

**Plan estratégico para el fomento del turismo de bienestar en el municipio de  
Chocontá Cundinamarca**

Maria Camila Patiño Martínez

Heidy Yineth Pinto Forero

Yelitza Inés Rodríguez Comba

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C.

2019

**Plan estratégico para el fomento del turismo de bienestar en el municipio de  
Chocontá Cundinamarca**

Maria Camila Patiño Martínez

Heidy Yineth Pinto Forero

Yelitza Inés Rodríguez Comba

Director

Vásquez Bernal Jairo Alberto

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C.

2019

## **Dedicatoria**

Este trabajo de grado está dedicado a mi madre Nubia Martínez quien con su amor, paciencia y dedicación me ha permitido llegar a cumplir hoy una meta más, por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y afrontar las adversidades con valentía de la mano de Dios.

A mi abuelita Emilia Rodríguez porque con sus oraciones y consejos hacen de mí una mejor persona.

A mi hermana Alejandra Patiño por animarme a estudiar esta carrera y junto con Felipe Monroy, su cariño y apoyo incondicional durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento, gracias.

Finalmente quiero dedicar este proyecto a todas las personas que de una u otra forma me han apoyado en este proceso.

Maria Camila Patiño Martínez

## **Dedicatoria**

Dedicó este trabajo y la culminación de mi carrera a papito Dios ya que sin él no tendría la fortaleza para seguir mi camino, lo ha forjado de esperanzas y me ha ayudado a demostrarme que con esfuerzo, dedicación y perseverancia se logran grandes metas, que las alegrías se proporcionan de las pequeñas cosas que superamos día a día y que los errores nos permiten ganar grandes experiencias para afrontar momentos de dificultad.

A mis padres Guillermo Pinto y Carmenza Forero a quienes les debo todo lo que soy, por estar siempre a mi lado, por brindarme su apoyo incondicional e inculcarme grandes valores y consejos, mi ejemplo por seguir, para mis hermanos Edison Pinto y Yefri Pinto por ser mis compañeros de vida, por su amor y por sacarme tantas sonrisas; a mi abuelita Ninfa Nossa la mujer más fuerte y hermosa que he conocido.

A Jonathan Carrillo por sus palabras, apoyo y cariño incondicional, finalmente a todas y cada una de las personas que estuvieron presentes en este proceso, infinitas gracias.

Heidy Yineth Pinto Forero

## **Dedicatoria**

A Dios por dame la oportunidad de vida y haberme permitido llegar hasta este punto, por estar conmigo en cada paso que doy y ser mi fortaleza en los momentos difíciles, por poner en mi camino aquellas personas que han hecho parte de mi crecimiento personal y educativo.

A mi madre Rosalba por ser mi motivación y mi ejemplo para seguir, gracias por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, motivación, educación y valores que me ha enseñado para ser una persona de bien.

A mi hermano Manuel por sus consejos, apoyo y amor total. A Sebastián por acompañarme en este proceso académico y por estar presente con su apoyo y su amor incondicional y a todas las personas que hicieron parte de este proceso de crecimiento.

Yelitza Inés Rodríguez Comba

## **Agradecimientos**

Agradecer primero a Dios, por permitirnos desarrollar esta investigación de forma adecuada. A cada una de las familias por ser el pilar esencial para alcanzar cada una de las metas propuestas, por brindarnos su apoyo, por ser pacientes con cada situación que se presentara en el transcurso de esta etapa de nuestra vida.

Agradecer a la Universitaria Agustiniiana, a la dirección del programa por la formación recibida, a Carolina Cárdenas por su tiempo y dedicación, al director del proyecto Jairo Alberto Vásquez Bernal, por ser nuestro guía y mentor para el desarrollo de este trabajo de grado, por su constante paciencia, apoyo y compartir sus conocimientos.

Agradecemos al Municipio de Chocontá Cundinamarca, a las termales Nápoles y Volcanes por abrirnos sus puertas para el desarrollo de esta investigación, por el apoyo recibido y por toda la colaboración en la ejecución del proyecto.

Patiño Camila, Pinto Heidy, Rodríguez Yelitza

## **Resumen**

El turismo es un sector que se ha desarrollado y convertido en uno de los mejores para el crecimiento de la economía, existen diferentes tipos de turismo, entre estos el turismo de salud del cual se deriva el turismo de bienestar, este tipo de turismo se enfoca principalmente en la prevención y cuidado de la salud a partir de medios naturales como lo son las fuentes termales. Se observa que el municipio de Chocontá Cundinamarca no cuenta como tal con un desarrollo turístico, sin embargo, cuenta con dos prestadores de servicios entorno a fuentes termales (Nápoles y Volcanes). El objetivo central es desarrollar un plan estratégico que permita el fomento de turismo de bienestar, con una investigación descriptiva y enfoque mixto. Para llevar a cabo esto se realizaron listas de verificación a las fuentes termales en base a la normatividad correspondiente; un cuestionario para conocer las razones de desplazamiento de los turistas y por último la constitución del plan estratégico entorno a los datos recolectados.

*Palabras clave:* turismo de salud, termales, plan estratégico, fomento.

## **Abstract**

Tourism is a field that has developed and has become in one of the best options for the growth of the economy, there are different types of tourism, among these, we can find the health tourism from which welfare tourism is resultant, this type of tourism focuses mainly on the prevention and health care from natural environments such as hot springs. In Chocontá, Cundinamarca's Municipality. It is observed none or low tourism development, however, this town relies on two service providers for hot springs (Nápoles and Volcanes). The main objective of this work is to develop a strategic plan that allows the promotion of welfare tourism through a descriptive research and mixed approach. To carry out this, checklists for hot springs were created based on the law regulations, also a questionnaire to know the reasons why visitors come to these places and finally the construction of a strategic plan from the data collected.

**Key words:** health tourism, hot springs, strategic plan, promotion.



## Tabla de contenidos

Introducción .....	14
1. Marcos de referencia .....	15
1.1. Marco teórico.....	15
1.2. Marco conceptual .....	19
1.2.1 Turismo.....	19
1.2.2 Turismo de salud y bienestar. ....	20
1.2.3 Recreación.....	22
1.2.4 Termalismo. ....	23
1.2.5 Plan estratégico. ....	24
1.3. Marco geográfico.....	26
1.3.1 Ubicación. ....	26
1.3.2 Economía. ....	27
1.3.3 Población.....	27
1.3.4 Turismo. ....	28
1.4. Marco legal .....	29
2. Contextualización.....	31
2.1 Descripción general .....	31
2.1.1 Termales los Volcanes. ....	37
2.1.2 Termales Nápoles.....	38
2.2. Planteamiento del problema .....	39
2.3. Pregunta de investigación.....	40
2.4. Justificación .....	41
2.5. Objetivo general .....	42
2.6. Objetivos específicos.....	42
3. Metodología .....	43
3.1. Tipo de investigación y enfoque.....	43
3.2. Fuentes primarias.....	43
3.3. Fuentes secundarias .....	44
3.4. Población objeto .....	44

3.5. Muestra .....	44
3.6. Muestreo .....	45
3.7. Instrumentos .....	45
4. Capítulo 1 .....	49
Caracterización de las termales del municipio de Chocontá Cundinamarca .....	49
4.1. Termales Volcanes .....	49
4.2. Termales Nápoles .....	58
5. Capítulo 2 .....	84
Razones de desplazamiento de los turistas a las aguas termales Nápoles y Volcanes del municipio de Chocontá Cundinamarca .....	84
6. Capítulo 3 .....	92
Propuesta del plan estratégico .....	92
6.1. Análisis de la situación .....	92
6.1.1. Economía. ....	92
6.1.2. Demografía. ....	93
6.1.3. Geografía.....	94
6.1.4. Demanda. ....	95
6.1.5. Servicio. ....	96
6.2. Plan estratégico.....	100
Conclusiones .....	105
Recomendaciones.....	106
Anexos.....	112

## Lista de tablas

Tabla 1. Proyecciones de población municipal por área .....	27
Tabla 2. Marco legal del proyecto.....	29
Tabla 3. Muestra para aplicación de encuestas. ....	45
Tabla 4. Lista de chequeo de observación en las piscinas. ....	61
Tabla 5. Lista de chequeo de observación elementos de instalación sanitaria.....	64
Tabla 6. Lista de chequeo de observación del hotel.....	65
Tabla 7. Lista de chequeo de observación del personal del hotel. ....	68
Tabla 8. Lista de chequeo de observación de habitaciones.....	69
Tabla 9. Lista de chequeo de observación de restaurante. ....	71
Tabla 10. Lista de chequeo de aplicación de piscinas.....	74
Tabla 11. Lista de chequeo de aplicación del hotel.....	78
Tabla 12. Lista de chequeo de aplicación del restaurante. ....	80
Tabla 13. Alternativas alimenticias.....	87
Tabla 14. Unidad de negocio.....	88
Tabla 15. Publicidad alternativa.....	89
Tabla 16. Promoción de ventas .....	90
Tabla 17. Servicios complementarios.....	90
Tabla 18. Distribución.....	91

