utensilios de calidad, también de una carta de vinos y licores; el servicio brindado es altamente calificado, con personal capacitado mayor de edad y con experiencia; con una infraestructura apropiada para dar la acogida que el demandante espera tales como : piano, un equipo de luz, sonido profesional, además una pista para dar cavidad a cinco o seis cantantes, sin telón al mismo tiempo cuenta con máquina registradora, aire acondicionado, servicios sanitarios para damas y caballeros. ([tallerdeturismopractico3.blogspot.com/.../clasificacion-de-los-bares-22/01/13](http://tallerdeturismopractico3.blogspot.com/.../clasificacion-de-los-bares-22/01/13))

**b)Centro Nocturno Clase Turista:**La ubicación de conducta que deberá ser estrategia, en sitios comerciales, de gran actividad laboral, céntricos, concurridos e iluminados; su barra es el principal motivador y herramienta de ventas, por lo que ésta será de manera, visible y de gran tamaño, con terminados comerciales, su área trasera entre refrigeradores y una mesa de trabajo para la preparación de botanas, cuando éstas estén contempladas de servicio; contará con mobiliario y equipo de calidad en la variedad y bebidas alcohólicas y no alcohólicas; el personal de servicio será mayor edad, portará un uniforme y estará capacitado. Debe tener una pista bien ubicada a las tres o cinco cantantes, un equipo de sonido y luces adecuadas de nivel profesional; máquina registradora; sanitarios para los consumidores, un jabón líquido y secador eléctrico o toallas desechables del papel.  
([tallerdeturismopractico3.blogspot.com/.../clasificacion-de-los-bares-22/01/13](http://tallerdeturismopractico3.blogspot.com/.../clasificacion-de-los-bares-22/01/13))

**c)Centro Nocturno Categoría Popular:** Su ubicación, por lo regular se da en las colonias populares retiradas de la serie de mucha actividad comercial o laboral. Su barra es de madera y de tamaño reducido, el mobiliario y equipo Generalmente es de calidad comercial; podrá vender bebidas típicas y populares, licores, aguardientes nacionales, también cerveza, ya sea embotellada; el personal deberá ser mayor de edad y vestido adecuadamente con un delantal; entre máquina registradora ventiladores de techo y un sanitario.

Para las tres categorías será indispensable enseñar todas las discusiones que determine la secretaria de salud, tanto en normatividad permanente comunal de los requisitos de apertura de dichos establecimientos, así como contar con autorización correspondiente para vender bebidas alcohólicas de que las licencias de venta por copeo de bebidas es de las más caras del

- **Bar:**(Del inglés bar, barra) es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas y aperitivos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra.

La persona que atiende el bar suele estar de pie, tras la barra, y en el mundo anglosajón se le conoce tradicionalmente con el nombre de barman o bartender. (tallerdeturismopractico3.blogspot.com/clasificacion-de-los-bares, 22/01/13)

**ORIGEN:** El origen del Bar es desconocido. Según se cree, nació en los antiguos puertos de mar, a raíz de los viajes comerciales. Los primeros datos al respecto registran la aparición de "Tabernas" en la península de Yucatán. De allí pasó a las antiguas colonias inglesas en Norteamérica, donde alcanzó desarrollo independiente. Muchos años después la idea del Bar, por entonces conocido como "Bar americano", se expandió a Inglaterra y Francia, y de allí a Europa y el resto del mundo.

- **Clasificación de bares:**
  - a) **Bar Familiar:** Se encuentra normalmente en los hogares, en un pequeño espacio destinado a este fin. El stock de bebidas es mínimo, difícilmente de más de una docena de botellas, y los utensilios con que cuenta son los indispensables.
  - b) **Bar Profesional:** Es el Bar abierto al público, con montaje e instalaciones apropiadas. Está dotado de un amplio surtido de bebidas, equipos, cristalería y utensilios apropiados para el trabajo eficiente y un buen servicio. Requiere de profesionales con técnicas muy depuradas para su atención y administración.

- **Tipos de bar y servicios que ofrecen:**
  - a) **Bar de Cocteles:** Ofrecen una amplia variedad de tragos internacionales. Normalmente cuentan con stock de buenas marcas y ofrecen un estándar superior de servicios de mesa. El personal trabaja bajo la supervisión de un Jefe de Bar o Cantinero Jefe.
  - b) **Bar de Expendio de Banquetes o Servicio:** Su función principal es servir al cliente a través de terceras personas. En la mayoría de los casos se ubica fuera de la vista del público. Se le considera como extensión de las operaciones de Bodega.
  - c) **Bar de Funciones - Open Bar:** No es permanente, por lo que se suele instalar con muebles desarmables. Su propósito es brindar servicio rápido en conferencias, cenas, coffee break, etc.
  - d) **Bar de Vinos:** Normalmente ofrecen únicamente vinos o bebidas preparadas a base de ellos. También proporcionan piqueos fríos y calientes.
  - e) **Bar de Restaurante:** Bar exclusivo para los comensales de un restaurante. Ofrecen cocteles clásicos internacionales, y un stock de vinos de mesa y fortificados. Normalmente está en la entrada del restaurante, al que sirve también como zona de recepción.
  - f) **Bar de Piscina:** Están situados en el área de la piscina o dentro de ella. Es frecuente que no utilice vasos de vidrio, pues las roturas representan riesgo para los pies descalzos.
  - g) **Bar Público:** Está abierto al público en general, ofrece una gama de cervezas y bebidas alcohólicas limitadas en marcas. Raramente ofrece cocteles preparados.
  - h) **Piano-Bar:** Es el Bar que ofrece música de piano como entretenimiento. Se sirven pocos cocteles. (Manual de técnicas y fundamentos de bar, DIRCETUR –Amazonas)
- **Pub:** Tipo de establecimiento nocturno alternativo a los bares típicos donde se sirven bebidas especialmente las alcohólicas, acompañadas

de música para bailar. El decorado, disposición y diseño de los muebles sigue un patrón que genera identidad con la modernidad y tecnología.(Manual de calidad turista para centros de entretenimiento y diversión, 2009: 21)

- **Discoteca:** Se considera a todo centro nocturno donde el público tiene la posibilidad de bailar al ritmo de la música de discos (nombre de origen). Donde la pista de baile juega un rol determinante de ahí su decoración con luces, equipo de sonido y piso especial para el despliegue de pasos al son de diferentes ritmos.(Manual de calidad turista para centros de entretenimiento y diversión DIRCETUR CUSCO, 2009: 20)
- **Importancia del Bar en el Sector Turismo y Hotelero:** En los establecimientos hoteleros y afines el Bar se constituye como una de las principales fuentes de ingreso, dado el muy alto nivel de utilidades que produce. El Bar es uno de los principales contactos del Hotel con el exterior, y es de vital importancia para el desarrollo del Turismo, sobre todo por ser sitio privilegiado de permanencia de los grupos de turistas extranjeros y nacionales, así como por ser depositario de algunos de los exponentes más caracterizados de la nacionalidad, como el caso del Pisco Sour, la Caipirinha, la Margarita, el Bellini, el Mojito, etc., que son altamente representativos de sus respectivos países.

También es un exponente de la cultura de un pueblo, país o nación. De allí que se exige un alto grado de cultura de quienes brindan este servicio, en el bar se da inicio a las relaciones de diferentes culturas del mundo, por la diversidad de concurrentes de diferentes lugares, razas y costumbres.

- **Turismo:** En la Cuenta Satélite del Turismo de México se define al turismo como “el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual.

Cuando una persona realiza un viaje sin motivo de lucro, requiere de una innumerable cantidad de servicios que van desde transporte, hospedaje y alimentos hasta distracciones, esparcimiento, o compras. Así, el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.

- **Diversificación Turística:** En la actualidad la diversificación de la actividad turística es una alternativa de muchos países del mundo para dar a su modelo turístico un sentido de sustentabilidad a través de diferentes estudios se ha encontrado la viabilidad de algunos segmentos estratégicos que su fomento permite cuidar y proteger los recursos naturales disponibles como la cultura y tradiciones de la nación, a la vez de observar la rentabilidad de las empresas turísticas.

La diversificación turística nos da la oportunidad de ocupar la oferta turística del país en aquellas temporadas tradicionales de vacaciones y con esto acolchonar un poco las drásticas caídas de la afluencia de turistas a los destinos en las “temporadas bajas”.

Cuando un destino busca la especialización de sus servicios orientados a satisfacer la demanda específica de un segmento, se crean sinergias de esfuerzos compartidos entre el sector público y privado que hacen de la diversificación una estrategia integral más allá del ámbito turístico.

Los prestadores de servicios turísticos necesariamente tienen que capacitarse ya que necesitan conocer cuáles son las expectativas de cada segmento al que quieren dirigirse y ofrecer un servicio de calidad que haga la visita repetitiva del turista.

Ir hacia la diversificación del turismo implica estar constantemente monitoreando las tendencias del mercado y evaluando el impacto que tiene hacia las comunidades involucradas en una actividad especializada del turismo, por lo que la constante investigación y desarrollo de productos y atractivos. (Canseco Marina, 2009)

- **Oferta turística:** Para explicar el turismo en toda su extensión, no podemos limitarnos solamente analizando a la demanda sino que también es muy necesario conocerla, delimitarla y conceptuarla a la oferta turística definiéndole así como: El conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. Está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades, así podríamos indicar como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística (conjunto de empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrolla.

Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje...) y tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, recreación etc.) ofrecidos efectivamente al turista. (Jiménez, 86).

Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística (OMT.91)

Compuesta en general por atractivos, actividades, organizaciones y empresas turísticas, con la salvedad de que los dos primeros elementos determinan de manera importante las decisiones de consumo, en tanto que las dos últimas producen los bienes y servicios efectivamente consumidos por los turistas (MEYER 2004) Autor: Arq. Jorge Valencia)

- **Demanda turística:** Desde que en los años 50 empezó a producirse un desarrollo continuado de los viajes , debido fundamentalmente al aumento del bienestar económico y al aumento de tiempo libre u ocio, la variable más importante y sobre la que más han estudiado lo investigadores y empresarios de mercado turístico es la demanda turística.

El concepto de demanda turística está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de su actividades de ocio y por lo tanto su determinación depende de numerosos factores no solo económicos sino también psicológicos, sociológico, físicos, éticos.

La componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos.(Milio, Isabel 2009)

- **Planta Turística:** Son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen.

La Infraestructura permite el buen uso y funcionamiento de recursos turísticos y planta turística, ya que incluye las infraestructuras relativas al transporte, comunicaciones (telefónicas) energía, agua potable, alcantarillado, recogidas de basuras, corresponde a los medios terrestres, aéreos y acuáticos disponibles en la zona turística.

Dependiendo del territorio donde se desarrolle la actividad turística, es decir del destino turístico, podemos distinguir dos categorías principales de turismo, por una parte el turismo urbano, y por otra el rural, atendiendo a la clasificación más sencilla del espacio realizada en geografía.

Actividad turística como cualquier actividad humana, se desarrolla sobre un territorio determinado, generando sobre él una serie de impactos. Estos podrán ser serán **económicos**, puesto que la actividad turística da empleo a muchos trabajadores, con lo que se dinamizan las zonas de destino, aunque como aspecto negativo presente una alta inflación en los precios; **culturales**, por lo que significa de relaciones entre culturas y pueblos diferentes, por lo que se producirá un intercambio cultural enriquecedor tanto para los habitantes del lugar de destino, como para los turistas; y como aspectos negativos, la difusión de hábitos urbanos poco saludables por las zonas turísticas (drogas, prostitución, etc.); y **ambientales**, ya que la construcción de edificios, carreteras, y otras infraestructuras turísticas destruyen parcialmente el recurso turístico paisajístico, por ejemplo en las zonas litorales o la presencia masiva de turistas acaba degradando los

ecosistemas naturales, aunque la visita de estos espacios genera una concienciación social que ayuda a protegerlos legalmente. ([www.boletinturistico.com/diccionarioturismo](http://www.boletinturistico.com/diccionarioturismo) 22/01/13)

- **Producto turístico:** El producto es un elemento clave dentro de las estrategias del marketing de una empresa podemos distinguir cinco dimensiones elaboradas desde la óptica del consumidor:
  - a) **Producto Básico:** responde a la necesidad genérica que cubre el producto o servicio
  - b) **Producto genérico:** es el producto básico, sin marca, que se expresa solo a través de sus características físicas. Es lo que recibe realmente el cliente por ejemplo: un cuarto para alojarse
  - c) **El producto esperado:** se refiere a las prestaciones que cubren las expectativas mínimas que el cliente te desea recibir.
- **Marketing:** Marketing es una orientación empresarial que reconoce que el éxito de una empresa es sostenible si se organiza para satisfacer las necesidades actuales y futuras de los clientes, consumidores y usuarios de forma más eficiente que sus competidores. (Kotler, Philip "Dirección de marketing" 2006)

También se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretendiendo establecer sus deseos de influir su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes, de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran un determinado producto. (Sainz, María; Plan de marketing en la práctica; Edición 12ava; 2008)

- **Importancia Del Marketing:** El estudio del marketing es importante para todo tipo de empresas ya sea grande, medianas y pequeñas ya que con el marketing vamos a identificar necesidades, deseo y

expectativas que tienen los consumidores del producto y por ende fidelizar clientes. (Sainz, María. 2008)

- **La mezcla de mercadotecnia:** Se refiere a una mezcla distintiva de estrategias de producto, distribución, promoción y precio señalada para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado objetivo. La distribución se conoce algunas veces como lugar o plaza, lo que nos da las “cuatro Ps” de la mezcla de mercadotecnia: Producto, Plaza, Promoción y Precio. El gerente de mercadotecnia tiene la opción de controlar cada componente de la mezcla de mercadotecnia, pero las estrategias de las cuatro P deben combinarse para alcanzar resultados óptimos. Cualquier mezcla de mercadotecnia es solo tan buena como su componente más débil. (<http://www.monografias.com/trabajos29/tecnicas-marketing>. 01-03-13)
- **Objetivos de marketing:** Diferenciar objetivos de estrategias no es siempre fácil, es una fuente de confusión muy usual, incluso para personas de empresa. Para diferenciar ambos conceptos hay que tener en cuenta que un objetivo de marketing debe: ser específico, ser medible, referirse a un periodo de tiempo limitado, afectar el comportamiento del mercado objetivo. (Kotler, Armstrong. 2008)
- **El marketing de ciudades (Citymarketing):** Las ciudades ofrecen productos y servicios a diferentes públicos objetivos, internos y externos: ciudadanos, asociaciones y colectivos, visitantes, inversionistas, empresas, instituciones públicas, administraciones, medios de comunicación. Estos públicos tienen necesidades e intereses distintos y variables, y su atención y satisfacción pueden considerarse como táctica coyuntural y/o estratégica.

En un entorno amplio, cambiante y competitivo, la marca de ciudad se está convirtiendo en un poderoso elemento de diferenciación.

Las ciudades necesitan posicionarse adecuadamente a partir de sus principales características y atributos, con el objetivo de ser más competitivas y garantizar su desarrollo económico, social y territorial. (Gómez Norma, 2010)

- **Mercado:** Un mercado es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que se puede satisfacer mediante relaciones de intercambio.
  
- **Cliente:** El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.
  
- **Tipos de clientes:** Para tener un panorama más claro, se puede diferenciar a los clientes de acuerdo con la forma en que intervienen en el proceso de compra. Se pueden diferenciar en 5 categorías de clientes:
  - a) **Iniciadores.-** Son los que motivan o proponen la compra, la impulsan. Por ejemplo: golosinas, juguetes, espectáculos infantiles, y alguna ropa es comprada solamente gracias a la acción de los iniciadores.
  - b) **Influenciadores.-** Son los que interfieren a favor o en contra en la decisión de compra.
  - c) **Decisores.-** Es la persona que finalmente toma una decisión de compra o una parte de ésta, esto es, si comprar o no, qué, cómo comprar o donde comprar.

- d) Compradores.-** Son los que concretan y realizan la transacción comercial propiamente dicha.
- e) Usuarios.-** Son los que efectivamente hacen uso del producto o servicio. Los usuarios son los que influenciarán nuevas decisiones de compra en un futuro.

Uno de los fines que persigue la mercadotecnia, es escuchar a los clientes. Con una competencia que avanza cada vez con mayor rapidez, el éxito será para aquellos que escuchen y respondan más resueltamente. (KOTLER, ARMSTRONG 2008)

## **2.2. Antecedentes:**

Los antecedentes son herramientas fundamentales que nos sirven, para tomar como referencia aquellas investigaciones que han sido realizadas con éxito y que guardan relación ya sea a nivel internacional, nacional, o local.

### **2.2.1. Antecedentes internacionales:**

**La investigación denominada hábitos de consumo juveniles de ocio nocturno en Arrecife, perteneciente al proyecto SAN ( Apuesta por una Marcha Saludable) de la obra social de la caja insulas de ahorro de Canarias. Que sostiene que en los últimos años, “salir de marcha” el fin de semana se ha consolidado como una de las formas de ocio juvenil más generalizadas. Pero en ella se dan una serie de riesgos como son las intoxicaciones por consumo de alcohol u otras drogas, los problemas derivados de las relaciones sexuales irresponsables, la violencia interpersonal o contra el mobiliario urbano, los accidentes de tránsito, etc. que no dejan a nadie indiferente.**

Esta encuesta se enmarca entre las actuaciones del programa de Promoción de Alternativas Saludables al Ocio Juvenil Nocturno “SAM, Apuesta por una Marcha Saludable”, financiado por el ayuntamiento de Arrecife con la colaboración del Gobierno de Canarias y de la Obra Social de la Caja de Canarias. Este programa consistió, básicamente, en ofertar a los jóvenes de Arrecife, actividades de ocio alternativas al ocio nocturno tradicional y en prevenir los riesgos del mismo.

La filosofía participativa y el trabajo en red recorren transversalmente todo el programa. Con ello se pretendió aunar recursos e implicar a los propios jóvenes en la planificación de las actividades de ocio y de

prevención al objeto de que estas se adapten lo mejor posible a sus destinatarios.

En un primer momento, se abordó la necesidad de tener un análisis de la realidad juvenil local. Para ello, el grupo promotor del programa decidió llevar a cabo una serie de técnicas de investigación que fueron desde el análisis intuitivo grupal hasta la encuesta cuantitativa, pasando por observaciones, grupos de debate, sociogramas, entrevistas en profundidad o la revisión bibliográfica.

Esta encuesta constituye una parte de este análisis y en ella han colaborado, junto a personal de las concejalías de Juventud y de Servicios Sociales, los diferentes agentes sociales integrados en el grupo promotor del SAM, en la elaboración del cuestionario y en el trabajo de campo. El diseño de la muestra y el vaciado de los datos han sido efectuados por los técnicos municipales.

El objetivo era obtener información local para, junto a otras referencias, vislumbrar una perspectiva de la situación que nos permitiera una planificación de las actividades de ocio y de las campañas de reducción de riesgos lo más acertada posible. Así, el contenido de la encuesta versa sobre hábitos y preferencias de ocio en general y nocturno en particular, haciendo especial hincapié en los riesgos de "la marcha". (Gobierno de Canarias, Ayuntamiento de Arrecife (2005). Encuestas sobre hábitos juveniles de ocio nocturno. Proyecto SAM.)

**La investigación denominada lugares de vida nocturna en Santiago de Chile entre 1973 y 1990**, realizado por José Santis Cáceres indica que Durante el periodo dictatorial chileno 1973-1990 se produjeron profundas transformaciones en la vida bohemia o nocturnidad de la ciudad de Santiago. De las épocas míticas del espectáculo nocturno capitalino se pasó a una era de menor intensidad y frecuencia de tales prácticas. Todo ello ocurrió en un

marco permanente de vigilancia y represión de los lugares y sujetos que intentaron dar otra faz al período. La apertura y cierre de locales y su pervivencia como lugares de vida nocturna tuvieron una especial significación durante los años 80' como rechazo a la dictadura militar. Pero, con la instauración del periodo democrático, la vida bohemia de la ciudad se reconfiguró bajo el prisma del miedo a la noche o terror nocturno.

En este trabajo se ha intentado realizar una radiografía del primer periodo dictatorial proponiendo la tesis de que la dictadura consiguió instalar en la mentalidad colectiva de la urbe el terror a la noche como un componente esencial e insustituible de la vida de los santiaguinos.

Tal conclusión nos permite visualizar la existencia de una ciudad altamente segregada no sólo en el terreno social, como lo había sido en el siglo XX, ahora con la dictadura se proyecta también en el campo de la exclusión cultural, que permitió a la oligarquía reemplazar el imaginario mental de la nocturnidad democrática santiaguina de los fines de semana de los años 60 y 70 por el ideario televisivo del sábado performántico, extendido y circense que niega la noche como lugar y espacio de recreación colectivo y popular, constriñéndolo a una programación virtual de películas, series y programas de conversación y canto espurios, sin trascendencia ni contenido. Pero a pesar de esto, surgieron rebeldías y lugares para realizarlas.

La búsqueda de la persistencia de lugares alternativos a la visión dominante de la época dictatorial, como el caso de la Peña La Javiera o el Garaje de Matucana, matizaron la investigación con el refresco de la memoria que nos invita a pensar y analizar que las formas de nocturnidad contemporáneas tan plenas de asaltos,

balaceras, violación, asesinatos y desaparición de jóvenes a la salida de las discotecas, hacen sólo parte de una expresión: el terror a la noche, concepto instalado y legitimado en nuestras mentes tanto como los programas de televisión que hoy recolectan millones provenientes de la gente sencilla para ir supuestamente en ayuda de los discapacitados del país. (CÁCERES, José. 1999)

**Creación de una Discoteca Diferente e Innovadora con Espectáculos Novedosos – Ecuador - El Milagro;** Las discotecas o centros de diversión y entretenimientos nocturnos en la ciudad de Milagro han ido evolucionando relativamente de acuerdo al nivel de demanda de estos sitios. Sin embargo las expectativas en los usuarios no han superado los resultados esperados ya que, los jóvenes y adultos eligen salir fuera de la ciudad en busca de centros diferentes de distracción

A medida que pasa el tiempo al igual que toda cosa, las discotecas van cambiando su forma de ofrecer servicio, ahora se puede observar que ya no solo existe la típica persona que servía los tragos sino que nació el denominado barman, hombre del bar, quien realiza verdaderos espectáculos al servir las bebidas.

En vista de todas las incomodidades que existen en la ciudad y su acelerado crecimiento económico, la población de milagro exige un centro de diversión innovador y que brinde excelencia en servicio.

Analizando todas estas inquietudes hemos resuelto crear una discoteca innovadora, que ofrezca espectáculos novedosos, seguridad y que en especial permita a las personas distraerse de manera sana, puesto que también tendremos el servicio de reservado donde se van a entretener viendo películas, cantando o

simplemente degustando las delicias que les vamos a ofrecer. Todo esto lo hacemos con el único fin de satisfacer las necesidades de diversión de la ciudadanía milagreña y de enriquecer de manera turística esta linda ciudad. (CASTRO, María. (2009): 20- 25)

**La Diversificación de la Oferta Turística en las Estaciones de Media Montaña - Francia: El Caso de la Chapelle en los Alpes Franceses del Norte;** La Chapelle es una pequeña estación de esquí de los Alpes del Norte, en Francia. Se trata de una estación de esquí en montañas de media altura. Este trabajo explora, en el marco de un contrato de investigación y a partir de una encuesta local, las realidades de la diversificación del turismo en montañas de media altura.

Este trabajo es esencialmente teórico aunque al final del artículo se presenta un caso de estudio: el caso de La Chapelle. La investigación trata de las actividades en la naturaleza (senderismo, escalada, descenso de cañones y barrancos, parapente), del agroturismo de las actividades rurales o de desarrollo cultural que ofrecen las nuevas perspectivas del turismo.

La literatura científica está de acuerdo en decir que el futuro de las estaciones de esquí y montaña pasa no sólo por mejorar la calidad de los servicios en época de nieve sino indiscutiblemente también por ofrecer actividades alternativas en época.

En cuanto a las actividades y aprovechamiento de la estación en época estival, en general cada estación, intenta aprovechar su estructura de instalaciones y entorno natural para proponer el mayor número de ofertas posible en cuanto a actividades en este período. (SUCHET, André; JORAND, Dominique y TUPPEN John. (2011):10)

### **2.2.2. Antecedentes nacionales:**

**Manual de Calidad Turística para Centros de Entretenimiento y Diversión- Cuzco;** el objetivo del presente manual de calidad turística, es orientar a todos los empresarios y trabajadores vinculados a las empresas de entretenimiento y diversión, sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio ofrecido, tanto en los productos como en el servicio que se brinda al turista.

El éxito de un Centro de Diversión y Entretenimiento, está representado por la satisfacción de las expectativas del cliente y, como consecuencia, de la recomendación que éste pueda hacer ya sea positiva o negativamente, afectando no sólo a la sostenibilidad de la empresa en el tiempo sino también a la imagen que podamos dar del Cusco como destino turístico, dando, a su vez, da lugar a una menor o mayor afluencia del turismo a la región.

No debemos olvidar, además, que en el contexto global, compite con otros destinos turísticos, los cuales ponen gran esmero en la calidad de los servicios que ofrecen, haciéndose por este motivo más atractivos, no obstante contar a veces con menores atracciones culturales e históricas.

Es por eso que este Manual cumpla con los fines para los que ha sido concebido contribuyendo así al desarrollo de la actividad turística y en particular al de los centros de Entretenimiento y Diversión, los que proporcionan considerables puestos de trabajo que sirven para el sostenimiento de igual número de familias en la región. **(Manual de Calidad Turística para Centros de Entretenimiento y Diversión. (2009). Cusco)**

**Diversificación de la oferta turística mediante la creación de nuevos productos – Arequipa;** La región Arequipa actualmente atraviesa por una situación económica crítica y aunque el turismo no debe ser considerado como la única o mayor fuente de reactivación del país o generador de ingresos se debe prestar una especial atención a las estrategias aquí presentadas.

La oferta turística se basa en el segmento histórico cultural representado en su mayoría por algunos lugares tradicionales como Machu Picchu y Cusco, sin embargo se podría diversificar la oferta turística desarrollando un interés por nuevos productos como:

- ✓ Ecoturismo, turismo rural, montañismo, turismo de aventura etc. Mediante la difusión atractivos turísticos poco conocidos de la región Arequipa así como los atractivos que ofrece.
- ✓ Centros para congresos, seminarios, convenciones etc. Implementando una infraestructura adecuada para la realización de congresos y eventos, tanto de centro de convenciones, como de tecnología, hoteles, facilidades de transporte etc. actualmente existen algunos Como “El Lago Resort” pero que por su lejanía no han alcanzado el éxito esperado.
- ✓ Eventos, tanto de recreación, diversión y deportivos como culturales; Desarrollando campañas específicas y permanentes para la capacitación de los instituciones y empresas que tengan planeado realizar eventos de esta naturaleza, un claro ejemplo es la realización del “Congreso De Minería” que se celebra anualmente en la ciudad.



27 MAY 2015

- ✓ El turismo cada día es más exigente y se refleja en la relación calidad/ precio. Es por eso que hay que poner énfasis en el factor humano y en su capacitación, los servicios que prestan y la calidad de estos. Una exigente capacitación profesional es necesaria.
  
- ✓ Identificando las necesidades reales de capacitación en cada uno de los perfiles profesionales del sector. Existen pocos guías de turismo calificados nutricionistas que supervisen la alimentación brindada por los restaurantes personal entrenado para el trato con el público, personas instruidas en la organización de eventos etc.
  
- ✓ Suscribir convenios de cooperación técnica internacional para la formación de recursos humanos del sector.
  
- ✓ Es importante respaldar todos los esfuerzos que se haga para mejorar el turismo con una actitud positiva y respetuosa por parte de la población hacia el turista tanto del público en general como de las instituciones públicas.
  
- ✓ Crear programas de conciencia turística para la población en general y promover campañas orientadas a desarrollar actitudes de hospitalidad incluyendo a los colegios materias respecto al turismo.
  
- ✓ Creación de PROTURISMO, para el desarrollo de la competitividad del sector turismo; Las instituciones juegan un rol muy importante en este aspecto debido a que están relacionadas directamente con las actividades de promoción

de actividades, coordinación y ejecución de proyectos de turismo.

En la actualidad se está proponiendo la creación de una corporación para el desarrollo del turismo en Arequipa (PROTURISMO) con funciones similares de COPESCO y PROMPERU, como el lanzamiento de la página de internet "WWW.AREQUIPA-TOURISM.COM" que será la página oficial de turismo de Arequipa en la red mundial.

Con la finalidad que Arequipa desarrolle un plan estratégico del sector turismo promoviendo así el desarrollo de proyectos de inversión, mediante el marketing del producto turístico de Arequipa en el mercado nacional e internacional para así suscribir convenios de cooperación técnica y financiera con organismos de desarrollo internacional y nacional para mejorar la calidad de vida de la población. ([http://html.rincondelvago.com/arequipa\\_desarrollo-del-sector-turistico.html](http://html.rincondelvago.com/arequipa_desarrollo-del-sector-turistico.html))

### **2.2.3. Antecedentes locales:**

**La investigación realizada por el Bachiller Richard Vásquez Vásquez titulada "Plan de negocios de un restaurante temático gallístico en la ciudad de Chachapoyas – 2013", que tenía como objetivo proponer la creación de un restaurante temático ligado a la cultura gallística en la ciudad de Chachapoyas para diversificar la oferta de este tipo de empresas propone que con esta empresa se buscara satisfacer a una demanda insatisfecha teniendo en cuenta que existen muchos aficionados a la crianza y pelea de gallos locales nacionales y extranjeros. En esta investigación también se llega a encontrar en los resultados que los clientes buscan nuevas alternativas de diversión especialmente en la noche donde se**

dispone de tiempo libre ya sea para turistas que terminaron sus visitas a atractivos turísticos o para público local que busca alternativas diferentes de distraerse después de una jornada laboral

Los centros de esparcimiento nocturno han surgido con más fuerza durante la última década debido al crecimiento acelerado que viene experimentando la ciudad de Chachapoyas, a causa de diferentes factores dentro de ellos podemos resaltar; la presencia de universidades e instituciones privadas sin tener que dejar de lado el incremento del flujo turístico en la región.

Frente a estos aspectos es cuando aparecen los nuevos negocios muchos de ellos sin una adecuada planificación, trayendo consigo un bajo nivel de rendimiento de los servicios ofrecidos hoy en día en la ciudad de Chachapoyas. (Vásquez Richard. 2013)

### **2.3. Realidad problemática**

#### **2.3.1. Planteamiento del problema:**

Las actividades de diversión son un común denominador entre un millón de personas, a pesar de que el modelo de entretenimiento basado en bares, discotecas, fiestas, centros de diversión nocturna y relajamiento tiene en la actualidad un crecimiento mucho más rápido en el mundo y en nuestro país. La mayor parte de los clientes de este tipo de establecimientos, ya buscan otro tipo de atractivos relacionados con aspectos de descanso y entretenimiento a la vez.

La razón principal para elaborar esta investigación es que en la ciudad de Chachapoyas existen un porcentaje de establecimientos dedicados a centros de diversión nocturnos en donde notamos que no ofrecen mucha variedad de productos, limitándoles así a los posibles

consumidores, destacando de ésta manera su insatisfacción del cliente.

En la actualidad a medida que se vienen desarrollando estos establecimientos dedicados a brindar servicios en horario nocturno es claro precisar que la economía no es ajena frente a estos prestadores de servicio esto es debido que hoy en día se tiene gran afluencia de turistas donde se ha determinado que el ingreso económico no solo beneficia a este rubro de negocios sino que también vienen siendo beneficiada toda una comunidad ya sea de manera directa o indirectamente, tales como tenemos a las tarifas para ingresar y conocer los atractivos turísticos: del mismo modo sabemos que el tiempo que se quedan los turistas en la ciudad de Chachapoyas no es muy duradero esto hace que se reduzca un poco en cuanto al ingreso económico de los prestadores de servicio como son restaurantes, hospedajes, etc.

### **2.3.2. Formulación del problema:**

¿Cómo se debería dar la diversificación de la oferta como medio de desarrollo turístico en los centros de esparcimiento nocturno en la ciudad de Chachapoyas - región Amazonas 2013?

### **2.3.3. Justificación del Problema:**

Debido al crecimiento demográfico e incremento del turismo a nivel mundial y nacional, la ciudad de Chachapoyas constituye una gran oportunidad de generación de empresas dedicadas al rubro de centros de esparcimiento nocturno el cual no han logrado satisfacer a gran parte de sus visitantes, si bien es cierto en la actualidad la ciudad de

Chachapoyas presenta un clima variante razón suficiente por lo que los turistas visitan centros nocturnos que a más de estar ubicados en su mayoría dentro de la ciudad.