## Lista de figuras

Figura 1. Las cinco fuerzas que forman la competencia en la industria.....	17
Figura 2 .Estructura del turismo de salud.....	22
Figura 3. Ubicación geográfica en Colombia.....	26
Figura 4. Mapa Cundinamarca y ubicación de Chocontá.....	26
Figura 5. Embalse del Sisga. ....	28
Figura 6. Balnearios España.....	32
Figura 7. Río hondo Argentina.....	33
Figura 8. Las aguas termales en Ecuador. ....	33
Figura 9. Aguas termales Baldi .....	34
Figura 10. Inventario de manifestaciones hidrotermales.....	35
Figura 11. Termales en el departamento de Cundinamarca. ....	36
Figura 12. Localizaciones termales en Chocontá.....	37
Figura 13. Análisis agua termal los volcanes.....	37
Figura 14. Análisis agua termal los volcanes.....	38
Figura 15. Encuesta.....	47
Figura 16. Fachada termales Volcanes.....	49
Figura 17. Piscinas naturales .....	50
Figura 18. Flotadores salvavidas.....	51
Figura 19. Área de piscinas .....	51
Figura 20. Baños. ....	52
Figura 21. Vista panorámica Volcanes.....	52
Figura 22. Hotel Volcanes.....	53
Figura 23. Habitación doble.....	54
Figura 24. Habitación estándar.....	54
Figura 25. Elementos decorativos habitaciones .....	55
Figura 26. Baño habitaciones.....	55
Figura 27. Restaurante.....	56
Figura 28. Venta de snacks.....	56
Figura 29. Piscinas termales Nápoles.....	58
Figura 30. Pozo natural termal Nápoles.....	59
Figura 31. Baños termales Nápoles.....	59
Figura 32. Vista panorámica termales Nápoles.....	60
Figura 33. Género.....	84
Figura 34. Edad.....	84
Figura 35. Utiliza los servicios de turismo de bienestar.....	85
Figura 36. Lugar de procedencia.....	85
Figura 37. Cada cuánto viaja a termales.....	85
Figura 38. Cada cuánto viaja a termales.....	86
Figura 39. Número de personas que lo acompañan durante la visita a las termales.....	86

Figura 40. Razones por las cuáles viaja a las termale	87
Figura 41. Ventajas en este tipo de actividades	87
Figura 42. Cuánto invierte en esta actividad	88
Figura 43. Servicios que utiliza en las termale	88
Figura 44. Otro servicio que desearía usar en las termale	89
Figura 45. Medio de comunicación por el cual se enteró de las termale	89
Figura 46. Promociones que quisiera encontrar en las termale	90
Figura 47. Medio de transporte con el cual se desplazó a las termale	90
Figura 48. Conoce los beneficios que brinda las agua termale a su salud	90
Figura 49. Servicio que más le llamo la atención de las termale	91
Figura 50. Entrada termale Nápoles	97
Figura 51. Colaboradores termale Nápoles	97
Figura 52. Ludoterapia	98
Figura 53. Hotel principal	98
Figura 54. Hotel parte alta	99
Figura 55. Lugares de entretenimiento	99

## **Introducción**

Los servicios son los que tienen mayor impacto en el desarrollo económico del país, y el turismo hace parte de esta actividad, ya que genera mayor empleo, ingresos y mejor calidad de vida por su capacidad de desarrollo, algunos turistas se encuentran en búsqueda de experiencias nuevas y beneficiosas para su salud, donde se les brinde un trato novedoso. De aquí surge la idea de practicar un turismo de bienestar. Con base en estas características se crea la propuesta de realizar un plan estratégico, donde se puedan evidenciar de forma clara y concisa aspectos que ayuden a mejorar el servicio teniendo como finalidad evaluar las decisiones que se vayan a tomar y poder alcanzar los objetivos propuestos por las empresas.

Debido a su cercanía con la ciudad de Bogotá se decidió investigar sobre las termas ubicadas en Chocontá Cundinamarca, esto permite una mayor facilidad para el desplazamiento de los turistas. Este municipio cuenta con dos fuentes termas, las cuales se considera que pueden llegar a ser potencia en el turismo de bienestar.

Se realiza una investigación descriptiva, con la cual se pretende conocer de forma general las termas, identificar las características de los visitantes, y la situación actual del turismo en el municipio. Se hizo uso de un enfoque donde se obtienen datos cualitativos y cuantitativos, esto con el fin de lograr resultados basados en observaciones, entrevistas y encuestas de los intereses de los visitantes.

Como resultado de la investigación se presentan las estrategias que podrán ser implementadas en las dos termas, con el fin que mejoren y mantengan la calidad del servicio promoviendo el turismo de bienestar.

## 1. Marcos de referencia

### 1.1. Marco teórico

El turismo con el pasar del tiempo se ha desarrollado y generando en diversas ramas, dichas ramas se especializan en puntos de atracción del turista algunas ramas son el alojamiento, la alimentación y la intermediación presentes en los diferentes tipos de turismo y en pro de brindar mejores y buenas experiencias. La cultura, diversos factores sociales, económicos, geográficos y el desarrollo de cada persona influyen en la toma de decisiones a la hora de inclinarse por algún tipo de turismo, entre esos el turismo de salud.

Este tipo de turismo se encuentra direccionado a personas que se interesan en el cuidado y mejoramiento de su salud, según de la Puente (2015a):

El turismo de salud es un sector de gran dinámica y crecimiento a nivel mundial. La búsqueda de tratamientos y procedimientos médicos fuera de las fronteras nacionales –por diferentes razones– ha creado una oferta internacional de servicios médicos que combinan los procedimientos que buscan los pacientes con experiencias turísticas basadas en las riquezas naturales, culturales, artesanales y autóctonas de cada país oferente. (p.131).

Las personas actualmente y desde tiempos antiguos se inclinan por el cuidado de su salud por medio de diferentes tratamientos. Para McKinsey citado en (de la Puente, 2015a) el 46% de los turistas a nivel mundial se desplazan para tomar diversos tratamientos entorno a su salud, donde cada vez es mayor el cuidado y prevención, esto no solo se presenta en personas de edad avanzada sino en personas de todo tipo de edades, dichos tratamientos no solo se enfocan en centros de salud, también en tratamientos alternativos y naturales, he de allí que se generan cuatro grandes ramas en el área de los servicios de salud, la medicina curativa, preventiva, estética y de bienestar donde esta última busca un equilibrio entre cuerpo, mente y alma. (pp.133-135).

En términos monetarios el turismo de bienestar es uno de los que más ingresos produce, el termalismo, la talosoterapia y spas son fuente principal para el desarrollo de este. Según la firma Manpower citado en (de la Puente, 2015a) los ingresos provenientes de los turistas de salud en la categoría de bienestar es de US\$67.9 mil millones; en la categoría de medicina preventiva es de US\$2.9 mil millones; en la categoría de medicina estética son aproximadamente US\$3.2 mil

millones, mientras que en la categoría de medicina curativa los ingresos son de US\$9.7 mil millones. Esto arroja un total de US\$83.7 mil millones del cual 81.12 % pertenece al rubro de turismo de bienestar. (p.135).

El turismo de bienestar al tener fuentes principales para su desarrollo las cuales son recursos naturales como fuentes termales, debe tener un punto focal en temas de sustentabilidad ambiental, para Areválo & Guerrero (2014) esta muy relacionado con la capacidad de carga que tienen los lugares, un nivel máximo de actividades y visitantes. Las condiciones físicas, biológicas, sociales y económicas hacen parte de esto, donde el mantenimiento de productividad e ingreso de actividad turística aseguran para futuras generaciones y turistas actuales un buen aprovechamiento. Las aguas termales han sido utilizadas desde las primeras épocas entorno a la salud, se dice que el filósofo Hipócrates fue el primero en descubrir que estas fuentes de agua, el lodo y arcilla es sus estados naturales sirven para curar o prevenir diversas afectaciones del organismo humano, en la actualidad las personas buscan procedimientos no invasivos. (pp. 126-12).

El termalismo se desarrolla en diferentes países uno de los que más ha tenido desarrollo en este campo es España donde se generan productos consolidados con base a la gran cantidad de fuentes termales con las que cuenta, por tanto para Branco, Fraiz, Goncalves & Henn (2011):

El turismo de salud presenta un crecimiento en las últimas décadas y también colabora con la diversificación de la oferta turística muy concentrada en el turismo de sol y playa. Este crecimiento beneficia a los balnearios que actualmente pasan por un buen momento y buscan diversificar su oferta ofreciendo nuevos productos. (p. 33).

El turista que busca servicios de bienestar tiene ciertas características como lo establece, de la Puente (2015b) donde las personas de tercera edad tienen nuevos estilos de vida con un afán por permanecer siempre activos, esto muy característico de segmentos como los pensionados, riesgo o padecimiento de enfermedades como el estrés donde no existe como tal una cura pero si un tratamiento, insomnio, dolores musculares por arduos días de labor, la obesidad y las tendencias en redes sociales por mantener una vida saludable, el cuidado de la piel, entre otros y el interés por una previsión más que un tratamiento. (p. 6). Este tipo de turismo se encuentra en auge lo cual lo hace atractivo para la inversión y el desarrollo de nuevos servicios.

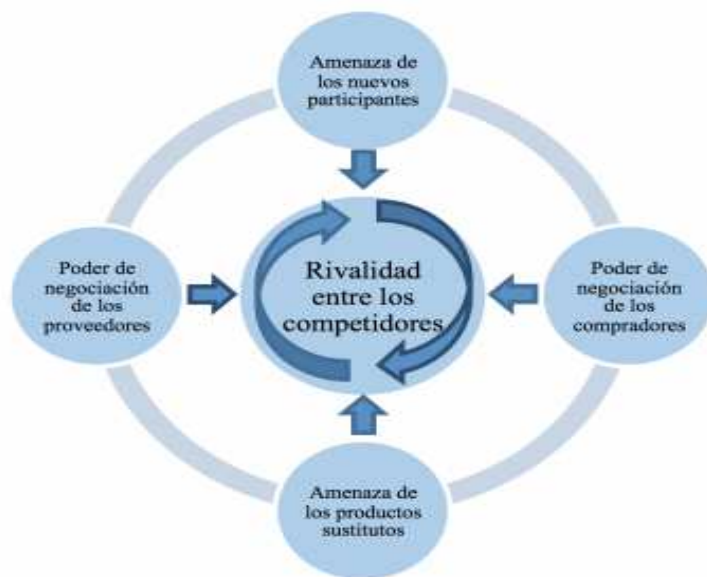
Por otra parte para los prestadores de servicios de turismo de bienestar se presentan grandes retos ya que al ser un sector en crecimiento y donde gran parte de países del mundo cuentan con los



recursos para su desarrollo se debe tener innovación y presentes factores políticos, sociales, económicos, culturales y de medio ambiente; en un mercado se debe tener interés en la competencia y estrategias de la industria, para Berumen, Castillo, Mendoza & Estolano, (2013):

Entender una industria y la influencia de las cinco fuerzas sobre ésta, permite tener un marco general para anticipar la competencia y su rentabilidad en el tiempo. Estudiar cada una por separado y su interacción, permite desarrollar una estrategia favorable para una compañía o institución. (p. 74).

Las cinco fuerzas competitivas de un sector, el autor Michael E. Porter plantea estas fuerzas para determinar la intensidad competitiva, según Buitrago (2008) estas fuerzas se expresan en dos fundamentos, uno es el atractivo de los sectores industriales desde la rentabilidad y factores de dependencia y el otro factores desde la posición competitiva, en donde la formulación de la estrategia se relaciona la empresa con su sector y se encuentra la posición que ocupa, esto con una mejora en la competitividad. (p. 31).



**Figura 1.** Las cinco fuerzas que forman la competencia en la industria. Berumen et al. (2013).

Se dice que la fuerza de la rivalidad entre competidores se forma a partir de las otras cuatro fuerzas que son la amenaza de competidores, el poder de negociación de los competidores, amenaza de productos sustitutos y el poder de negociación del cliente, para (Buitrago, 2008; Berumen et al. 2013) la fuerza de la amenaza de nuevos participantes o competidores consiste en un aumento de la participación del mercado debido a presión en los costos y tasa de inversión, cuando se produce esto se debe mantener precios bajos. En esta fuerza se presentan barreras de entrada las cuales dificultan o impiden la entrada de los nuevos competidores, algunas son las economías de escala, acceso a canales de distribución y la diferenciación del producto, donde se tiene ya una caracterización y posicionamiento muy marcados del producto o servicio.

Otra de las fuerzas es el poder de negociación de los proveedores, cuando los proveedores cuentan con una organización consolidada pueden imponer sus condiciones respecto a precios y cantidades, otra gran afectación es que la industria no pasa dicho aumento de costos a sus precios y los proveedores pueden comprimir la rentabilidad de las empresas.

La amenaza de productos y servicios sustitutos, esta fuerza se encuentra entorno a los productos o servicios que compiten en el mismo mercado y que pueden satisfacer la misma necesidad, estos productos limitan precios y posibilidades de una industria, siempre están presentes, pero no son muy tomados en cuenta y pueden ser una gran amenaza al tener una relación en su precio y desempeño, limitando los productos principales.

El poder de negociación del cliente, en esta fuerza el actor de mayor relevancia y poder que es el cliente tiene la capacidad de negociación, cuando tienen un alto nivel de organización, son pocos y compran en grandes volúmenes pueden imponer sus condiciones disminuyendo precios y creando cierta rivalidad entre proveedores, por otra parte, está sujeto a la existencia de productos sustitutos donde la industria puede presentar disminución en la rentabilidad.

La rivalidad entre competidores, en esta fuerza la rentabilidad se puede ver afectada por la competencia, donde el ofrecimiento del mismo producto con disminución del precio, factores diferenciadores, campañas de publicidad y posicionamiento hacen que en el mercado sea más complicado la competencia, también se presentan barreras de salida que hacen que la empresa siga en un sector a pesar de no obtener gran rentabilidad, algunas de estas son compromisos a largos plazos con los clientes, interrelaciones estratégicas y regulaciones laborales.

Las cinco fuerzas para la competitividad permiten entender la dinámica que influye en la industria teniendo claro que se ve afectada por factores del macroambiente y microambiente por tanto para este proyecto es base teórica principal para su desarrollo.

## **1.2. Marco conceptual**

### **1.2.1 Turismo.**

El turismo ha generado gran impacto en el desarrollo humano inicia en las primeras épocas con las peregrinaciones, juegos olímpicos, ocio y aprovechamiento del tiempo libre, para la Organización Mundial del Turismo (2018): “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (p. 1). por otra parte, Romero (1986), afirma:

Es un fenómeno social que tiene impacto económico favorable para las comunidades receptoras, que consiste en el desplazamiento de personas por diversos motivos, desde su punto de residencia fija a otros lugares donde se constituye en la población flotante de ese lugar, sin participar en los mercados de trabajo por más de 24 horas y por menos de meses. (p. 5).

El turismo es considerado por algunos autores desde diferentes puntos de vista como fenómeno, ciencia y arte, como fenómeno es un hecho primordialmente humano basado en el desplazamiento temporal libre, en la ciencia donde es un conocimiento basado en el fenómeno turístico en la complejidad humana con la historia del turismo, motivos, causas y consecuencia como fenómeno humano y como arte desde un punto de quien la hace su profesión sin embargo arte como motivación al consumo de servicios de turismo ya se encuentra asentado y aceptado (Blanco, 1994, pp. 22-23).

Para Santos (2014) “el turismo es un gran sistema, compuesto por partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo común” (p. 12). por otro lado, Campo (2008) establece:

En la modernidad, el turismo fue entendido como un hecho meramente económico que se fundamentaba en su propio contenido utilitarista, en ese entonces, era nada más una relación entre un sujeto y el resto del mundo, era un producto, generador de resultados monetarios para el ente receptor, el turismo es un fenómeno importante para las economías de los países, por sus efectos multiplicadores, aún antes de la Segunda Guerra Mundial. (p.193).

Para desarrollar el turismo se requieren de algunos componentes como lo son los atractivos turísticos, planta física, demanda y una estructura complementaria donde influyen diversos factores como la tecnología, la cultura y economía del lugar, el turismo abarca diferentes definiciones según el Ministerio de Industria Comercio y Turismo (2018):

Fenómeno resultante de la coincidencia inmediata o mediata de diversos factores que se generan por el desplazamiento temporal de personas, que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares diferentes al de su domicilio habitual e intercambian por dinero, bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo. (p. 1).

Por otra parte, la Ley 1558 (2012) lo define como un conjunto de actividades que practican las personas durante viajes en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio, cultura, salud, eventos, entre otros, el turismo puede ser, turismo emisor realizado por nacionales en el exterior, turismo interno realizado por los residentes en el territorio económico del país, turismo receptivo realizado por los no residentes, en el territorio económico del país y excursionista. (p. 2).

El turismo tiene diversas definiciones realizadas por grandes autores, todas esas definiciones tienen como eje principal el desplazamiento con ánimo de desarrollar actividades ajenas al lucro y que se realizan fuera de su lugar de residencia.