Podemos encontrar muchas maneras de atacar el problema que se están presentando en estos establecimientos sin embargo, en esta investigación presentamos una alternativa para que las personas que visiten estos establecimientos puedan divertirse, disfrutando de la variedad de bebidas en sus distintas modalidades tanto en licores regionales como nacionales e internacionales.

La presente investigación demanda la importancia de analizar a los centros de esparcimiento nocturno que brindan servicios tanto a visitantes como a residentes del distrito de Chachapoyas. El cual permitirá observar la organización, distribución del personal que labora en los centros de esparcimiento nocturnos y la calidad de servicio brindado.

En Chachapoyas debido a la situación económica que vivimos hoy en día, es indispensable que los propietarios de los centros de esparcimiento nocturno enfoquen todos sus esfuerzos hacia la generación de empleo, con el propósito de contribuir no solo al mejoramiento de su calidad de vida, sino al de toda una comunidad.

#### **2.4. Hipótesis:**

La calidad y la diferenciación en los servicios que se brinden en los centros de esparcimientos nocturnos harán que se constituyan en una alternativa para la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Chachapoyas – Provincia de Chachapoyas – Región Amazonas 2013.

##### **2.4.1. Variables:**

- **Variables Independientes:** Centros de esparcimiento nocturno
- **Variables Dependientes:** Diversificación de la Oferta

## 2.4.2. Indicadores:

HIPOTESIS	VARIABLE	INDICADORES
La calidad y la diferenciación en los servicios que se brinden en los centros de esparcimientos nocturnos harán que se constituyan en una alternativa para la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Chachapoyas – Provincia de Chachapoyas – Región Amazonas 2013.	VI: centros de esparcimiento nocturno VD: diversificación de la oferta.	- Generación de empleo - Incremento de la demanda - Mejora de los de servicios - Calidad de vida - Fin de lucro

## 2.5. Objetivos:

### 2.5.1. Objetivo General:

Plantear una propuesta que permita la diversificación de los centros de esparcimiento nocturno ubicados en la ciudad de Chachapoyas.

### 2.5.2. Objetivos Específicos:

- Registrar los establecimientos nocturnos existentes en la ciudad de Chachapoyas.
- Aplicar una encuesta a la población de la ciudad de Chachapoyas para determinar el grado de satisfacción.
- Realizar una entrevista a los propietarios de los centros nocturnos ubicados en la ciudad de Chachapoyas para así poder realizar un análisis FODA.
- Presentar una propuesta de solución para los centros de esparcimientos nocturnos de la ciudad de Chachapoyas.

### **III. PLAN DE INVESTIGACION**

#### **3.1. Diseño de la investigación:**

El diseño de la investigación es de tipo analítico el cual nos permitió recolectar datos directamente para realizar el estudio longitudinal, tomando en cuenta el estudio retrospectivo.

- a) **Analítico:** porque el trabajo de investigación está basado en identificar y realizar un análisis de cómo han venido evolucionando estos establecimientos, como se están desarrollando actualmente y cuáles son sus expectativas para poder diversificar a la oferta turística.
  
- b) **Estudio Longitudinal:** Se tomó en cuenta el estudio longitudinal puesto que se analizó a las distintas transformaciones que se han presentado a del tiempo dentro de una población determinada; ósea se tuvo en cuenta a la información que busca analizar cómo han evolucionado los centros de esparcimiento, hasta donde han logrado llegar y cuál es el estado actual.
  
- c) **Estudio retrospectivo:** el cual nos permite observar estudios ya realizados para aplicarlo a nuestra investigación.

#### **3.2. Material de estudio:**

El material de estudio fue los centros de esparcimiento nocturno que se encuentran ubicados en la ciudad de Chachapoyas al mismo tiempo se tomó en cuenta a la población que hacen uso de estos establecimientos.

### **3.3. Población y Muestra**

#### **3.3.1. Universo Poblacional (N):**

Se trata de una muestra donde el universo poblacional viene hacer la ciudad de Chachapoyas, en la cual se tomó en cuenta a la PEA y se realizó un estudio de exploración cualitativo basado en la observación, con el fin de obtener una visión más clara de cómo se están desarrollando los centros de esparcimiento nocturnos y cómo es la aceptación de la población frente a estos.

Posteriormente, se realizó una entrevista aplicada a los propietarios de los establecimientos.

#### **3.3.2. Muestra poblacional (n):**

De acuerdo a nuestro trabajo de investigación se tomó como muestra los diferentes centros de establecimientos nocturnos que se encuentran ubicados en la ciudad de Chachapoyas tomando en cuenta el método estadístico probabilístico determinando así el muestreo estratificado donde las población estará constituida de la siguiente manera:

<b>Denominación</b>	<b>distrito de Chachapoyas</b>
<b>Población</b>	<b>23,939</b>
<b>PEA</b>	<b>9636</b>

**Fuente: Portal estadístico INEI - censo 2007.**

Para este trabajo de investigación se consideró a la PEA (población económicamente activa) del distrito de Chachapoyas ya que ellos presentan características de interés para el estudio a comparación de la población total.

La muestra en sentido genérico, es una parte del universo, que reúne todas las condiciones o características de la población, de manera que sea lo más pequeña pero sin perder la exactitud

Determinación del tamaño de la muestra a continuación se presenta la siguiente formula:

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

En donde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza

N = universo

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = error muestral

Por lo tanto:

n = ?

Z = 95% = 1.96

N = 9636

p = 96% = 0.96

q = 4% = 0.04

e = 5% = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 9636 * 0.96 * 0.04}{0.05^2 (9636 - 1) + (1.96^2 * 0.96 * 0.04)}$$

$$n = \frac{3.84 * 9636 * 0.038}{0.0025 * 9635 + 3.84 * 0.038}$$

$$n = \frac{1406.085}{24.2339}$$

n = 58
--------

Según la fórmula aplicada se tiene por conveniente realizar 58 encuestas a la población del distrito de Chachapoyas.

### 3.4. Métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos

<b>MÉTODO</b>	<b>Directo</b>
<b>TECNICAS</b>	Entrevista Encuesta
<b>INSTRUMENTOS</b>	Preguntas planteadas Cuestionario
<b>MATERIALES</b>	Cámara, libreta de apuntes, materiales de escritorio, grabadora y equipo de cómputo.

#### 3.4.1. Métodos:

En la presente investigación la metodología que se llevó a cabo estuvo dividida en dos etapas; entre ellos tenemos a la investigación que se encuentra inmersa en el proceso de recolección de información que vendría hacer la actividad central del trabajo de campo el cual consistió en recopilar información de la población y de los centros de esparcimiento nocturno que se encuentran ubicados en la ciudad de Chachapoyas mediante la entrevista y la encuesta.

La segunda etapa es la de gabinete, en la cual se elaboró y organizó la información para analizarlos e interpretarlos con la finalidad de conocer a fondo sobre los centros de esparcimientos nocturnos.

### **3.4.2. Técnicas:**

**a) Encuestas:** al momento de desarrollar la elaboración del cuestionario o la encuesta requiere de una gran importancia donde se debe tener en claro lo que uno pretende medir, ya que esto permitirá elaborar preguntas específicas captando así la concentración del entrevistado y evitando la redundancia a fin de no cansar a la persona encuestada.

La encuesta se realizó a los transeúntes de la ciudad de Chachapoyas.

**b) Entrevista:** nos permitió tener un contacto directo con los propietarios de los establecimientos donde la ambición era enfocarnos en una realidad precisa, la cual permitió dar respuestas concretas a ciertas interrogantes; con éste enfoque se interrelacionó a los distintos problemas que se vienen ocasionando en los centros de esparcimiento nocturno.

Mediante esta técnica se ha definido un sin número de estrategias y pasos para llevarla a cabo en forma clara y sistemática.

### **3.4.3. Instrumentos:**

Los instrumentos que se ha utilizado son el cuestionario y las interrogantes planteadas a los propietarios de los establecimientos.

### **3.4.4. Materiales:**

Los materiales que vamos a utilizar para la entrevista; será cámara digital, materiales de escritorio, libreta de apunte y grabadora; en

cuanto a la encuesta utilizaremos materiales de escritorio y equipo de cómputo.

### **3.5. Análisis estadístico de datos:**

Para obtener el análisis de los datos de la encuesta aplicada se tuvo que trabajar con el software Excel versión 2007; obteniendo así las tablas de distribución de frecuencias y gráficos.

#### **IV. RESULTADOS:**

##### **4.1. Análisis de la situación actual de los centros de esparcimiento nocturno localizados en la ciudad de Chachapoyas.**

###### **4.1.1. Registro de los establecimientos existentes en la ciudad de Chachapoyas.**

Para la identificación de la oferta turística de los centros nocturnos de la ciudad de Chachapoyas, se realizó a partir de dos etapas, la primera etapa es conocer toda la gama de negocios relacionados con la actividad por medio del inventario de la oferta y por otra parte identificar las principales características de estos negocios por medio del análisis de la competencia directa.

Para ello se confeccionó un inventario de los centros nocturnos, que consiste en registrar a todos los negocios que ofrecen algún servicio turístico de diversión y entretenimiento en la ciudad de Chachapoyas. El inventario de la oferta turística, debe contener una serie de datos que nos permitan ubicar en el espacio, así como poder clasificarla por los servicios que presta.

Al igual que en cualquier otro de los sectores económicos el análisis de la oferta puede implicar ciertas variables, las cuales algunas veces pueden confundirnos durante su análisis, por esta razón se elaboró un inventario que incluye las principales variables a tomar en cuenta como se puede apreciar en el inventario.

### Ficha de Inventario de la Oferta de los establecimientos nocturnos

<b>Nombre del negocio:</b>		<b>Ubicación:</b>	
<b>Área ocupada (m2):</b>		<b>Personal ocupado:</b>	
<b>Descripción de la infraestructura, instalaciones y servicios:</b>			
<b>Ocupación;</b>			
<b>Temporada alta:</b>		<b>Temporada baja:</b>	
<b>Productos/ servicios ofertados:</b>		<b>Forma de hacer publicidad</b>	
<b>Productos/servicios</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Horario</b>

Fuente: Elaboración propia.

La información recolectada en el trabajo de campo será de gran utilidad en la siguiente etapa del estudio:

En la actualidad en la ciudad de Chachapoyas existen 12 establecimientos nocturnos destacando cada una de ellas con su propio rubro de negocios como son: bar, licorerías, discotecas, karaokes, centro de convenciones, Pubs, entre otras.

Siendo los más concurridos: Licorería la Reyna, Centro de convenciones la Reyna, Discoteca Organik, etc. (ver anexo N°03)

En cuanto a la competencia existente en la ciudad de Chachapoyas es mínima; ya que venden productos y/o servicios similares, pero en cuanto a la estandarización de precios son sumamente inestables. Esto es debido a que en dicha ciudad posee temporadas altas y bajas

generando un desequilibrio, por lo que esto se convierte en una ventaja frente al competidor.

Cada uno de los locales tiene su propio estilo orientados a brindar un servicio de calidad y satisfacción del cliente; lo que se busca especialmente es suplir las falencias que tienen los establecimientos mencionados; como son precio de los productos que ofrecen, la infraestructura de los locales los cuales no reúnen las condiciones que el cliente busca ya que no existe un espacio y ambiente adecuado, con sistemas de ventilación, extracción de humo y vapores; y sobre todo la seguridad en los locales es escasa ya que en cualquier momento se generan disturbios, peleas, etc.

En cuanto a la calidad de servicio al momento de atender al cliente es carente; esto es debido a que el personal que labora no es permanente, los trabajadores no son incentivados y capacitados en el rubro del trabajo; y las condiciones higiénicas en los establecimientos no son las adecuadas.

La variedad de productos es escasa en algunos de estos centros nocturnos donde solo se encuentra cerveza y licores regionales, por otra parte otros establecimientos si cuentan con variedad de productos; pero el personal que labora desconoce la manera adecuada de la preparación de las bebidas quedando así el cliente insatisfecho

Estos son los puntos que se buscan solucionar con mayor énfasis para poder minimizar estos problemas y hacer que los centros nocturnos en la ciudad de Chachapoyas sean adecuados y seguros.

#### **4.2. Resultados de la encuesta aplicada a la población de la Ciudad de Chachapoyas para determinar el grado de satisfacción de los centros nocturnos.**

En la Ciudad de Chachapoyas hoy en día se está desarrollando diversas actividades en la cual no se puede dejar de lado al segmento de la diversión donde nos permite conocer las estructuras y organizaciones actuales que se presentan en cuanto a este tipo de establecimientos; en el resultado de la encuesta nos permite conocer el grado de satisfacción del cliente y las expectativas que tienen sobre la alternativa planteada, en cuanto entretenimiento y diversión.

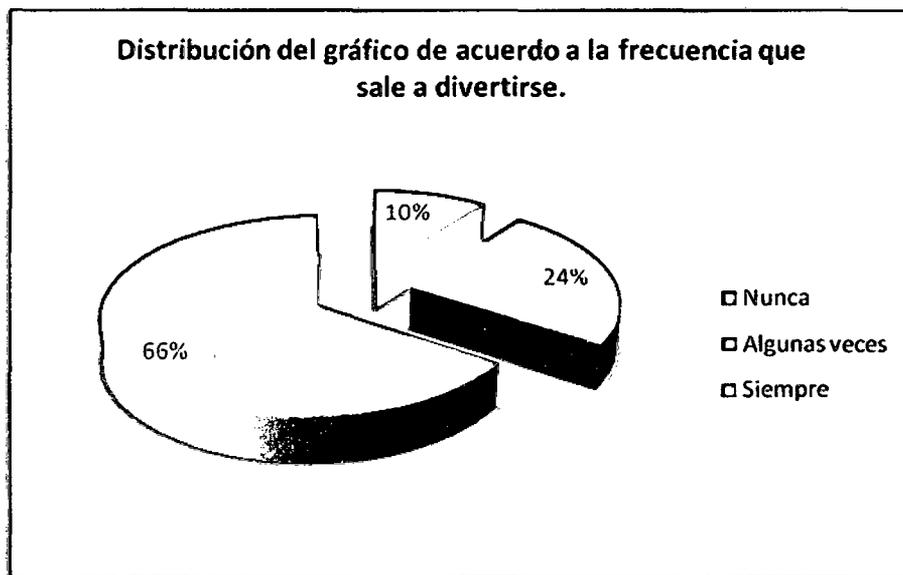
Después de hacer un diagnóstico de los centros de esparcimiento se ha detectado la existencia de 12 centros de esparcimiento nocturno donde cada establecimiento está subdividido en: pub, licorería, bar, discoteca, etc.

Donde se ha tomado por conveniente el uso del método estadístico probabilístico determinando así el muestreo estratificado donde se tomó en cuenta a la PEA (población económicamente activa) de la población de la ciudad de Chachapoyas de la cual se aplicara una encuesta a 58 personas.

A continuación se presenta a los gráficos e interpretaciones de los resultados del cuestionario aplicado.

Lo que se desea lograr es desarrollar centros nocturnos temáticos, es la nueva oferta que se propone para estos espacios para el ocio, para atender una demanda que busca la diferenciación ya que mucha gente está aburrida de productos iguales. Los hay deportivos, comunitarios (tribales), literarios, de magia e incluso para practicar idiomas.

**Gráfico N° 01**



Fuente: Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

**Interpretación:**

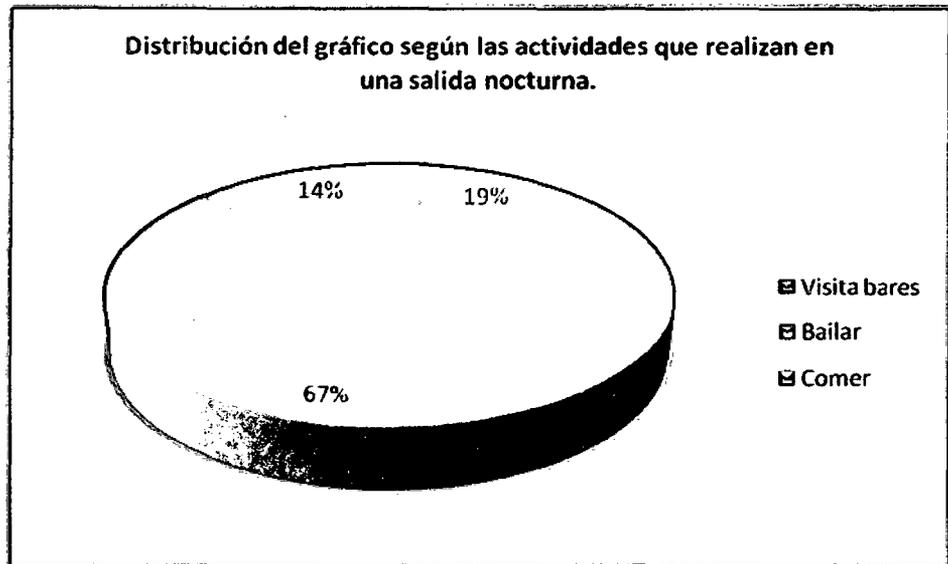
Los datos presentados en el gráfico N°01 es el resultado de la encuesta aplicada a la población de Chachapoyas, cuyo objetivo es determinar la frecuencia con la que salen a divertirse.