### **1.2.2 Turismo de salud y bienestar.**

Uno de los tipos de turismo es el turismo de salud, donde los turistas se desplazan a lugares diferentes de su residencia para recibir servicios relacionados con el mejoramiento de la salud entre estos lugares los termales, que se encuentran en la rama del turismo de bienestar este siendo una rama del turismo de salud, para Pacheco (2017):

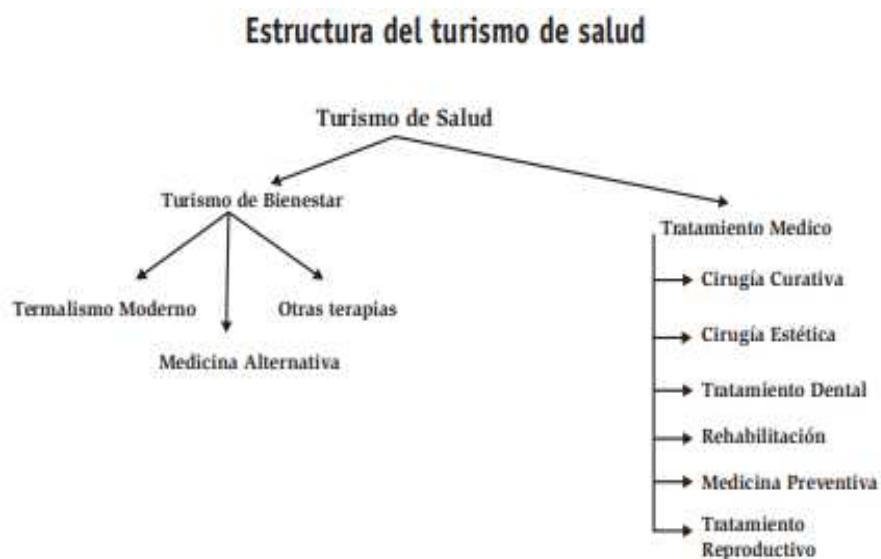
El turismo de salud es un sector emergente que combina procedimientos médicos tradicionales y alternativos con experiencias turísticas de ocio, cultura, tanto en el área rural como urbana. Este sector se presenta como alternativa para la generación de ingresos en

localidades de diferentes latitudes que buscan atraer a una creciente población de pacientes nacionales en el extranjero o extranjeros que demandan servicios médicos de alta calidad y menores precios. (pp. 1-2).

Según la Organización Mundial de la Salud (2018): “Salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solo la ausencia de afecciones o enfermedades”. (p. 1).

Este turismo ha presentado grandes aportes a la economía y se encuentra en un constante crecimiento, existen cuatro categorías médico turísticas en las cuales se encuentra la medicina curativa que se encarga de curar y tratar enfermedades mediante procedimientos invasivos y no invasivos, la medicina preventiva donde se realizan revisiones rutinarias y prevenciones para las enfermedades, la medicina estética donde se ofrecen procedimientos estéticos y de belleza con tratamientos invasivos y no invasivos y por ultimo medicina de bienestar donde se ofrecen servicios alternativos y medicamentos homeopáticos los cuales son constituidos en su totalidad por componentes naturales (Pacheco,2017, pp. 1-2).

Según Fuentes (2009):“Es una actividad que aprovecha las diferentes fuentes termomineromedicinales y sus derivados, con la posibilidad de combinarlos con el sol y el clima; a través de diversas técnicas de aplicación al ritmo, intensidad, duración y frecuencia establecidas por un médico”. (p. 13). Por otra parte, para, McKinsey & Company (citado en Lizarralde, 2013): “El turismo de salud se define como la exportación de servicios de salud enfocado en cuatro áreas específicas: medicina curativa, preventiva, estética y de bienestar (Inspired Wellness)”. (p. 10).



**Figura 2 .**Estructura del turismo de salud. Arias, Caraballo y Matos (2011).

Muchas personas en la actualidad tienen como una de las preocupaciones más grandes el cuidado de su salud ya que es de vital importancia estar bien en todos los aspectos, por tal razón algunas de ellas se enfocan en la búsqueda de nuevas alternativas para contribuir a ese mejoramiento, según Arias et al. (2011): “ El turismo de salud no es fenómeno nuevo, pues desde tiempos remotos las personas han viajado en búsqueda de una mejoría, cuidado y sanación, tanto del cuerpo como de la mente”.(p. 86). Para, García (2016):

El turismo de salud implica dirigirse a un lugar que provee bajos riesgos para la salud y, en contraparte ofrece mejorar la calidad de vida a partir de una mejora en la salud del turista o del viajero que acude a un centro de aguas termales. (p.162).

El turismo de salud se divide en dos partes turismo médico y turismo de bienestar donde el turismo médico consiste en todos los procedimientos médico-quirúrgicos e intervenciones médicas y todos los tratamientos que se desarrollan a parte de los médico-quirúrgicos pertenecen al turismo de bienestar, “Los países en vías de desarrollo han visto en el turismo de salud una fuente de importantes ingresos y lo están promoviendo agresivamente, por tanto, vienen impulsando la competencia en esta industria” Awadzi & Panda (citado en Arias et al. 2011, p. 87).

### **1.2.3 Recreación.**

Las personas en su vida cotidiana destinan un lapso de tiempo para diferentes actividades que les genera bienestar, estas actividades van acorde con los gustos y preferencias de cada individuo,

pero dichas actividades están en torno a la generación de diversión o de un estado de tranquilidad y felicidad, la Fundación Latinoamericana de Tiempo Libre y Recreación la define como (2018): “Una sumatoria de actividades que tienen lugar al fin de cada día, de cada semana o en las vacaciones. Tales acciones tendrían como único fin el divertirse en tanto se constituye éste en forma de compensación del cansancio y aburrimiento producido por las tareas cotidianas”. (párr,19).

La recreación tiene diversas definiciones según su contexto, del mismo modo Trilla (citado en Benítez, Cadenas, Campon, Espartero y Muñoz, 2015):

Explica la recreación desde un punto de vista de la animación sociocultural, conformada como un paradigma de cambio de actitud, un comportamiento, algo que tiene lugar durante el tiempo libre (o durante la educación) y que no importa tanto lo que se haga sino el cómo se haga. La animación sociocultural permite que el ocio sea una manera de utilizar el tiempo libre, independientemente de la actividad que se trate, libre mediante una ocupación libremente elegida y realizada cuyo desarrollo resulta satisfactorio o placentero para el individuo. (p. 52).

La recreación abarca grandes campos otra definición según Dumazedier (citado en Benitez et al, 2015) “explica que el ser humano desarrolla su personalidad en su tiempo libre, saliendo de las rutinas de las actividades llevadas a cabo en sociedad y realizando actividades que satisfagan sus necesidades de esparcimiento personal y liberación autónoma”.(p. 54).

#### **1.2.4 Termalismo.**

Los termales datan de las primeras épocas según Kazemi citado en Arias et al. (2011): “en las primeras civilizaciones tales como La India, China, Mesopotamia y Egipto, el turismo de salud o turismo médico se presentó en mayor medida como la peregrinación de las personas hacia los templos sagrados para tomar baños medicinales y aguas termales”. Según Arias et al. (2011):

En la antigua Roma, los baños termales eran utilizados con fines medicinales. Además, representaban un importante espacio social para los miembros de la elite más alta y privilegiada del imperio. En los inicios de Roma, los complejos termales, muy difícilmente podrían considerarse como centros de turismo médico, puesto que la mayoría de los visitantes se encontraban a menos de un día de camino. Pero con la expansión del imperio romano por más de 1.000 años, los peregrinos, los diplomáticos, los mendigos y los reyes de

muchos rincones del mundo antiguo, llegaban al mediterráneo en busca de consejo médico y tratamientos de salud. (p. 80).

Las personas buscan realizar procedimientos que contribuyan a la mejora de su salud o para tener un buen bienestar Según Ramos y Santos (citado en Pineda y Falla, 2016) “El termalismo es aquel conjunto de medios administrativos, turísticos, sanitarios, sociales y medicinales que son puestos en operación con el fin de efectuar un uso terapéutico de aguas mineromedicinales, gases termales y lodos”. (p. 110). A través del tiempo las aguas termales se han ido reconociendo por sus métodos curativos en el área de la salud según el Instituto geológico y minero de España (2018), “La atribución de bondades terapéuticas a determinadas aguas que brotaban del subsuelo es un fenómeno que comienza en la Prehistoria, periodo en el que se atribuye un origen divino o sobrenatural a estas aguas” (p. 2).

Así mismo las aguas termales han incentivado el desplazamiento de personas con fines medicinales y recreativos a lugares donde se encuentran estas fuentes, López (2011) afirma:

Desde el principio de los tiempos la inmersión del cuerpo en agua y su permanencia en ella fueron utilizadas por los seres humanos como forma de higiene y como forma de mejorar la salud ante determinados males, independiente de la cultura, el agua fue y es un elemento esencial y de atracción y culto. (p. 465).

En la actualidad el wellness es un término inglés que se utiliza para definir un equilibrio mental, físico y emocional está tomando un gran auge las aguas termales aportan gran valor en esto, “Balneario es un conjunto de instalaciones sanitarias próximas al manantial en donde se lleva a cabo la aplicación de las aguas mineromedicinales” Sociedad Española de Hidrología Médica (2018), estos centros tienen como su principal materia las aguas mineromedicinales.

### **1.2.5 Plan estratégico.**

La planeación estratégica establece y evalúa decisiones para lograr objetivos, el punto de partida es la estrategia, la cual traza la dirección en donde se moverá la empresa y donde surgen desafíos estratégicos como lo son la satisfacción del cliente, obtención de la materia prima y el cumplimiento de los objetivos financieros; la estrategia a través del tiempo tiene que ir



evolucionando según las repuestas de la empresa, a partir de la implantación eficaz de la estrategia se obtienen grandes resultados. (Stettinius, Wood, Doyle, Colley, 2009, pp. 10-15). La planeacion estrategica requiere de un pensamiento estrategico para la instauración de acciones correctas, asi mismo J.B. Quinn (citado en Alteir Consultores, 2019) añade que:

Una estrategia es el modelo o plan que integra los principales objetivos, políticas y sucesión de acciones de una organización en un todo coherente. Una estrategia bien formulada ayuda a ordenar y asignar los recursos de una organización de una forma singular y viable, basada en sus capacidades y carencias internas relativas, en la anticipación a los cambios del entorno y en las eventuales maniobras de los adversarios inteligentes. (p. 12).

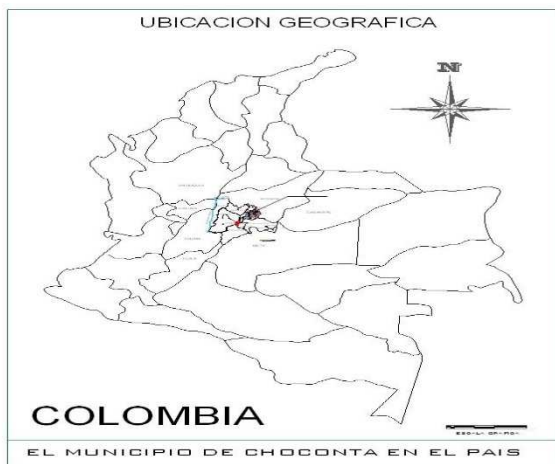
El plan estratégico es una herramienta donde la alta gerencia recolecta decisiones estratégicas que ha adoptado en relación con lo que hará en los 3 próximos años siendo esto el horizonte más habitual del plan estratégico.

El objetivo del plan puede varias según el tipo de empresa, el tiempo y desarrollo del negocio junto con la situación económico, sin embargo, el plan estratégico permite analizar la viabilidad técnica, este aumenta la preparación de la empresa para el cambio, mejora la coordinación en el cambio y marcha de situaciones de la empresa, mejora la comunicación y con la formulación de las estrategias enmarca un lineamiento para lograr altos niveles en la rentabilidad sobre la inversión. Los pasos para la elaboración de un plan estratégico son el análisis estratégico análisis de propósitos y objetos organizativos analizando el entorno junto con competidores. El segundo es la formulación estratégica en la creación de estrategias corporativas, operativas o competitivas y por último la implantación estratégica a través de medio eficaces en la coordinación. (Consultores, 2019).

### 1.3. Marco geográfico

#### 1.3.1 Ubicación.

Chocontá es un municipio del departamento de Cundinamarca, ubicado en la parte nororiental en la provincia de los Almeidas a 75 kilómetros de Bogotá, la temperatura media aproximada es de 13°C, limita con los municipios de Villa pinzón, Lenguaque, Macheta, Suesca, Sesquilé, entre otros. El cumpleaños de Chocontá se celebra el día 7 de septiembre ya que ese día en el año 1810 se consolidó como municipio. (Plan de Desarrollo del Municipio de Chocontá, 2007, p. 40).



**Figura 3.** Ubicación geográfica en Colombia. WordPress (2019).



**Figura 4.** Mapa Cundinamarca y ubicación de Chocontá. WordPress (2019).

### 1.3.2 Economía.


Este municipio para su desarrollo económico y sociopolítico se relaciona con municipios aledaños pertenecientes a la región Sabana Norte como lo son Macheta, Villapinzón, Manta, Sesquilé y Suesca, el producto de principal comercialización es la papa, el municipio depende principalmente de la actividad agropecuaria productos como el maíz, hortalizas, tomate, fresas, flores y pastos; la ganadería ocupa la mayor parte del municipio pero se caracteriza por tener procesos muy tradiciones donde se limitan el crecimiento económico. El municipio cuenta con algunas fábricas de cueros, producción d quesos y pan aliñado este último muy reconocido por viajeros también cuenta con una zona comercial no definida donde se encuentran almacenes de víveres, calzado y ropa estos aportan a la economía, pero en forma moderada. (Plan de Desarrollo del Municipio de Chocontá, 2007, p. 40).

### 1.3.3 Población.

La población del municipio de Chocontá, según un estudio del DANE Proyección Municipios 2005- 2020 para el año 2019 es de 27.927 habitantes.

Tabla 1.

#### Proyecciones De Población Municipal Por Área

 <b>INFORMACIÓN ESTADÍSTICA</b>									
<b>COLOMBIA. PROYECCIONES DE POBLACIÓN MUNICIPALES POR ÁREA</b>									
<b>2005 - 2020</b>									
<b>A junio 30</b>									
DP	DPNOM	DPMP	MPIO	2015	2016	2017	2018	2019	2020
25	Cundinamarca	25148	Caparrapí	16.691	16.710	16.720	16.732	16.748	16.746
25	Cundinamarca	25151	Caqueza	17.048	17.129	17.214	17.303	17.396	17.492
25	Cundinamarca	25154	Carmen de Carupa	9.109	9.191	9.276	9.366	9.458	9.555
25	Cundinamarca	25168	Chaguaní	3.981	3.979	3.968	3.962	3.960	3.945
25	Cundinamarca	25175	Chía	126.647	129.652	132.691	135.752	138.822	141.917
25	Cundinamarca	25178	Chipaque	8.400	8.400	8.401	8.401	8.401	8.401
25	Cundinamarca	25181	Choachí	10.729	10.680	10.614	10.553	10.487	10.416
25	Cundinamarca	25183	Chocontá	25.257	25.895	26.562	27.238	27.927	28.639
25	Cundinamarca	25200	Cogua	22.361	22.786	23.214	23.654	24.092	24.522
25	Cundinamarca	25214	Cota	24.916	25.432	25.945	26.463	26.980	27.496
25	Cundinamarca	25224	Cucunubá	7.479	7.521	7.561	7.589	7.623	7.657
25	Cundinamarca	25245	El Colegio	21.832	21.949	22.060	22.163	22.247	22.335
25	Cundinamarca	25258	El Peñón	4.805	4.807	4.786	4.775	4.759	4.755

Nota. DANE (2019).

### 1.3.4 Turismo.

Es un municipio que no cuenta como tal con una promoción turística, sin embargo tiene atractivos turísticos, es un municipio caracterizado por su riqueza hídrica, según el Plan de Ordenamiento Territorial 2016-2019 (2016) cuenta con aguas termales, la capilla del santo Cristo, también conocida como el humilladero, el palacio municipal, la estación del ferrocarril, las torres de Telecom y diversas celebraciones como lo son el Festival Internacional de la Danza en pareja, el festival navideño, el festival de la fresa y la fiesta de nuestra señora de la salud. (p. 3).



**Figura 5.** Embalse del Sisga. Termales los Volcanes (2018).

## 1.4. Marco legal

Tabla 2.

Marco legal del proyecto.

Resolución 1510 de 2011	Criterios técnicos y de seguridad para piscinas (Estructura, seguridad microbiológica)
Resolución 1618 de 2010	Características químicas, físicas y microbiológicas del agua de las piscinas y estructuras similares junto con la recirculación del agua, toma en cuenta la vigilancia y control sanitario.
Resolución 1509 de 2011	Criterios y procedimiento de sustancias químicas en el manejo del agua de piscinas o estructuras similares.
Resolución 4113 de 2012	Reglamento técnico a los dispositivos de seguridad e instalaciones en las piscinas, estanques o estructuras similares
Decreto 554 de 2015	Medidas de seguridad en piscinas de uso colectivo, certificación de normas de seguridad en piscinas, personal de los establecimientos (salvavidas) vigilancia, control e inspección en piscinas, reglamentación para piscinas no abiertas al público
Decreto 1541 de 1978	Reglamenta todas las normas en relación con el recurso agua en todos sus estados, dominio, derecho de uso, concesiones sus características y condiciones, diferentes usos (agrícola, energético, mineros, petroleros, etc.) aguas subterráneas, minerales y termales donde se especifica aprovechamiento, preservación y control.