Del cual el 66% siempre salen a divertirse los fines de semana; ya que en los días de semana tienen otras actividades que realizar y no disponen de tiempo.

El 24% manifiesta que sale a divertirse algunas veces; porque su centro de trabajo se encuentra fuera de la ciudad de Chachapoyas y es por eso que salen en ocasiones especiales.

En cambio el 10% casi nunca salen a divertirse porque dicen que son padres de familias y no tienen con quien dejar a sus hijos y también por que trabajan.

**Gráfico N° 02**



Fuente: Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

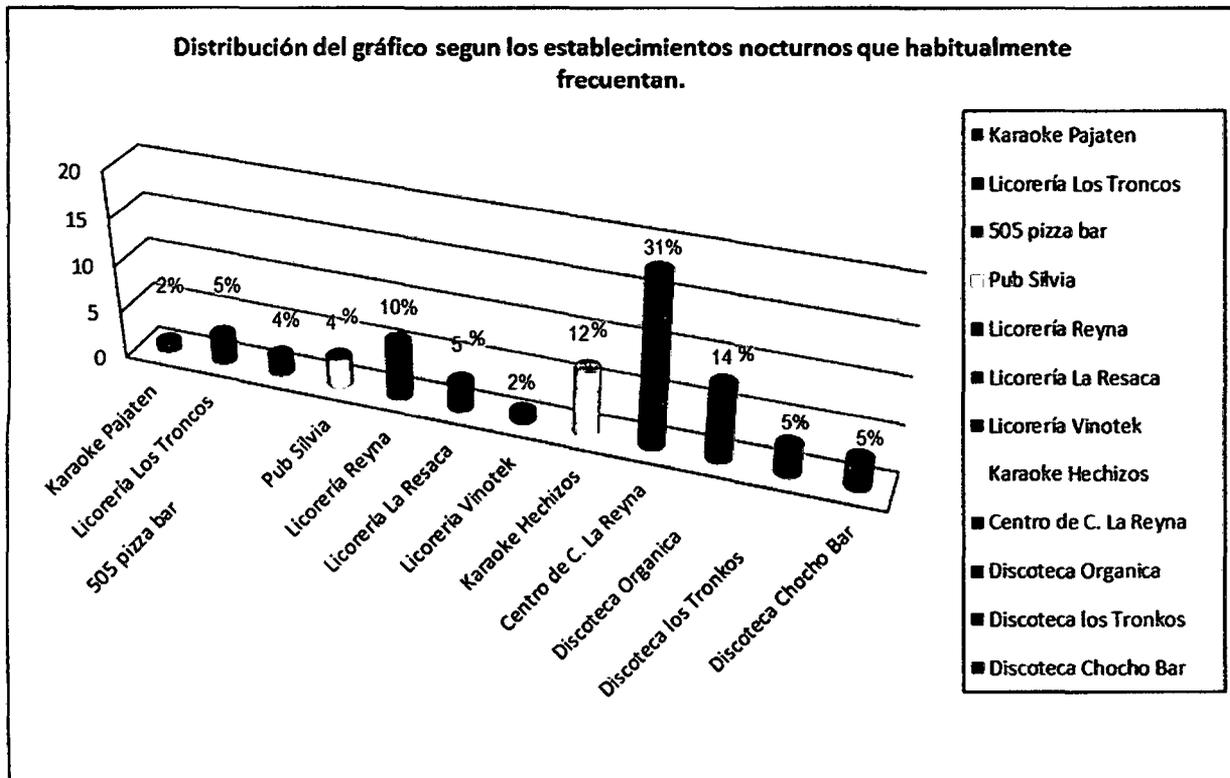
**Interpretación:**

Con respecto a las actividades que realizan en una salida nocturna se puede observar en el gráfico N°02 que el 67% que es más de la mitad de los encuestados mayormente salen a bailar en cambio el 19% visitan bares esto se ve mayormente en los varones.

Y el 14% eligió la alternativa que la actividad que realizan es salir a comer.

Los porcentajes arrojados en esta pregunta demuestran una heterogeneidad, puesto que los bares y los lugares que ofrecen baile si tienen días pico semanalmente que son los fines de semana, donde incrementan el ingreso de clientes y consumo de bebidas en cambio la opción de salir a comer se puede repetir diariamente.

**Gráfico N° 03**



Fuente: Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

**Interpretación:**

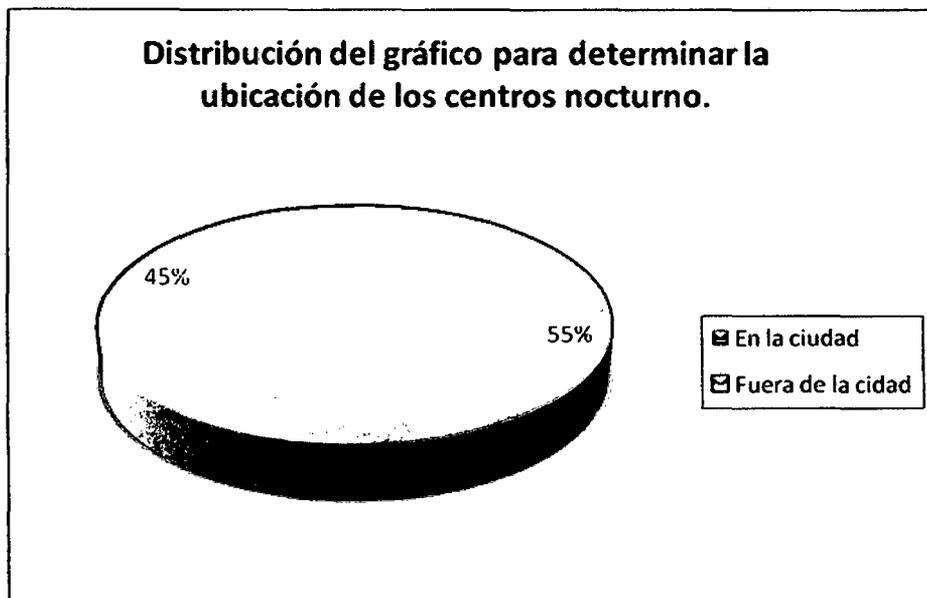
De los doce centros nocturnos de la ciudad de Chachapoyas los más frecuentes son según los encuestados el centro de convenciones La Reyna con un 31% ya que manifiestan que es un local seguro, se encuentra ubicado en una buena zona y tienen un buen DJ. En segundo lugar el establecimiento que frecuentan es la discoteca Orgánik con un 14% ya que acuden más por los concursos, shows de artistas naciones y extranjeros.

El 12% de los encuestados acuden al karaoke Hechizos porque es otra alternativa para divertirse a parte de las discotecas. Y el 10% prefiere ir a la licorería La Reyna porque es un ambiente agradable para poder pasar un momento con los amigos y familiares.

### Gráfico N° 04

Distribución de los gráficos según las características que deberían tener los centros de esparcimientos nocturnos en la ciudad de Chachapoyas.

#### Gráfico "a"

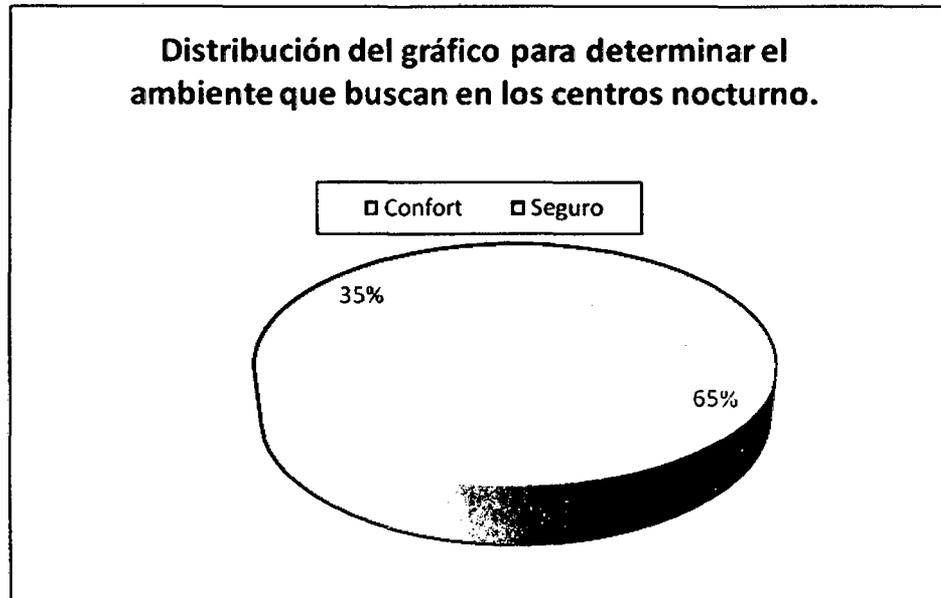


Fuente: Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

#### Interpretación:

En el gráfico "a" se puede apreciar que en cuanto a la ubicación de los centros nocturnos los encuestados manifiestan que el 55% prefieren que estén ubicados dentro de la ciudad de Chachapoyas por su seguridad y el 45% fuera de la ciudad ya que así los establecimientos serían amplios y tendrían zona de parqueo para sus movilizaciones.

### Gráfico "b"

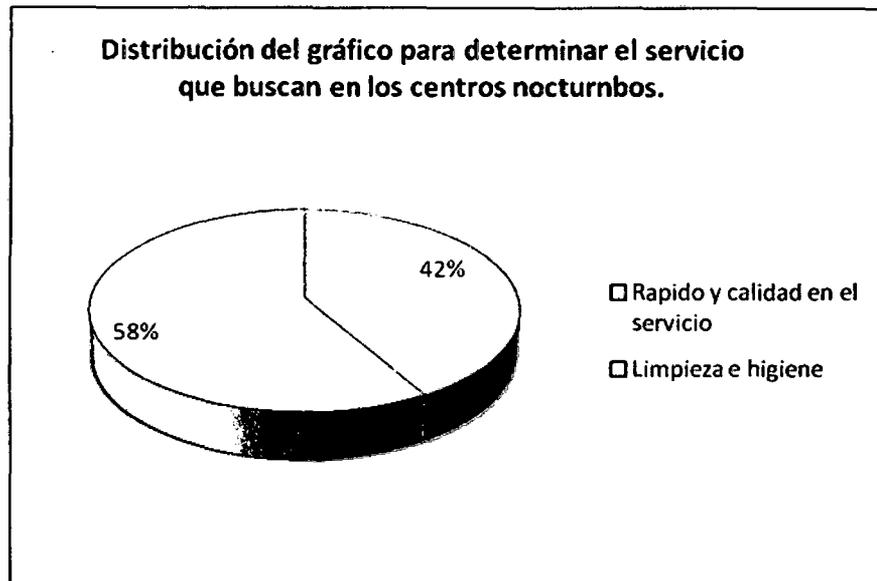


**Fuente:** Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

### Interpretación:

Los datos presentados en el gráfico "b" referente al ambiente demuestran que 65 % prefieren el confort porque en la actualidad los establecimientos son reducidos mientras que el 35% prefieren la seguridad esto se debe al constante crecimiento de la población en la ciudad y no quieren correr el riesgo hacer afectados.

### Gráfico "c"



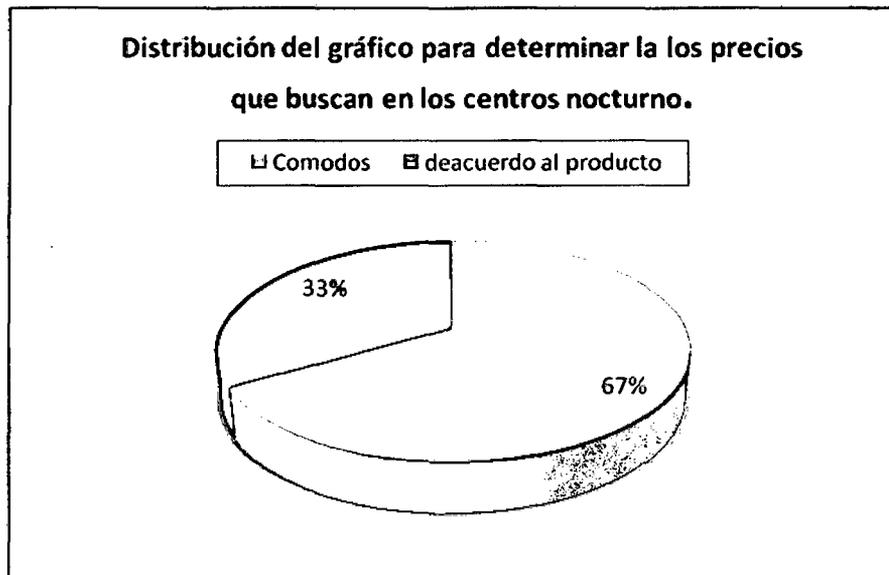
Fuente: Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

#### Interpretación:

En el gráfico "c" se puede observar que en cuanto al servicio que están buscando los encuestados el 58% prefiere la limpieza e higiene de los centros nocturnos ya que en la actualidad es un problema que resalta a simple vista de estos establecimientos.

El 42% busca una atención rápida con calidad de servicio porque es importante que el cliente se sienta contento y a gusto con el servicio brindado.

### Gráfico "d"

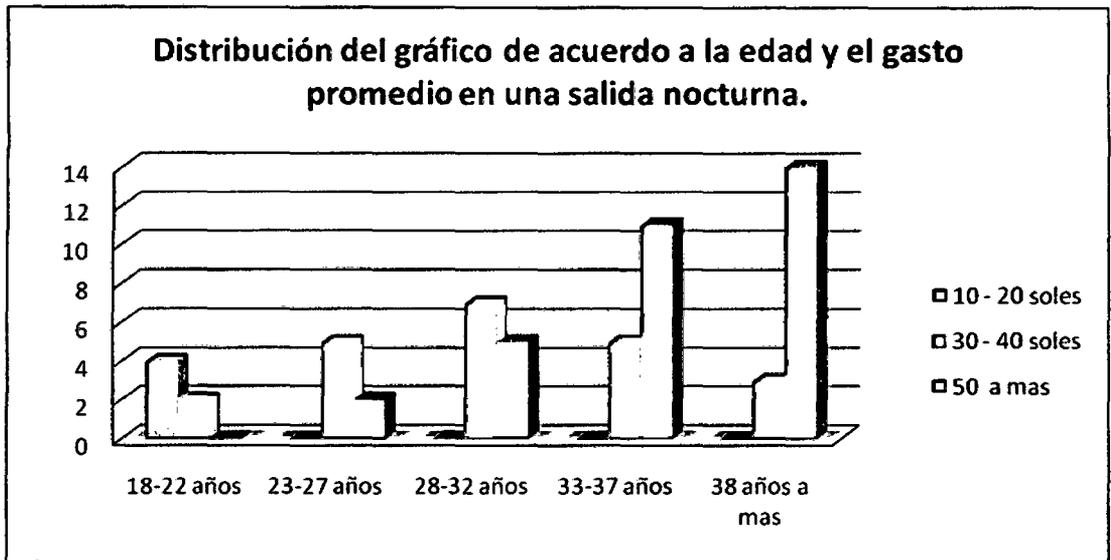


Fuente: Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

#### Interpretación:

En el gráfico "d" según los precios que desearían que tengan los centros nocturnos en cuanto a sus productos el 67% busca precios cómodos porque muchas veces elevan los costos de productos solo para tener más ganancia para su negocio y el 33% prefiere que estén de acuerdo al producto sin elevar el precio real.

**Gráfico N°08**



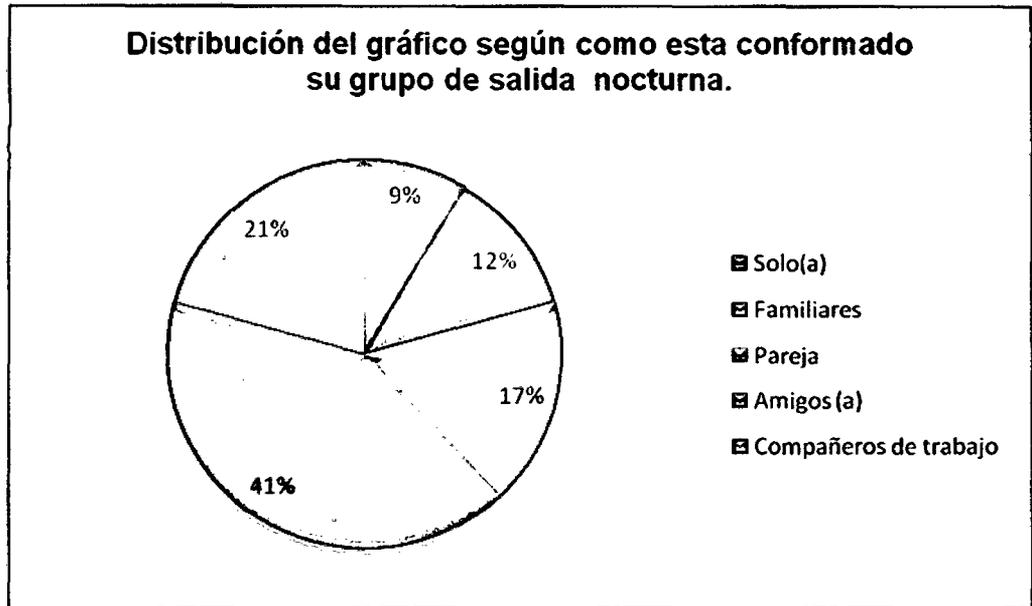
**Fuente:** Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

**Interpretación:**

De la población encuestada en el rango de 18 a 22 años indica que su gasto promedio en una salida nocturna es de 10.00 a 20.00 soles, en cambio de 38 años a mas su gasto es de 50.00 a más soles y la personas que oscilan entre 28 a 32 años es de 30.00 a 40.00 soles; esto se debe a que el consumo de los productos y servicios son diferentes de acuerdo al lugar a los que acuden y a los niveles económicos que poseen.

Es importante tener en cuenta que los consumidores de este último rango, tienen un estilo de vida alto y los productos que consumen son de mayor valor. Gracias a la reactivación económica que ha tenido el país en los últimos años, las condiciones de vida han mejorado, por lo tanto las personas tienen la posibilidad de invertir un mayor porcentaje de su salario, en diversión y esparcimiento.

**Gráfico N°09**



**Fuente:** Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

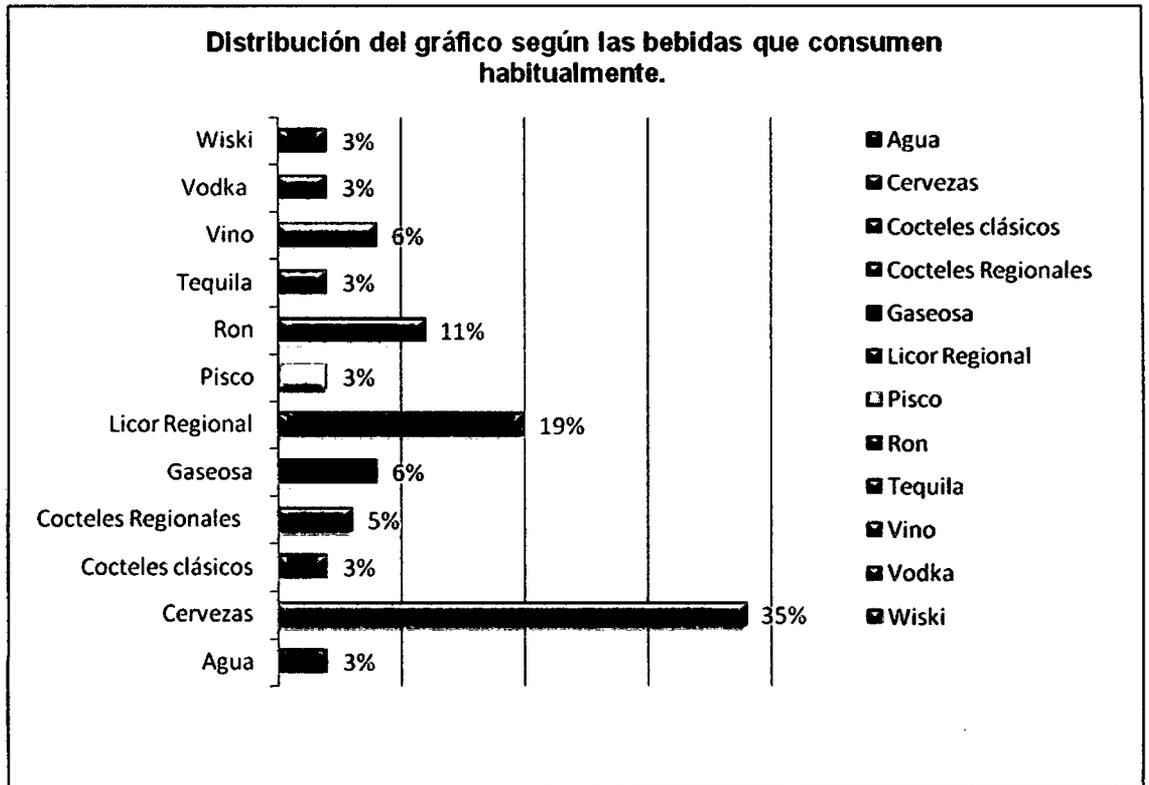
**Interpretación:**

En el gráfico N°09 se puede observar la distribución de cómo está conformado el grupo de salida nocturna de las personas encuestadas en el cual el 41% sale mayormente en compañía de sus amigos (as) a divertirse.

En cambio el 17% acostumbra a salir en pareja, el 21% con compañeros de trabajo ya que tienen una buena relación y es una manera de poder confraternizar.

El 12% regularmente sale con familiares y el 9% solos, por lo debemos focalizarnos en estrategias de promoción.

**Gráfico N° 10**



**Fuente:** Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

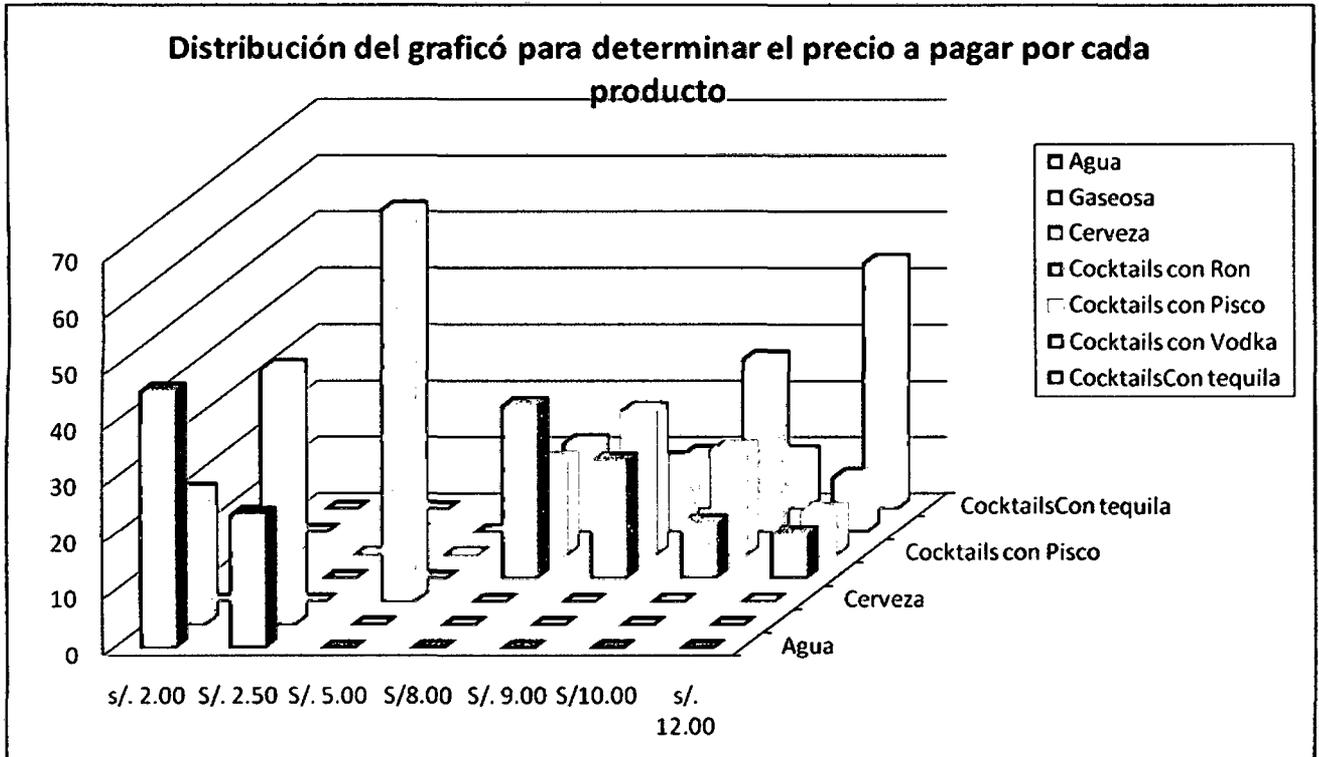
**Interpretación:**

El 35% de los encuestados prefieren de bebida la cerveza porque les gusta su sabor y es más comercializada.

A comparación con el vodka, wiski y tequila solo el 3% son los que consumen y tienen la capacidad para adquirir este producto.

El 19% consumen licor regional ya que es unas de las bebidas que más sobresalen en las licorerías que en las discotecas esto se debe a que los jóvenes obtengan este producto con más facilidad porque su precio no es elevado y el contenido de maceración de sustancias aromáticas como hierbas, raíces, flores, frutas, corteza de árboles hace preferible su consumo.

**Gráfico N° 11**



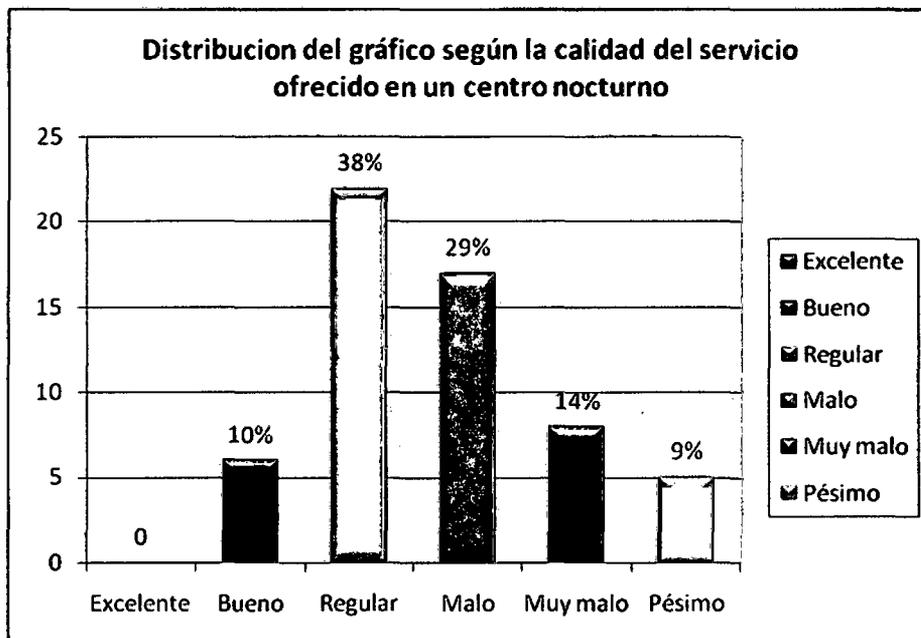
Fuente: Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

**Interpretación:**

En el gráfico N° 11 se puede observar cuánto están dispuestos a pagar por un producto en un establecimiento nocturno, donde encontramos que la mayor parte de consumidores están dispuestos a pagar s/. 5.00 por cerveza, por otra parte prefieren pagar la suma de s/ 2.00 a s/2.50 por una botella de agua lo mismo ocurre con respecto a la gaseosa.

En cuanto a los precios de los cocktails varían desde s/ 8.00 a 12.00 según su preparación y los insumos que utilizan.

**Gráfico N° 12**



**Fuente:** Elaboración propia/encuesta aplicada a la población de Chachapoyas.

**Interpretación:**

En el gráfico N° 12 observamos la distribución de acuerdo a la opinión que tiene los encuestados respecto a la calidad del servicio ofrecido en un centro nocturno en donde el 38% manifiesta que el servicio brindado es regular y que debería de mejorar porque tienen varias deficiencias.

El 29% nos dice que el servicio brindado es malo porque a comparación de otras ciudades del país, los centros de esparcimiento nocturnos de la ciudad de Chachapoyas les falta renovar e innovar.

Y el 14% dice que el servicio es muy malo porque no saben tratar al cliente, pero como no hay otros lugares donde divertirse ellos acuden a esos establecimientos.

#### **4.2.1. Análisis FODA de los centros de esparcimiento nocturno.**

El análisis FODA reúne los aspectos clave del entorno de una actividad empresarial y de la capacidad estratégica de una organización.

El perfil de capacidad interna de la organización requiere el análisis de la capacidad directiva, competitiva, financiera, técnica o tecnológica y de talento humano, en cuanto al perfil que agrupa el entorno en el que se desenvuelve la empresa es necesario investigar sobre factores tecnológicos, económicos, políticos, geográficos, sociales y competitivos (Jaramillo, 2ª Edición).

Se presenta un análisis integral en los centros de esparcimiento nocturno identificados en la ciudad de Chachapoyas que pretende identificar las oportunidades y amenazas en que se desenvuelve el turismo, las debilidades y potencialidades de dichos establecimientos como base para elaborar un diagnóstico estratégico de la situación actual.

Dicho diagnóstico basado en el análisis interno y externo, no sólo intenta señalar las oportunidades para luego proponer cómo aprovecharlas, sino resaltar los problemas detectados por los propietarios de los establecimientos y proponer alternativas de solución consensuadas que permitan alcanzar los objetivos estratégicos de desarrollo.

### CUADRO MATRIZ DEL ANALISIS FODA

<b>INTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) La mayoría de los centros de esparcimiento están ubicados dentro de la ciudad de Chachapoyas.</li> <li>b) Actualmente existen Pocos competidores</li> <li>c) Existencia productos oriundos los cuales son transformados y comercializados.</li> <li>d) Presencia de principales servicios turísticos como son agencias de viajes, hospedajes, restaurantes entre otros.</li> <li>e) Los propietarios tienen la intención de difundir a los distintos productos con los que cuenta la región a través de las variedades de licores.</li> <li>f) Existencia de personal especializado y conocedores de los productos para su transformación y elaboración de bebidas.</li> <li>g) Horario de apertura</li> <li>h) Diversificación de servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Desorganización en las áreas de trabajo.</li> <li>b) Ausencia de programas de postventa, no dejan conocer si el cliente alcanzó su plena satisfacción.</li> <li>c) El personal que laboran en los centros nocturnos pueden que con el paso del tiempo generen inconformidad en cuanto a las condiciones laborales relacionadas con horario y salario.</li> <li>d) El aeropuerto de la ciudad de la ciudad de Chachapoyas no está en funcionamiento, convirtiéndose en una de las desventajas para los ofertantes.</li> <li>e) Incumplimientos normativos</li> <li>f) Permiso de funcionamiento limitado y cambios de ordenanzas municipales.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

<b>EXTERNO</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Presencia de entidades privadas para poder adquirir prestamos con facilidad.</li> <li>b) Existencia de entidades públicas y privadas.</li> <li>c) Difusión creciente del potencial y actividad turística local y regional.</li> <li>d) Priorización de la promoción turística en el mes de junio por parte del DIRCETUR Amazonas.</li> <li>e) La ciudad de Chachapoyas es muy transitada por gente joven, ejecutiva, como son residentes de la zona y alrededores.</li> <li>f) La ciudad de Chachapoyas viene hacer el centro de distribución para los visitantes.</li> <li>g) La ciudad de Chachapoyas al diario presenta y desarrolla grandes actividades turísticas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Dificultad para obtener licencias de funcionamiento.</li> <li>b) Dificultad en cuanto a las vías de acceso para los proveedores y clientes básicamente en temporadas de lluvias.</li> <li>c) Los establecimientos deberán contar con todos documentos de acuerdo a las actualizaciones en cuanto a normas y ordenanzas municipales caso contrario se clausurara.</li> <li>d) Ausencia de un porcentaje de la población en épocas de vacaciones.</li> <li>e) Bajan las ventas en semana santa y/o campañas electorales.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.3.Resultado de las entrevistas realizadas a los propietarios de los establecimientos nocturnos de la Ciudad de Chachapoyas:**

En la ciudad de Chachapoyas se realizó la técnica de la entrevista a los propietarios de los centros de establecimientos nocturnos; en el cual se recopiló información de manera directa (ver anexo N° 04).