Decreto-ley 2811 de 1974	Código nacional de recursos naturales renovables y de protección al medio ambiente.
Ley 300 de 1996	Ley general de turismo donde se define el acuaturismo como una forma de turismo especializado donde el turista disfruta de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación prestado durante desplazamiento por cualquier cuerpo de agua (ríos, lagos, mares).
Ley 9 de 1979	Establece normas de control sanitario y vigilancia con el fin de evitar la contaminación del agua subterránea.
Ley 1209 de 2008	Establece normas de seguridad en las piscinas, sanciones, vigilancia y control.
Proyecto de ley 054 de 2014	Normas que promueves, regulan, orientan y controlan el aprovechamiento terapéutico y turístico de balnearios termales y uso de aguas termales.

*Nota.* Los autores (2019).

## 2. Contextualización

### 2.1 Descripción general

El turismo de salud se divide en dos grupos, se encuentra el turismo medicinal y de bienestar, el primero, según Rodríguez (2002) es el grupo de personas que se van hacia el lado de la medicina, durante este proceso existe una prestación de servicios por parte de los operadores turísticos, pero su motivación y por tanto su satisfacción no se verá afectada por estos, aquellos turistas buscaran establecimientos como clínicas o centros especializados en cirugías o tratamientos médicos contando con profesionales en el área de la salud como médicos, odontólogos, entre otros. (pp. 18-19). diferente a los turistas que para Borman (2004) buscan el bienestar, pero se basan en el turismo, se promoverá el destino por los diferentes beneficios que pueda llegar a aportar el clima y sus recursos naturales ya que busca la estabilidad de la salud y el cuerpo buscando alternativas como la talasoterapia, termalismo o centros de spa. (p. 10).

A continuación, se explica de forma breve en que consiste cada uno de los anteriores términos. En el Congreso Agesport Andalucía, definen los siguientes términos: según Clemente (2008) La talasoterapia se conoce como la terapia que hace uso de agua, elementos marinos como lodo, alga, arena, para curaciones o prevenciones de la salud al borde del mar, con exposiciones repetitivas, este ayudará a obtener un equilibrio en el cuerpo. (p. 4).

Para los centros de spa se conocen como los s especializados para la relajación, bienestar por medio de profesionales que ayudan al equilibrio espiritual, emocional, mental y del cuerpo, donde no se harán tratamientos invasivos con medicamentos o compuestos químicos que puedan llegar a alterar la estabilidad del ser humano, el método con el que se realiza es conocido como seco, es desarrollado por medio de masajes, acupuntura, reiki, entre otros.

Por último, se destacará al termalismo donde se encuentra el uso de aguas termales, lodo y barro, aguas mineromedicinales que actúan como prevención, rehabilitación o recuperación funcional del cuerpo, algunos estudios demuestran que el termalismo es bastante útil para tratamientos como reumatología, dermatología, problemas cardio arteriales, respiratorios, en el aparato urinario, digestivo y problemas de crecimiento.

Actualmente en España, según Bonfada (2008) los balnearios se han fortalecido gracias a que existen factores como la aparición de estudios, reducción del trabajo y aumento de las horas de ocio, creencias culturales nuevas como querer acceder a productos diferenciados y el crecimiento de la publicidad que el turismo ha ido teniendo. Cuenta principalmente con tres balnearios importantes, estos han sido seleccionados por sus orígenes, beneficios y ubicación, los cuales son: Balneario de la Almeda (Valencia), el antiguo balneario, el nuevo balneario de la Alameda. (p. 21).

En las instalaciones se ofrecen técnicas modernas de relajación y ocio, tratamientos para la salud con barro, electroterapias, sauna, termas romanas, baños termales, entre otros; Cabe resalta que al pasar los años han ido evolucionando, mejorando y actualizando su servicio para la mayor satisfacción que el turista desea.



**Figura 6.** Balnearios España. Asociación Nacional de Balnearios (2018).

En cuanto a Latinoamérica algunos países como Argentina, Ecuador; Costa Rica y Colombia se han preocupado por llevar a cabo el crecimiento del turismo de bienestar como aprovechamiento de las aguas minerales y fortalecimiento de la economía. Para Argentina ( El turismo de salud como producto turístico en Buenos Aires, 2008, pp. 13-14). Por su ubicación y longitud posee aguas mineromedicinales de todas las clases, por tal motivo han venido realizando estudios donde puede clasificar las termas de acuerdo con los estándares que España ya había establecido, estas condiciones hidrológicas hacen que sea un país con un alto índice en el turismo de bienestar con un incremento en los procesos terapéuticos por medio de termas.



## El turismo de salud como producto turístico en Buenos Aires



**Figura 7.** Río hondo Argentina, Rio hondo (2015).

En el caso de Ecuador, para Martínez (2015) cuenta con gran cantidad de volcanes que contribuyen a la riqueza de aguas mineromedicinales, que desde tiempo atrás han sido utilizadas por la cultura Inca, por sus conocimientos en medicina ancestral. Actualmente cuentan con un Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible Plandetur 2020, proyecto que busca que Ecuador fortalezca su economía por medio del turismo, incentivando el turismo sostenible, donde se resalte el cuidado y mantenimiento del medio ambiente, donde los balnearios han sido una pieza clave para el desarrollo con la finalidad de preservar la salud y el bienestar físico y mental de los turistas en un ambiente adecuado, sin embargo este tipo de turismo hasta ahora se está descubriendo como tal y se debe fortalecer para lograr su aprovechamiento sostenible.



**Figura 8.** Las aguas termales en Ecuador. Revista Cuenca Ilustre (2015).

Según Gómez (2007) el descubrimiento, investigación y aprovechamiento de las aguas termales en Costa Rica, se divide en cinco grandes etapas, que varían entre sus primeros usos, pasando por los fines recreativos y terapéuticos que estas aguas prestan, hasta llegar a los últimos descubrimientos que aportan usos como la producción de energía eléctrica. (p. 10). Para Costa Rica

el termalismo va más allá de usos terapéuticos y medicinales, buscan incentivar el agua mineral como fuente de producción de energía por medio de los vapores generados en un campo geotérmico, no olvidando la importancia que pueden llegar a tener a nivel turístico. Todo lo anterior tiene un fin y es buscar la estabilidad social, económica y política logrando un desarrollo de infraestructura, industrial y tecnológico.



**Figura 9.** Aguas termales Baldi, Arenal canopy (2017).

Colombia es un destino de talla mundial caracterizado por su mega diversidad dado a su riqueza natural, cultural y social, por tal motivo el turismo es considerado como uno de los sectores que generan mayores ingresos a nivel nacional. Lo que conlleva a que diversos subsectores del turismo se desarrollen, entre estos se encuentra el turismo de salud y bienestar, dado a su oferta en temas medicinales como la cantidad de instituciones especializadas y el inventario turístico, hasta el momento este tipo de turismo se está explorando y por lo tanto se ha observado que ha sido de gran impacto para los turistas. En el año 2012 la Cámara de Salud de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), el Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio y Pro Colombia crearon el sello Colombia es Salud, Exportación de Servicios de Salud y Bienestar. (Pineda y Falla, 2016, p. 107).

Factores como la cantidad de ecosistemas terrestres, marinos, costeros, acuáticos, entre otros, con los que cuenta Colombia junto con la ubicación en la que se encuentra en el planeta, hacen que sea un país lleno de riqueza natural, según Rangel (2015) es caracterizado por tener uno de los mayores índices de biodiversidad del mundo, al estar sobre una de las cadenas montañosas más grandes y el cinturón de fuego del pacífico cuenta con una zona volcánica activa, por tanto tiene

diversos volcanes que son grietas de la capa terrestre que están directamente conectadas al centro de la tierra, los termales son manantiales de aguas subterráneas que contienen diversos minerales y que se forman en una región volcánica, debido a esto es un país que también cuenta con gran cantidad de recursos hidrotermales. (pp. 182-196).