Entrevistando así a cuatro propietarios de los diferentes establecimientos nocturnos de la ciudad de Chachapoyas.



Fuente: Entrevista realizada al administrador del establecimiento los Tronkos.

Al realizar las entrevistas se ha podido identificar a las distintas manera como están instituidas y organizadas.

Deduciendo en tal sentido: que todos los propietarios entrevistados de una u otra manera ya sea empírica o asesorados cada uno de ellos tienen sus propias características para mostrarse diferente frente los demás.

Es notorio que estos establecimientos se han iniciado casi en la misma época y que luego con el paso del tiempo solo algunos se han ido evolucionando y siguen compitiendo en el mercado mientras que otros han cumplido con el ciclo de producción, el cual ahora vienen funcionando con otro rubro de negocio.



Fuente: Entrevista realizada al propietario del establecimiento Bar Pitaya.

En cuanto a la diversificación de los productos no es mucha la diferencia que existe en la gama de licorerías, esto es debido a que en esta Ciudad los consumidores en su mayoría son recurrentes; y los proveedores se encuentran en la ciudad de Chiclayo destacando entre ellos la Taberna y Macro ofertando una gama de bebidas nacional e importadas, del mismo modo contamos con la presencia de un proveedor local que es la Reydinor.

Una de las ventajas con las que poseen estos establecimientos es que en su mayoría se encuentran ubicados dentro de la ciudad, esto se debe a que Chachapoyas como centro de distribución a comenzado a

tener un desarrollo acelerado desde la presencia de instituciones y entidades públicas y privadas.

En cuanto a los propietarios de los establecimientos carecen de una motivación para transmitir al personal que labora los mismos que se desarrollan empíricamente sin tener una visión hacia la inclusión social.

De acuerdo a la información obtenida por los entrevistados es notorio que todos los propietarios desean que su negocio este posicionado en el mercado cada uno de estos con distintas características resaltado entre ellos la discoteca Organik que tiene la iniciativa de promocionar su establecimiento presentando shows con artistas que están de moda y al mismo tiempo la renovación de su local hace que motiven al público.

Luego haber desarrollado la entrevista se ha notado que los propietarios o administradores si están dispuestos hacer parte de una nueva propuesta ya que de esta manera se estaría brindando un servicio de calidad y así obtener mayor rentabilidad en su negocio.

#### **4.4. Propuesta para Diversificar la Oferta Turística de los Centros de Esparcimiento Nocturno en el Distrito de Chachapoyas.**

Con base a los estudios y resultados mostrados en los capítulos anteriores de la presente investigación, se tiene por conveniente desarrollar una propuesta de diversificación de la oferta de los centros de esparcimiento nocturnos de la ciudad de Chachapoyas.

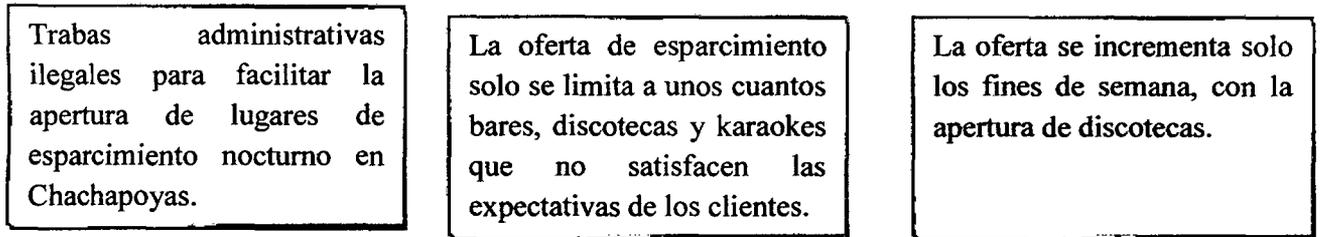
Se trata de mejorar la calidad de servicios de los centros de esparcimientos nocturnos para poder diversificar la oferta como medio de desarrollo turístico; ya que actualmente las empresas solo buscan ser rentables, crecer, cumplir objetivos individuales y colectivos. Lo que se quiere lograr es la sostenibilidad tanto en el aspecto económico, cultural, medio ambiental como social.

Esta propuesta de solución debe ser manejado desde el punto de vista de la planificación a nivel macro, es decir debe formar parte del conjunto de actividades del plan regional del turismo e ir en concordancia con la visión que se tiene de esta actividad en la región.

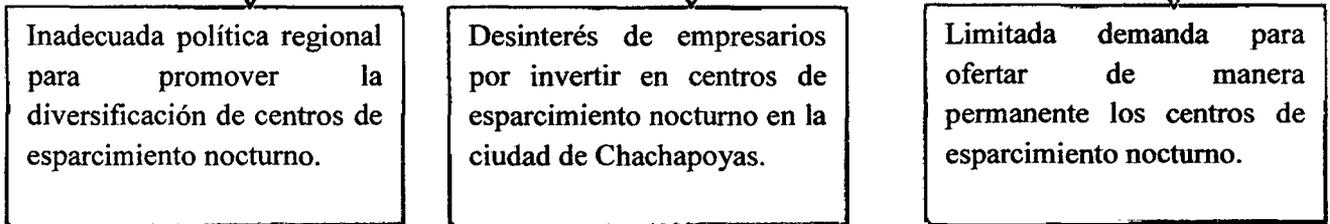
Para la propuesta teniendo en cuenta La características de política macro de carácter regional que se hicieron mención se ha elaborado el árbol de problemas, árbol de objetivos que permitan el diseño de un marco de actividades planificadas que contribuyan a la diversificación que busca la investigación.

#### 4.4.1. Árbol De Problemas

##### EFFECTOS



**Limitada oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno, con estándares de calidad en la ciudad de Chachapoyas.**



##### CAUSA

**a) Análisis de problemas priorizados.**

**❖ Problema N°01 (central)**

**“Limitada oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno”**

Este problema no le permite al destino Chachapoyas diversificar su oferta, limitándolo hacer competitivo como otros destinos cercanos como el caso de Cajamarca, Tarapoto entre otros.

**Nudos Críticos.**

Limitada visión competitiva del destino.

**❖ Problema N°02**

**“Inadecuadas políticas regionales para promover la diversificación de centros nocturnos.”**

Las políticas no promueven ni motivan la inversión en este tipo de empresas, por el contrario ponen trabas para su apertura.

**Nudo Critico.**

Deficiencia gerencial en las instituciones involucradas.

**❖ Problema N°03**

**“Desinterés de empresarios por invertir en centros de esparcimiento nocturno en la ciudad de Chachapoyas.”**

La inversión en centros de esparcimiento nocturno es de alto costo para poder tener una empresa competitiva y junto a las trabas de los trámites para su funcionamiento, son causas de desinterés de los empresarios que se orientan por otro tipo de empresas de menor inversión y menos trámites.

**Nudo Critico.**

Limitado espiritual de emprendimiento en sectores nuevos como los centros de esparcimiento nocturno.

❖ **Problema N°04**

**“Limitada demanda para oferta de manera permanente un centro de esparcimiento nocturno.”**

La ciudad de Chachapoyas urbanística y demográficamente a un es pequeña a comparación de otras capitales de departamentos y su flujo turístico también es pequeño para un crecimiento, lo que no hace apetecible a los empresarios que oferten estos servicios.

**Nudo Crítico.**

Establecimientos con bajos ingresos económicos.

❖ **Problema N° 05**

**“Trabas administrativas ilegales para facilitar la apertura de lugares de esparcimiento nocturno en Chachapoyas.”**

Los permisos municipales y del DIRCETUR- A (Dirección de Comercio Exterior y Turismo- Amazonas) para su funcionamiento requieren de múltiples requisitos que dificultan la licencia que se requiere.

**Nudo Crítico.**

Deficiente gestión gerencial en las instituciones pertinentes.

❖ **Problema N° 06**

**“Limitada oferta que no satisface las expectativas de los clientes.”**

Los establecimientos de recreación nocturna existentes se limitan a unas cuantas discotecas, dos karaokes y bares que por su infraestructura, servicio, productos y complementos no satisfacen los gustos y preferencias y requerimientos de los clientes.

**Nudo Critico.**

Inadecuadas empresas de diversión nocturna.

❖ **Problema N° 07**

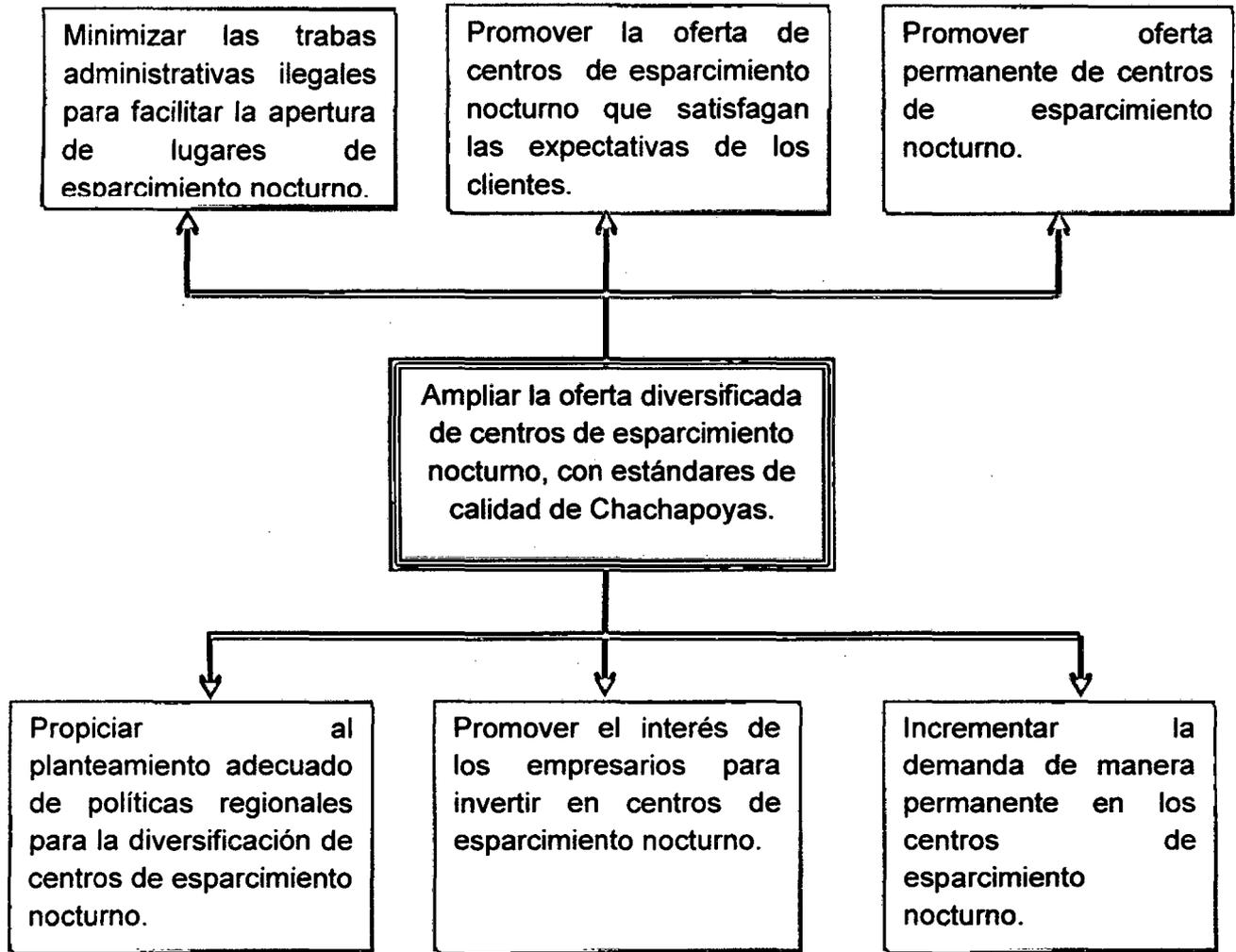
**“Incremento de oferta solo los fines de semana con apertura de discoteca.”**

La demanda local sale los fines de semana desde el viernes, sábado y domingo a las discotecas que por la baja demanda y el resto de días solo opera los fines de semana.

**Nudo Critico**

Demanda insuficiente para operación permanente de los centros de esparcimiento nocturno.

#### 4.4.2. Árbol De Objetivos:



## **b) Objetivos Generales Estratégicos**

### **❖ Problema N° 01**

Limitada oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno.

#### **• Objetivo General Estratégico**

Ampliar la oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno, con estándares de calidad en la ciudad de Chachapoyas.

### **❖ Problema N°02**

Inadecuada política regional para promover la diversificación de centros de esparcimiento nocturno.

#### **• Objetivo Especifico Estratégico N°01**

Propiciar el planteamiento adecuado de políticas regionales para la diversificación de centros nocturnos.

### **❖ Problema N°03**

Desinterés de empresarios por invertir en centros de esparcimiento nocturno en Chachapoyas.

#### **• Objetivo Especifico Estratégico N°02**

Promover el interés de los empresarios para invertir en centros de esparcimiento nocturno.

### **❖ Problema N°04**

Limitada demanda para ofertar de manera permanente los centros de esparcimiento nocturno.

#### **• Objetivo Especifico Estratégico N°03**

Incrementar de manera permanente los centros de esparcimiento nocturno.

❖ **Problema N°04**

Trabas administrativas ilegales para facilitar la apertura de lugares de esparcimiento nocturno.

• **Objetivo Específico Estratégico N°04**

Minimizar las trabas administrativas ilegales para facilitar la apertura de lugares de esparcimiento nocturno.

❖ **Problema N°05**

Limitada oferta que no satisface las expectativas de los clientes.

• **Objetivo Específico Estratégico N°05**

Promover la oferta de centros de esparcimiento nocturno que satisfagan las expectativas de los clientes.

❖ **Problema N°06**

Incremento de oferta solo los fines de semana con apertura de discotecas.

• **Objetivo Específico Estratégico N°06**

Promover la oferta permanente de los centros de esparcimiento nocturno.

#### 4.4.3. Matriz de Programaciones:

- **Objetivo General Estratégico:**

Ampliar la oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno, con estándares de calidad en la ciudad de Chachapoyas.

**Objetivo Especifico Estratégico N°01:**

Propiciar el planteamiento adecuado de políticas regionales para la diversificación de centros nocturnos.

ACTIVIDADES TAREAS	META		COSTO	INDICADOR	AREA RESPONSABLE.
	Unidad de medida	Total			
<b>Capacitación:</b> En políticas de gestión pública.	Taller	1	S/ 3000.00	15 funcionarios de sector público.	Gobierno Regional.
<b>Taller:</b> De concertación entre el gobierno local regional y otros entes involucrados para buscar el planteamiento que promuevan la diversificación de centros de esparcimiento nocturno.	Taller	2	S/2000.00	Participación de los responsables de cada institución.	Gobierno Regional.

- **Objetivo General Estratégico:**

Ampliar la oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno, con estándares de calidad en la ciudad de Chachapoyas.

- **Objetivo Especifico Estratégico N°02:**

Promover el interés de los empresarios para invertir en centros de esparcimiento nocturno.

ACTIVIDADES TAREAS	META		COSTO	INDICADOR	AREA RESPONSABLE.
	Unidad de Medida	Total			
<b>Taller:</b> De emprendedores	Taller	2	S/ 3000.00	20 emprendedores.	Gobierno Regional.
<b>Asesoramiento:</b> Planes de negocios de centros de esparcimiento nocturno.	Asesoramiento	3	S/15000.00	10 emprendedores asesorados.	Gobierno Regional.

- **Objetivo General Estratégico:**

Ampliar la oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno, con estándares de calidad en la ciudad de Chachapoyas.

- **Objetivo Especifico Estratégico N°03:**

Incrementar de manera permanente los centros de esparcimiento nocturno.

ACTIVIDADES TAREAS	META		COSTO	INDICADOR	AREA RESPONSABLE.
	Unidad de Medida	Total			
<b>Taller:</b> De integración y capacitación a empresarios de centros de esparcimiento.	Taller	1	S/ 2000.00	Empresarios de los centros de esparcimiento.	Gobierno Regional.
<b>Asesoramiento:</b> De empresarios para incrementar su demanda.	Asesoramiento	4	S/ 5000.00	Registros de asesoría de los empresarios.	Gobierno Regional.