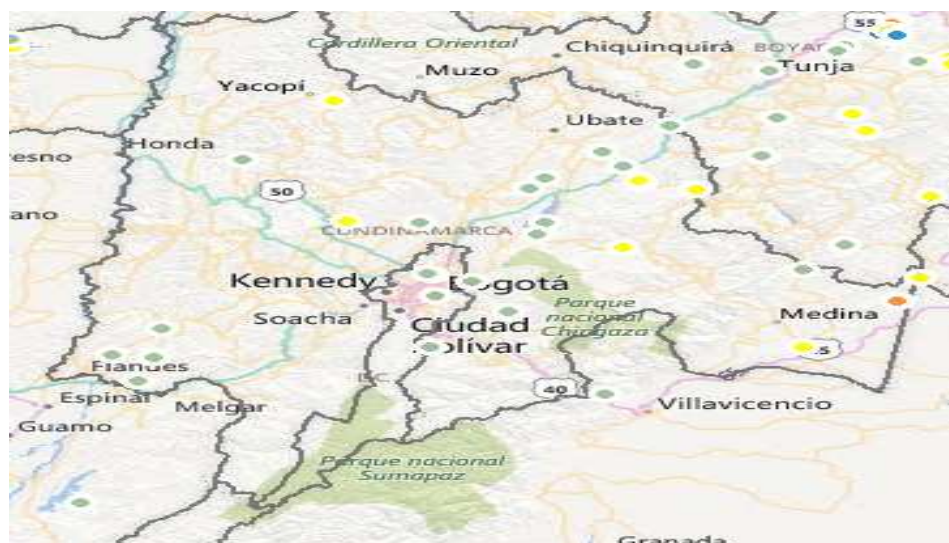
Se observa que en el caso de Colombia no se cuenta con un amplio conocimiento de estos recursos o de una exploración a fondo, algunas entidades se han encargado de generar un interés en profundizar y generar un desarrollo, pero no en su totalidad, el Servicio Geológico de Colombia cuenta con un inventario nacional de las manifestaciones hidrotermales, donde se puede observar que existen aproximadamente más de 300 fuentes donde en su mayoría están ubicadas sobre la cordillera oriental.



**Figura 10.** Inventario de manifestaciones hidrotermales. Servicio Geológico Colombiano (2019).

Con esto también se observa que muchas de las fuentes no cuentan con un ciclo de estudio hidrológico completo. En el país se hace uso de ciertas fuentes a través de servicios turísticos con instalaciones de balnearios, algunas son las termales Santa Rosa de Cabal, termales Aguas Calientes de Guasca, termales San Vicente, termales de Paipa, entre otras, la inmensa riqueza hidrológica con la que cuenta Colombia es sinónimo de desarrollo turístico y con esto un desarrollo económico y social por tanto la Cámara de Salud de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), el Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio y Pro Colombia crearon el sello Colombia es Salud, Exportación de Servicios de Salud y Bienestar.

Cundinamarca es un departamento ubicado sobre la cordillera oriental, posee gran cantidad de fuentes termales, según el servicio geológico colombiano son aproximadamente 49 manantiales termales, todas las fuentes con componentes diferenciadores que las hacen únicas a la hora de efectuar un desarrollo en estas de uso terapéutico y turístico.



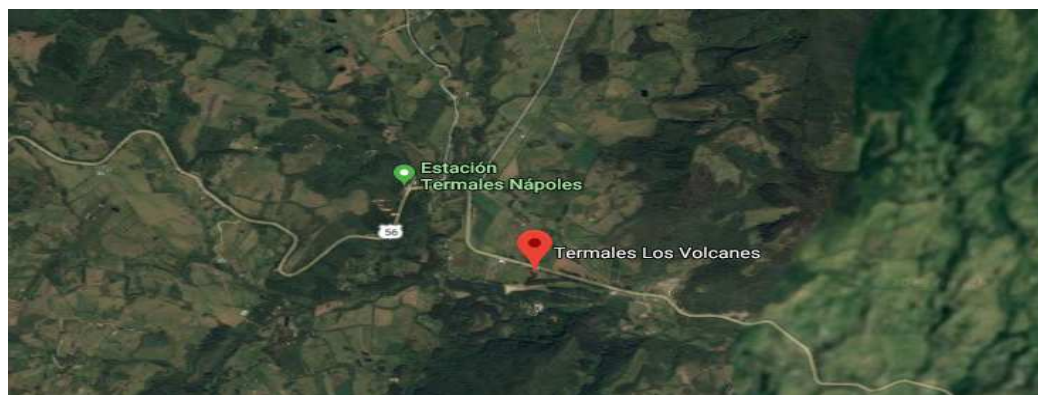
**Figura 11.** Termales en el departamento de Cundinamarca. Servicio Geológico Colombiano (2019).

Cundinamarca es un destino turístico potencial conformado por riqueza natural y cultural, para Fontur (Citado en Niño y Duarte, 2015) “el turismo constituye una posibilidad potencial y dinámica de la economía regional, con grandes ventajas para el departamento, porque permite mostrar y desarrollar los recursos y atributos con los que cuenta específicamente en torno de las termales”. (p.208). Con la consolidación y respectivos estudios los termales en este departamento son fuente principal para un desarrollo encaminado a turismo de bienestar.

Algunas de las fuentes no cuentan con la infraestructura o con una consolidación como tal ya que factores como el difícil acceso o la pertenencia a actores privados no lo permiten sin embargo en diversos municipios del departamento se están prestando servicios entorno al uso de las aguas termo mineromedicinales como lo son Tabío, Choachí, Guasca, Paratebuena, Anapoima y Chocontá. Niño y Duarte (2015) concuerdan que en el departamento se evidencian algunos municipios donde las fuentes son de administración privada las cuales han sido estructuradas para prestar servicios turísticos, de administración pública, administradas por entidades públicas, pero subarrendadas, y algunas fuentes que no tienen ni administración pública ni privada o simplemente



están abandonadas como el caso de la termal la Rivera ubicada entre los municipios de Gacheta y Junín. (pp. 212-213).



**Figura 12.** Localizaciones termales en Chocontá. Google Maps (2019).

### 2.1.1 Termales los Volcanes.

Estas termales se encuentran ubicadas en kilómetro 13 vía Sisga – Macheta, el agua nace a 70 grados centígrados, cuenta con cuatro piscinas de agua termal, cámara de vapor natural termal también contienen gran cantidad de minerales, según Pineda & Falla (2016),

Las aguas calciferriyodosas cuentan con “236 sólidos totales, entre ellos calcio, hierro, potasio [y] yodo”. Estas propiedades permiten que a través de la hidroterapia se oxigene la sangre, se limpie la piel y se genere alivio físico, muscular y óseo, además de una sensación antiestrés, tan buscada en las propuestas de spas y centros estéticos como herramienta para armonizar el cuerpo y el alma. Este destino se convierte en un lugar frecuentado por sus condiciones de infraestructura y servicio. Las facilidades de restaurante y hospedaje evitan que el turista deba dirigirse a otro municipio después de hacer uso de sus aguas termales. (p. 119).

Es un lugar lleno de tranquilidad, caracterizado por su infraestructura y sus caminos ecológicos.



## 2.1.2 Termales Nápoles.

Se encuentran ubicadas en el kilómetro 10 vía Sisga - Macheta en la vereda el Boquerón, cuentan con servicio de restaurante y hotel, respecto a las fuentes termales tienen un diseño por clasificación de edades, con una piscina para niños mayores de un año, piscinas para jóvenes y otra para personas de la tercera edad, es un lugar de tranquilidad y silencio, también cuenta con pozo natural, lodo terapia, cámara a vapor con esencia de eucalipto y duchas de agua fría y caliente, estas fuentes hídricas cuentan con alto contenido de minerales y elementos químicos como magnesio, calcio, hierro, potasio, zinc y sodio.

INFORMACION DEL CLIENTE	
Empresa	Termales Napoles
Nit	79672042
Dirección	Bogotá D. C., Km 11 Via Sisga Macheta
City and Date	Bogotá D.C., 2017/11/29 15:37
Teléfono	3188879860
Fax	0
E-mail	Termalesnapoles@gmail.com

INFORMACION DE LA MUESTRA	
Muestra	Agua Superficial. Punto N. 1, Nacedero alimentación Piscinas
Fecha recepción	2017/05/02
Fecha Elaboración	2017/05/24 16:25
Fecha Vencimiento	2017/05/24 16:25
Nro Lote	2017/05/04 07:57
Proveedor	
Características	Muestra Ambiental
Temperatura °C	47.1
Método muestreo	Puntual
Sitio muestreo	Punto N. 1, Nacedero.
Tipo Envase	Nasco, Vidrio, Plastico, Ambar
Tamaño Muestra	9100 mL
Norma	Resolución No 631 de 2015
Muestreo por:	ASINAL SAS
Muestreo Fecha/hora:	2017/04/30 16:16