- **Objetivo General Estratégico:**

Ampliar la oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno, con estándares de calidad en la ciudad de Chachapoyas.

**Objetivo Especifico Estratégico N°04:**

Minimizar las trabas administrativas ilegales para facilitar la apertura de lugares de esparcimiento nocturno.

TAREAS. / ACTIVIDADES	META		COSTO	INDICADOR	AREA RESPONSABLE
	Unidad de medida	Total			
<b>Consultoría:</b> Contratación de un consultor para la simplificación de trámites para la apertura de centros de esparcimiento nocturno.	Consultoría	1	S/ 10000.00	Informes parciales y final de consultoría.	Gobierno Regional.
<b>Taller:</b> De capacitación a funcionarios.	Taller	1	S/ 1000.00	Fichas de registro de participación.	Gobierno Regional.
<b>Taller:</b> De informativos a empresarios.	Taller	1	S/ 1000.00	Fichas de registro de participación.	Gobierno Regional.

Implementación de la gestión.	Implementación de la gestión.	1	S/ 1000.00	Monitoreos	Gobierno Regional.
-------------------------------	-------------------------------	---	------------	------------	--------------------

- **Objetivo General Estratégico.**

Ampliar la oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno, con estándares de calidad en la ciudad de Chachapoyas.

**Objetivo Especifico Estratégico N°05**

Promover la oferta de centros de esparcimiento nocturno que satisfagan las expectativas de los clientes.

ACTIVIDADES TAREAS.	META		COSTO	INDICADOR	AREA RESPONSABLE.
	Unidad de medida	Total			
Capacitación: en tecnología y atención en centros nocturnos.	Taller	2	S/ 4000.00	Registro de asistencia de participantes.	Gobierno Regional.
Asesoramiento: A empresas a mejora de líneas de productos.	asesoramiento	2	S/ 6000.00	Fichas de registro de asesoramiento.	Gobierno Regional.

- **Objetivo General Estratégico:**

Ampliar la oferta diversificada de centros de esparcimiento nocturno, con estándares de calidad en la ciudad de Chachapoyas.

- **Objetivo Especifico Estratégico N°06:**

Promover la oferta permanente de los centros de esparcimiento nocturno.

ACTIVIDADES / TAREAS.	META		COSTO	INDICADOR	AREA RESPONSABLE.
	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL			
Taller: Promoción de la oferta de esparcimiento con guías.	Taller	6	S/ 15000.00	Guías y publicidad en los medios de comunicación.	Gobierno Regional.

#### 4.4.4. Consolidado de la Inversión

<b>ITEMS</b>	<b>MONTO</b>
<b>Gastos operacionales por 12 meses (técnicos).</b>	<b>S/24,000</b>
<b>Gastos administrativos: Administrador, secretario.</b>	<b>S/ 51,000</b>
<b>Gastos de monitoreo (supervisión).</b>	<b>S/ 36,000</b>
<b>Implementación del plan (Gestión).</b>	<b>S/ 30,000</b>
<b>Costo del objetivo específico N°01</b>	<b>S/ 5,000</b>
<b>Costo del objetivo específico N°02</b>	<b>S/ 18,000</b>
<b>Costo del objetivo específico N°03</b>	<b>S/7,000</b>
<b>Costo del objetivo específico N°04</b>	<b>S/ 4,000</b>
<b>Costo del objetivo específico N°05</b>	<b>S/ 10,000</b>
<b>Costo del objetivo específico N°06</b>	<b>S/ 15,000</b>
<b>Total del Proyecto</b>	<b>S/ 200,000</b>

#### **Beneficiados:**

Empresarios, gobiernos regionales, gobierno local, la población en general turistas nacionales y extranjeros.

## **V. DISCUSIONES.**

Los antecedentes muestran que los centros de diversión y entretenimiento nocturno han ido evolucionando relativamente como es el caso de las empresas de este tipo en la ciudad del milagro en Ecuador, los resultados de la investigación en Chachapoyas, dan a conocer una limitada oferta de centros de esparcimiento nocturno donde Chachapoyas como capital de departamento y principal centro de distribución de turistas en el destino Amazonas, solo cuenta con 12 establecimientos de este tipo y con un servicio limitado en criterios de variedad y calidad con los estándares requeridos. A lo largo del tiempo los centros de esparcimiento nocturno han ido evolucionando en cuanto a sus características organizacionales y también de oferta así como la demanda y esto también depende de los factores sociales y entorno donde se ubican; por citar un ejemplo La investigación denominada lugares de vida nocturna en Santiago de Chile entre 1973 y 1990, sostiene que durante el periodo dictatorial chileno 1973-1990 se produjeron profundas transformaciones en la vida bohemia o nocturnidad de la ciudad de Santiago. De las épocas míticas del espectáculo nocturno capitalino se pasó a una era de menor intensidad y frecuencia de tales prácticas. Todo ello ocurrió en un marco permanente de vigilancia y represión de los lugares y sujetos que intentaron dar otra faz al período. La apertura y cierre de locales y supervivencia como lugares de vida nocturna tuvieron una especial significación durante los años 80' como rechazo a la dictadura militar.

Pero, con la instauración del periodo democrático, la vida bohemia de la ciudad se reconfiguró bajo el prisma del miedo a la noche o terror nocturno. Si hacemos una comparación con la ciudad de Chachapoyas como capital de departamento, está por factores políticos orientados en un inicio a la centralización del gobierno , factores geográficos que lo ubican en la región nororiental del país y factores de conectividad donde

la vía de acceso terrestre ha sido su principal canal de conexión y que en los últimos años se terminó de asfaltar; a partir del año 2000 ha experimentado un crecimiento y desarrollo progresivo que también se ve en el movimiento demográfico de la ciudad que ya no solo experimenta salida de sus pobladores sino también de llegada de foráneos por oportunidades laborales tanto en el sector público y privado, debemos entender que estos cambios también se ven en el aspecto de la diversión y recreación que anteriormente debió ser más limitada con la llegada de pobladores con gustos y preferencias diferentes en cuanto a recreación nocturna, también se tuvieron que aperturar algunos centros de esparcimiento como bares, discotecas y Karaoques que satisfagan sus necesidades y que cambiaron la tranquilidad que caracterizaba a una ciudad de corte tradicional y conservador como lo fue la ciudad de Chachapoyas; a esto también se debe sumar el incremento de la actividad turística motivado inicialmente por el sitio arqueológico de Kuélap y posteriormente por otros atractivos a los que se les está dando uso turístico y que buscan en la noche lugares de esparcimiento. Se debe acotar que la evolución en cuanto a las costumbres de esparcimiento tanto en Santiago de Chile que es una capital de País y a Chachapoyas, capital de un departamento peruano, han sido diferentes pero que en la actualidad estas diferencias son acortadas por la modernidad tecnológica y el mundo globalizado en el que se vive y teniendo en cuenta que los clientes buscan la uniformidad en los estándares de calidad para los servicios como es el caso de la recreación nocturna y sobre todo si se quiere ser un destino turístico competitivo del Perú como es el caso de otros destinos como el Cusco, Arequipa, Puno entre otros.

Los visitantes tienen diferentes hábitos de consumo en lugares de esparcimiento nocturno así como lo muestra la investigación titulada hábitos de consumo juveniles de ocio nocturno en Arrecife,

perteneciente al proyecto SAN (Apuesta por una Marcha Saludable) de la obra social de la caja ínsulas de ahorro de Canarias) que sostiene que en los últimos años, “salir de marcha” el fin de semana se ha consolidado como una de las formas de ocio juvenil más generalizadas.

Pero en ella se dan una serie de riesgos como son las intoxicaciones por consumo de alcohol u otras drogas, los problemas derivados de las relaciones sexuales irresponsables, la violencia interpersonal o contra el mobiliario urbano, los accidentes de tráfico, etc. que no dejan a nadie indiferente; la investigación de diversificación de centros de esparcimiento nocturno en la ciudad de Chachapoyas, en los resultados de la encuesta aplicada a los clientes de estas empresas también hacen ver los gustos y preferencias en donde se indica que en su mayoría consume bebidas alcohólicas siendo la principal la cerveza seguida por otros productos alcohólicos como Cocktailes y licores regionales esta investigación también muestra que la tendencia de consumo no solamente es juvenil como la investigación, hecha por el proyecto SAN en Arrecife si no que son jóvenes adultos y adultos intermedios quienes visitan las discotecas bares y discotecas y Karaoke de la ciudad; además los resultados también muestran una insatisfacción por la limitada línea de productos que se ofertan incluyendo complementarios como shows donde se difundan el folklor regional en música y danzas y otros tipos de entretenimiento.

La limitada oferta hace que estos centros de esparcimiento no tengan los beneficios económicos óptimos por lo que Vásquez en su Tesis Plantea un Plan de Negocios para la Creación de un Restobar Temático donde se difunda la cultura gallística, en la presente investigación se ha encontrado establecimientos como el bar la Reyna, que por su estructura física y el tipo de bebidas que oferta se podría considerar que tiene una temática tradicional Chachapoyas; otro establecimiento que se

podría considerar por su estructura física como temático es el karaoke Pajaten, que ha sido acondicionado escenificando en sus estructuras a parte del sitio arqueológico del mismo nombre y que forma parte de la cultura Chachapoya. Se cree que esta tendencia de tematizar los centros de esparcimiento debe ir en crecimiento y se tendría que buscar elementos creativos para dar temáticas diferentes a los establecimientos que se creen a futuro. La propuesta de esta investigación busca que se diversifique la oferta de servicio de esparcimiento nocturno considerando los resultados que se realizaron como parte de esta investigación y que debería ser tomado como un componente dentro de las estrategias del plan de desarrollo turístico regional que ha sido concebido para posicionar a Amazonas como un destino turístico competitivo en el ámbito nacional y de interés para el turismo receptivo.

La iniciativa de diversificar o puesta en marcha de los centros de esparcimiento nocturno se generó con el fin de brindar diferentes alternativas en cuanto a productos y servicios en un mismo lugar, debido a que en la Ciudad de Chachapoyas no existe un establecimiento que reúna todas estas características para satisfacer las necesidades del cliente.

Si nos ponemos a discrepar sobre los centros de esparcimiento de la costa del Perú y los centros de esparcimiento de la ciudad de Chachapoyas es notoria la diferencia ya que los centros de esparcimiento de la costa están más promocionados o publicitados y por consiguiente tienen un flujo de visitas mayor y también la población está más organizada, el cual ha tenido un desarrollo económico y social.

La difusión tiene un impacto social y ambiental positivo para el sector, puesto que se pretende alcanzar un alto porcentaje de participación en

los centros de esparcimiento y por ende aumentar su actual reconocimiento.

El estudio técnico permitió establecer las características y medir a la infraestructura para la operatividad diaria del establecimiento. De igual forma, determinar los tiempos, procesos y personal para cada uno de los puestos de trabajo.

Por medio del diagnóstico del entorno interno y externo, se analizó que los factores más relevantes son las fortalezas y oportunidades medias, que contrarrestan las debilidades y amenazas que pueden afectar el desempeño de la organización.

Con el estudio administrativo, se estipularon las pautas de planeación estratégica, los deberes y derechos de empleados y empleadores que encaminan al buen funcionamiento del clima organizacional.

En cuanto a los antecedentes internacionales la autora Castro María manifiesta en su investigación acerca de los establecimientos nocturnos que el cliente de hoy en día busca centros de diversión innovadores y que brinde excelencia en servicio. En la cual optó por crear una discoteca innovadora con el único fin de satisfacer las necesidades de diversión de la ciudadanía milagreña y de enriquecer de manera turística la ciudad.

De esta manera comparto esta opinión ya que las personas en la actualidad buscan salir de la rutina enfocándose en compartir nuevas expectativas educándoles a los prestadores de servicios para compartir los diferentes conocimientos y familiarizarse en cuanto al entorno con el que se encuentra.

Referente al aspecto nacional el gobierno regional del Cuzco ha planteado un manual de calidad turística, orientada a todos los empresarios y trabajadores vinculados a las empresas de entretenimiento y diversión, sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicios ofrecidos, tanto en los productos como en el servicio que se brinda al turista. Contribuyendo así al desarrollo de la actividad turística y en particular al de los centros de Entretenimiento y Diversión, los que proporcionan considerables puestos de trabajo que sirven para el sostenimiento de igual número de familias en la región Cuzco.

Es un claro ejemplo que se debería imitar en la ciudad de Chachapoyas ya que facilitaría y motivaría a los propietarios como al personal que labora para hacer que el cliente quede satisfecho. Ya que en la actualidad los centros de esparcimiento nocturnos se han desarrollado de una manera empírica y sin lineamientos estratégicos ofrecidos por entidades públicas o privadas es carente y alarmante la situación en la que se han desarrollado y es dificultoso cambiar la mentalidad del propietario en un corto plazo pero no es imposible.

## **VI. CONCLUSIONES**

Como resultado de la presente investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Oferta de esparcimiento nocturno limitada a establecimientos donde priman los bares, discotecas, karaokes.
2. Demanda insatisfecha con la reducida oferta desde el punto de vista de infraestructura y los servicios.
3. La demanda real de los establecimientos nocturnos son clientes locales quienes tienen como hábito de consumo de estos servicios en su mayoría los fines de semana grupos de salida, está conformado por amigos y familiares y los clientes turistas nacionales y extranjeros quienes acuden a estos lugares en grupos reducidos.
4. Después de haber realizado la encuesta a la población de Chachapoyas podemos decir que tanto varones como mujeres asisten a un centro nocturno usualmente, acompañados de amigos(as) y novio(a), que frecuentemente salen a bailar, donde su gasto promedio es de s/. 30.00 a s/. 40.00 soles esto es de acuerdo al producto que consumen, destacándose el centro de convenciones La Reyna como uno de los establecimientos mayor frecuentados, por el grato ambiente, la música que pone el DJ.
5. En cuanto al servicio ofrecido en todos los centros nocturnos es regular ya que no cuentan con una buena seguridad dentro del local y es por eso que siempre hay pleitos dentro de ellos, también que los precios son elevados en los productos que ofrecen, el servicio ofrecido no es bueno ya que el personal se

demora en atender y no tienen un buen trato con el cliente, en cuanto a las bebidas ofertadas no son variados ya que el personal o el barman muchas veces no saben preparar las bebidas y es por eso que optan por beber cerveza.

6. La actitud de las personas entrevistadas demuestran que sería de suma importancia contar con una guía o manual para facilitar el crecimiento de su empresa en cuanto a la productividad y al servicio brindado.
7. Es claro el panorama que se tienen de los centros nocturnos en la ciudad de Chachapoyas, los cuales se vienen desarrollando abruptamente dejando de lado a las perspectivas que debería de contar para facilitar la comodidad del cliente; es por eso que se propone establecer una propuesta de solución el cual ha sido elaborado con la finalidad de poder mejorar la oferta turística de los centros de esparcimiento nocturnos como medio de desarrollo turístico. La intención es orientar a los empresarios y trabajadores vinculados con los centros de esparcimiento nocturnos, sobre cómo instaurar acciones estandarizadas dentro del servicio brindado, tanto en los productos como en el servicio que se ofrece al cliente. Logrando así el mejoramiento y la sostenibilidad de sus empresas.
8. La implementación de un plan de solución para la problemática de la diversificación de la oferta de los centros de esparcimiento nocturno debe ser manejado como un plan de desarrollo estratégico a nivel macro, por la entidad correspondiente, esperando que sea una herramienta útil para los empresarios y sea utilizado con los fines con la que fue elaborado, proporcionando así nuevas fuentes de trabajo y desarrollando nuevas temáticas para la región Amazonas.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Después de haber llevado a cabo el estudio de investigación el autor propone las siguientes recomendaciones para aquellas personas que estén interesados en el tema de estudio.

- Se recomienda la implementación del plan propuesto por parte del gobierno regional incluyendo este proyecto como parte del plan de desarrollo estratégico regional de turismo y que está en concordancia con sus metas planeadas.
- Realizar capacitaciones al personal y propietarios de los centros de esparcimientos nocturnos de la ciudad de Chachapoyas; con la finalidad de mejorar sus servicios brindados, ente encargado DIRCETUR – Amazonas, Municipalidad Provincial de Chachapoyas y Alumnos de la UNTRM- A del a partir del 8° ciclo de la carrera profesional de Turismo y Administración.
- Realizar inspecciones a los centros de entretenimiento y diversión, ente encargado Municipalidad Provincial de Chachapoyas y Defensa Civil.
- Inventariar y registrar los centros de esparcimiento existentes en la región Amazonas; con la finalidad de dar a conocer los establecimientos existentes para aquellas personas que arriban a la región y quieren hacer uso de ellos, ente encargada DIRCETUR-AMAZONAS.
- Cumplir con las normas de seguridad y de funcionamiento, ente encargado propietarios de los centros de esparcimientos.

- Realizar talleres para brindar orientación a los empresarios y trabajadores sobre turismo y los beneficios que puede traer siendo un prestador de servicios turístico, ente encargada DIRCETUR – Amazonas y Alumnos de la UNTRM- A.
- Capacitar a los empresarios de las pequeñas y medianas empresas para que constantemente, ofrezcan un valor agregado en sus productos y servicios ofrecidos y de esta forma aumentar la competitividad de las pymes ente encargada DIRCETUR – AMAZONAS, ONGs y Municipalidad Provincial de Chachapoyas.

## **VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- CASTRO, María. (2009). Creación de una Discoteca Diferente e Innovadora con Espectáculos Novedosos. Ecuador. El Milagro
- DIRCETUR – Cuzco (2009). Manual de calidad turística para centros de entretenimiento y diversión: Autor.
- DIRCETUR –Amazonas (2010) Manual de técnicas y fundamentos de bar. Autor.
- GUERRERO, Blanca (2006).Percepción de los servicios turísticos para cruceros en puerto Montt. Tesis para optar al Título de Administrador de Empresas de Turismo. Universidad Austral de Chile. Chile.
- JARAMILLO, José. Dirección Estratégica. ( 2ª Edición) México. McGraw-Hill
- KOTLER, Neil y KOTLER, Philip (2006) Dirección de marketing.
- KOTLER, Armstrong (2008) Principios del marketing.
- MINCETUR (2011) "CALTUR "Plan Nacional de Calidad Turística del Perú".  
Autor
- OMT. (1998). Introducción al Turismo. Madrid- España: editorial OMT.
- Plan Estratégico Nacional de Turismo- PENTUR ( 2011)
- SAINZ, María. (2008) Plan de marketing en la práctica. Edición12ava.
- SUCHET, André, JORAND, Dominique y TUPPEN, John (2011).La Diversificación de la Oferta Turística en las Estaciones de Media Montaña. Francia.

- VÁSQUEZ, Richard. (2013). Tesis Plan de negocios de un restaurante temático gallístico en la ciudad de Chachapoyas. Tesis para optar el título de licenciado en Turismo y Administración. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

#### **LINKOGRAFIA:**

- Portal Estadístico - MINCETUR. Documentación en línea: <http://www.mincetur.gob.pe> (consulta:17 de Febrero del 2013)
- Portal Estadístico – INEI. Documentación en línea: <http://www.inei.gob.pe/portal> (consulta:22 de Enero del 2013)
- Documentación en línea: [http://html.rincondelvago.com/arequipa\\_desarrollo-del-sector-turistico.html](http://html.rincondelvago.com/arequipa_desarrollo-del-sector-turistico.html)(consulta:22 de Enero del 2013)
- Documentación en línea: [www.cenfotur.edu.pe](http://www.cenfotur.edu.pe)(consulta:22 de Enero del 2013)
- Documentación en línea: <http://www.monografias.com/trabajos29/tecnicas-marketing> (conculta 01 de Marzo del 2013)
- Documentación en línea: [http://html.rincondelvago.com/arequipa\\_desarrollo-del-sector-turistico.html](http://html.rincondelvago.com/arequipa_desarrollo-del-sector-turistico.html) ( consulta 03 de Abril del 2013 07:18pm)
- Documentación en línea: [www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo](http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo) (consulta 22 de Enero del 2013)
- Documentación en línea: [www.tallerdeturismopractico3.blogspot.com/.../clasificacion-de-los-bares-](http://www.tallerdeturismopractico3.blogspot.com/.../clasificacion-de-los-bares-) (consulta 22 de Enero del 2013)

# **ANEXOS**

## Anexo N° 01

### Información estadística del distrito de Chachapoyas.

#### Tabla N° 01

#### Población del distrito de Chachapoyas.

ITEM	
	CHACHAPOYAS
Población Total	23 939
% Población Rural	3%
% población femenina	54%
Tasa de crecimiento poblacional	2.24
% Población de 0 a 17 años	35.16
% Población de 18 a 29 años	22.24
% Población de 30 a 59 años	33.67
Quintil <sup>1</sup> 1/	4
Índice de Desarrollo Humano (IDH) <sup>2</sup>	0.6393

Fuente: PNUD 2007 – [www.pnud.org.pe](http://www.pnud.org.pe) - Censos Nacionales 2007 – [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe) - Mapa de pobreza departamental de foncodes 2006, con indicadores actualizados con el censo del 2007 / Elaboración propia.

<sup>1</sup>Para medir la pobreza es utilizando la división de los ingresos por quintiles. Mediante este método se puede definir "una línea de pobreza". El quintil semide dividiendo el monto de ingresos per cápita en cinco grupos, donde el primer quintil corresponde a los ingresos de los más pobres.

<sup>2</sup>El índice de desarrollo humano (IDH) es un indicador del desarrollo humano por país, elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se basa en un indicador social estadístico compuesto por tres parámetros: vida larga y saludable (medida según la esperanza de vida al nacer), educación (medida por la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en educación primaria, secundaria y superior, así como los años de duración de la educación obligatoria) y nivel de vida digno (medido por el PIB per cápita PPA en dólares internacionales).

**Tabla N°02**

**PEA (Población económica activa)**

Categorías	Casos	%	Acumulado %
PEA Ocupada	9,158	42.71	42.71
PEA Desocupada	478	2.23	44.94
No PEA	11,806	55.06	100.00
Total	21,442	100.00	100.00
NSA :	2,497		

Fuente: Censos Nacionales 2007 – [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe) / Elaboración Propia

### Anexo N°03

#### Registro de los centros de nocturnos existentes en la ciudad de Chachapoyas.

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCION
01	Karaoke Pajatén	Jerly Meléndez Burga	JR. Salamanca N°1069
02	Licorería Los Troncos	Geiner Grandes Yopan	JR. Dos de Mayo N°561
03	505 pizza bar	José Luis Soto Cabredo	JR. Dos de Mayo N°505
04	Licorería Reyna	Rosario Reyna Santillán	JR. Ayacucho N° 723
05	Licorería La Resaca	María Elena Ortiz Rubio	JR. Grau N°618
06	Bar La Pitaya 508	Miguel Ángeles Livias Segura.	JR. Ayacucho N° 508
07	Licorería Vinotek	Yojana Campos Ocampo	JR. Dos de Mayo N°569
08	Karaoke Hechizos	Wilinton Gonzales Saavedra	JR. Ayacucho N° 671
09	Centro de C. La Reyna	Rosario Reyna Santillán	JR. Ayacucho N° 345
10	Discoteca Organica	Mario Santillán Baltra	JR. Hermosura N° 469
11	Discoteca los Tronkos	Geiner Grandes Yopan	JR. Dos de Mayo N° 509
12	Discoteca Chocho Bar	Zoila Hernández Vilcaromero	JR. Unión N° 473

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo N°04

### Ficha de entrevista

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA		
Nombre del entrevistado:	Fecha:	
	Lugar:	
Cargo:		
Lugar donde trabaja:	Tiempo utilizado:	
Preguntas: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Hace cuánto tiempo tiene usted su negocio</li><li>2. Para poner este negocio usted ha realizado algún tipo de estudio; ya que últimamente existe más competencia.</li><li>3. ¿Cuántas personas laboran en su local?</li><li>4. ¿Cree usted que su negocio cuenta con las condiciones óptimas para brindar un servicio eficiente y eficaz?</li><li>5. ¿Qué estrategias utiliza usted para promocionar su negocio?</li><li>6. ¿Cómo se abastece usted en cuanto a los productos que ofrece a su clientela?</li><li>7. ¿Cuáles son las ventajas que posee su establecimiento?</li><li>8. ¿Estaría dispuesto hacer parte de una propuesta para diversificar la oferta turística de los centros de esparcimientos nocturnos?</li></ol>		

Fuente: Elaboración Propia

**Anexo N°05**

**Encuesta**



UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS.



**Diversificación de la oferta como medio de desarrollo turístico en los centros de esparcimiento nocturno en la Ciudad de Chachapoyas –Provincia de Chachapoyas - Región Amazonas 2013.**

Encuesta para determinar el grado de satisfacción de los clientes que visitan los centros de esparcimiento nocturno. A fin de poder satisfacer sus necesidades, por favor marque con una (x) y conteste la respuesta que crea conveniente.

1.- Género: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Procedencia: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_

2.- ¿Con que frecuencia usted sale a divertirse en horario nocturno?

Nunca  Algunas Veces  Siempre

Porque \_\_\_\_\_

3.- ¿Cuáles son las actividades que realiza en su salida de diversión nocturna?

a). Visita Bares

b). Bailar

c). Comer

Otros \_\_\_\_\_

4.- ¿Qué establecimiento nocturno habitualmente frecuenta? (marque con una x)

Karaoke Hechizos	Licorería Vinotek	Licorería Reyna	
Karaoke Pajatén	Licorería Los Troncos	505 pizza bar	
Licorería La Resaca	Licorería Kuélap	Bar Pitaya	
Discoteca Chocho Bar	Centro de Convenciones la Reyna	Discoteca los Troncos	
Discoteca la Organik			

5.- ¿Considera usted que el servicio ofrecido en un centro de esparcimiento nocturno es?

Excelente		Regular		Muy malo	
Bueno		Malo		Pésimo	

6.- ¿Cuál es su promedio de gasto en una salida nocturna?

• 10.00 a 20.00 soles  30.00 a 40.00 soles  • 50.00 a más

7.- ¿Su grupo de salida está compuesto por?

Solo  Pareja  Compañeros de trabajo   
Familiares  Amigos

8.- ¿Qué características debería tener un centro de esparcimiento nocturno?

a) Ubicación:  c) Precios:

b) Servicios:  d) Ambiente:

Porque:.....

**9.- ¿Qué tipo de bebidas habitualmente consume en una salida nocturna?**

Cervezas	Vino	Pisco	Cocteles clásicos	Cocteles Regionales	Gaseosa
Vodka	Tequila	Wiski	Ron	Licor Regional	Agua

**10.- ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por los siguientes productos?**

Precio Producto	S/. 2.50	S/.3.00	S/.5.00	S/.6.00	S/8.00	S/.9.00	S/10.00	S/.12.00
Gaseosa								
Cerveza								
Cocktailes Con ron								
Cocktailes Con pisco								
Cocktailes Con tequila								
Cocktailes Con vodka								

Su opinión es importante para la elaboración de esta investigación

GRACIAS....



**Anexo N°06**

**Fotografías de las encuestas realizadas a la población de la ciudad de Chachapoyas**



**ANEXO N°07**

**CUADRO MATRIZ DE ENTREVISTADOS A LOS PROPIETARIOS DE LOS CENTROS NOCTURNOS.**

N°	Establecimientos Preguntas	VINOTECA	CENTRO DE CONVENCIONES LA REYNA	RESACA	DISCOTECA ORGANIK
01	Hace cuánto tiempo tiene usted su negocio	Bueno antes de poner la Vinoteca administre otro negocio que es la resaca y me di cuenta que es rentable y sobre todo he hecho amigos profesionales los cuales ahora son mis clientes.	Este negocio se inició en el año 2000.00 como licorería, y luego por iniciativa de mi hijo se construyó el local el cual viene funcionando todos los fines de semana y feriados.	Hace 11 años primero estuvo ubicado en el jirón triunfo cuando en realidad me dedicaba a otro tipo de negocio y luego me establecido donde estoy actualmente.	Desde el año 98 fue cuando comencé vendiendo licor de leche y tenía unas mesas de villar.
02	Para poner este negocio usted ha realizado algún tipo de estudio; ya que últimamente existe más competencia.	No lo único que confío es en atraer a mis clientes antiguos y luchar para que estos se queden dándoles algunas facilidades como dar	Si lo que pasa es que como tenía mi licorería y el local no se abastecía decidí apostar por algo más amplio y realizando cosas diferentes a las demás discotecas.	No fue al azar para probar, y la verdad como está cerca al centro me di cuenta que si es rentable.	No solo por recomendación de algunos amigos decidí invertir en un local que cumpla con todos los requisitos

		crédito.			necesarios.
03	¿Cuántas personas laboran en su local?	Solo tengo un trabajador que labora desde las 8pm hasta la 1am y yo abro el negocio desde las 4: pm para hacer limpieza lo que incomoda a veces es que ya no se tiene espacio y no se puede votar a la gente por más que no consume.	En total son 11 personas las que laboran y cuando se realiza algunas actividades se contrata más personal.	Dos Un joven el cual trabaja a partir de las 3:30 pm hasta las 2.00 am todo lo que es atención al público, aparte tengo a una señora quien es la encargada de realizar la limpieza, por las mañanas.	En la actualidad tengo 22 trabajadores los cuales la mayoría son estudiantes de la UNTRM-A desempeñando uno de ellos el cargo de administrador.
04	¿Cree usted que su negocio cuenta con las	Si porque cuento con licencia de funcionamiento,	Si ya que tengo 2 ambientes cada uno bien acondicionados	Si porque tengo variedad de licores desde los más	Claro que este local fue diseñado específicamente

	condiciones óptimas para brindar un servicio eficiente y eficaz?	señalizaciones y sobre todo el local con el que cuento es de material noble.	para que la gente se sienta cómoda, es por eso que tengo un vigilante específicamente ubicado en el segundo piso para que no deje hacer desorden a personas mareadas.	baratos hasta los más caros, y también el local es de material noble y todos mis documentos están en regla.	para discoteca, no como los demás que son acondicionados.
05	¿Qué estrategias utiliza usted para promocionar su negocio?	Solo tengo publicidad en espera radio y a mis clientes potenciales se les da la oportunidad de darles crédito. Los productos que vendo son de un precio adecuado no muy costoso, el cual hace que el cliente regrese.	Tengo publicidad en radio activa, y dependiendo de feriados se contrata a los animadores del señor Torres para dar mayor realce y se contrata dos jóvenes quienes comparten su música con el dj.	No tengo ningún tipo de publicidad tengo clientes ya conocidos los cuales recomiendan a sus amigos y lo que trato es de que no venga gente joven (Estudiantes) ya que eso genera incomodidad.	Tengo contactos con un amigo en la ciudad de Chiclayo y es el quien se encarga de organizar cada 15 o 20 días presentaciones de personajes que estén de moda.

06	¿Cómo se abastece usted en cuanto a los productos que ofrece a su clientela?	Llamo a mis proveedores de Chiclayo, porque de Lima mucho demora o a veces no hay pase y más rápido pido a la Taberna de Chiclayo.	Lo que más se vende es la cerveza y mi proveedor es la reydinor, las demás cosas las compro en esta ciudad.	Tengo la facilidad de adquirir con anticipación desde lima ya que tengo familiares y aprovecho las campañas de oferta.	En cuanto a licores regionales son elaborados por empresa, y los licores nacionales son traídos desde Chiclayo, en cuanto a la cerveza lo compro en esta ciudad.
07	¿Cuáles son las ventajas que posee su establecimiento?	Está ubicado cerca al banco de la nación, y al hotel Karajía ya que muchas veces compran para llevar.	Que tengo cierta clientela como son los que laboran en la municipalidad, gobierno regional, ministerio público y hospital eso hace que marque la diferencia.	Primero la ubicación, está cerca a la plaza de armas, y la gran variedad de licores, y la forma como está estructurado es algo como reservado a la parte de a taras.	Que tengo un local amplio y seguro, que cuenta con todas las condiciones necesarias para que el cliente se sienta satisfecho y cada cierto periodo se remodela la infraestructura.

08	¿Qué le parecería a usted si contaría con un manual en el cual le ayudaría a mejorar su productividad?	Sería una gran oportunidad ya que me ayudaría a incentivar a mis clientes, logrando así la fidelización de los mismos.	Sería muy útil para mi negocio de esta manera estaría mejorando mis ventas y generando mayores puestos de trabajo.	Me parecería muy importante, ya que el personal que labora conocería así los aspectos fundamentales para dar un buen servicio.	Vendría hacer una estrategia fundamental ya que en la actualidad no se cuenta con ningún apoyo que motive el desarrollo de los pequeños negocios.
----	--	--	--	--	---

Fuente: Elaboración propia. Resultado de las entrevistas realizadas a los propietarios de los centros nocturnos