RESULTADOS						
Parámetro	Resultado	Método	Resultado	Unidades	Especificaciones recomendadas	
	Fecha/hora				Inferior	superior
A. Caudal	2017/05/24 16:26	Valvulo	2,326	L/s		
Color Real- Longitud de onda 690nm	2017/05/24 16:25	SM 22nd Edition 2120 C	<0,2	m-l		
Color Real- Longitud de onda 525 nm	2017/05/24 16:25	SM 22nd Edition 2120 C	<0,2	m-l		
Color Real- Longitud de onda 620nm	2017/05/24 16:26	SM 22nd Edition 2120 C	<0,2	m-l		
A. Hidrocarburos Totales (HFT)	2017/05/04 07:57	SM 22nd Edition 5120 F	< 10	mg/L		
<b>Absorción atómica</b>						
Amonio	2017/05/17 16:26	S.M. 23rd Edition 3114 C. Generator de	<0,002	mg/L		
Boro	2017/05/10 20:11	S.M. 23rd Edition 3111 D	0,15	mg/L		
A. Calcio	2017/05/06 09:53	S.M. 23rd Edition 3111 B	<0,03	mg/L		
Clorido	2017/05/16 17:51	S.M. 23rd Edition 3111 B	4,64	mg/L		
A. Cobalto	2017/05/10 14:54	S.M. 23rd Edition 3111 B	<0,1	mg/L		
A. Cromo	2017/05/10 14:55	S.M. 23rd Edition 3111 B	<0,25	mg/L		
A. Hierro total	2017/05/06 08:47	S.M. 23rd Edition 3111 B	1,46	mg/L		
Magnesio	2017/05/16 16:50	S.M. 23rd Edition 3111 B	2,24	mg/L		Máximo 0,2
Manganeso	2017/05/15 19:09	Absorción Atómica, Gen Vapor Mercurio	<0,001	mg/L		
A. Niquel	2017/05/11 15:36	S.M. 23rd Edition 3111B	<0,2	mg/L		

EL laboratorio ASINAL garantiza que el agua termal de nacimiento empleada para alimentar las piscinas del establecimiento TERMALES NÁPOLES, cumple con todas las propiedades Fisico-químicas y microbiológicas para tal fin. La cual cuenta con beneficios para la salud (Cutanea y relajante)

  
 Belisario Acevedo D. Ph.D.  
 Director técnico

Figura 14. Análisis agua termal los volcanes. Termales los volcanes (2019).

## 2.2 Planteamiento del problema

El turismo de bienestar ha ido tomando reconocimiento en diferentes países, una de las principales fuentes para el desarrollo de este tipo de turismo son las aguas termales que conforman piscinas naturales con componentes que contribuyen a la mejora de la salud, según La Puente y Hernández (citado en Branco, Fraiz, Goncalves y Henn, 2008) son utilizadas para resolver problemas como flacidez corporal, celulitis, edemas, hipotensión, contractura muscular, estrés, congestión de pies, facial y ocular, acné, arrugas, obesidad y contribuye a la hidratación de la piel, entre otros. (p. 425). Este turismo ha tenido un desarrollo pero no el esperado, en Colombia existen más de 300 fuentes con lo que se facilita su exploración, esto con la colaboración de los diferentes actores, para Duarte y Niño (2015):

La posibilidad de competencia de las 27 termales encontradas en 19 municipios de Cundinamarca depende de la atención prestada, inicialmente, desde el sector público; luego, por el sector privado, incluyendo la academia, asociaciones, prestadores de servicios y todos aquellos actores que intervienen, directa e indirectamente, en la actividad turística para desarrollar estrategias conducentes a consolidar estos destinos en Turismo de Bienestar. (p. 223).

Cierto porcentaje de las personas que visitan los termales no poseen ningún tipo de afectación en su salud y por tanto no tienen conocimientos de los beneficios que les proporciona, o no han tenido un acercamiento como tal en temas de tratamiento con aguas medicinales, esto puede ser una de las causas por las cuales se enmarcan más en el área de la recreación y no en el turismo de bienestar, estos turistas se encuentran más enfocados en el visitar lugares y en tener nuevas experiencias.

A su vez otro porcentaje de las personas se desplazan como tal a las termales porque tienen afectaciones en la salud, donde el médico les recomienda visitar las fuentes o algún conocido les recomienda a partir de experiencias o conocimientos sobre las aguas termales en la salud.

Las personas que se desplazan con fines de mejora en su salud muchas veces viajan con amigos o familiares, dichas personas no tienen un interés en los beneficios, sino simplemente realizar un acompañamiento, hacen uso de los recursos, pero no se realiza la distinción del fin.

Se observa que en las termales ubicadas en el municipio de Chocontá Cundinamarca los prestadores de servicios no cuentan con una clara distinción de las razones de desplazamiento de los turistas y por tanto no tienen una oferta especializada, además la administración municipal no manifiesta atención en el desarrollo de un turismo de bienestar; al no tener una oferta clara se está perdiendo el potencial que ofrecen estas fuentes y del desarrollo de turismo en el municipio.

### **2.3.Pregunta de investigación**

¿Cuál es el plan estratégico para el fomento del turismo de bienestar en el municipio de Chocontá Cundinamarca?



## 2.4. Justificación

Colombia es un país turístico que cuenta con gran cantidad de atractivos, para Pineda y Falla (2016):

Ha identificado el turismo como uno de los sectores de la economía nacional con mayor potencial para mejorar la productividad nacional, lo que convierte al subsector del turismo de salud y bienestar en una de las áreas estratégicas de particular interés. (p. 105).

Chocontá Cundinamarca es un municipio con base económica en el sector agropecuario, está ubicado aproximadamente a 73 kilómetros de la capital del país, lo que permite un mayor desplazamiento de personas por su cercanía, este municipio no tiene como tal un desarrollo en el sector turístico, sin embargo, se encuentran recursos como lo son las fuentes termales Nápoles y Volcanes que cuentan con el potencial para un desarrollo de turismo de bienestar.

Con esta investigación se reconocen y aplican conocimientos para la potencialización turística en los destinos, efectuando una guía para las futuras investigaciones en el desarrollo y potencialización del turismo en los diferentes municipios del país, el turismo de bienestar es un sector en auge que ha tenido grandes resultados en los lugares que ha sido desarrollado. Los turistas en la actualidad buscan nuevas experiencias y que mejor el tener buenas experiencias con benéficos en la salud.

Los prestadores de servicio de estas fuentes hídricas se benefician directamente con la oferta que tendrán, aumentando el número de visitantes, adicionalmente, de forma indirecta se verán beneficiados los sectores gastronómicos, hoteleros y de transporte; lo cual promueve el crecimiento económico y social del municipio, diversificando de manera exitosa su portafolio de servicios logrando así ampliar las oportunidades laborales y mejorando la calidad de vida de los habitantes.

## **2.5. Objetivo general**

Estructurar un plan estratégico para el fomento de turismo de bienestar en el municipio de Chocontá Cundinamarca.

## **2.6. Objetivos específicos**

- Caracterizar las termales ubicadas en el municipio de Chocontá Cundinamarca.
- Establecer las razones de desplazamiento de los turistas a las aguas termales Volcanes y Nápoles del municipio de Chocontá Cundinamarca.
- Desarrollar el plan estratégico para el incremento del turismo de bienestar en el municipio de Chocontá Cundinamarca.

### 3. Metodología

#### 3.1. Tipo de investigación y enfoque

La investigación se caracteriza por ser descriptiva donde se pretende expresar características de las personas que visitan las termas del municipio de Chocontá Cundinamarca, una caracterización de las fuentes termas y como tal la situación del turismo y un posible desarrollo de turismo de bienestar en el municipio, para Baptista, Collado y Sampieri (2014): “ Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta”. (p. 92).

Cuenta con un enfoque mixto con datos cualitativos y cuantitativos; lo cualitativo profundiza casos específicos y no generaliza, además no tiene como prioridad medir sino cualificar como tal, descubriendo fenómenos sociales a partir de rasgos determinantes, esto percibido por los elementos mismos que están en la situación estudiada. Bonilla y Rodríguez (citado en Bejarano, 2016, p. 1). En la investigación la observación es fundamental ya que permite examinar el entorno y obtener información de un suceso tal y como se produce.

La parte cuantitativa generaliza los datos recolectados, para Baptista et al. (2014): “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (p. 4). El enfoque cuantitativo busca ser más objetivo, con una estructura ya predeterminada y toma grupos porque pretende generalizar la respuesta, mientras que el cualitativo permite parte de subjetividad, es más abierto y no se generalizan las respuestas por tanto toma grupos pequeños.

#### 3.2. Fuentes primarias

- Usuarios de los servicios en las termas Volcanes y Nápoles del municipio de Chocontá Cundinamarca.
- Administradores: Nicolás Castiblanco Termas los Volcanes, Jeremy Donato Termas Nápoles.
- Lugar: Termas de Chocontá Cundinamarca, kilómetro 10 Termas Nápoles y kilómetro 13 Termas los Volcanes vía Sisga - Macheta, Vereda el Boquerón.

### 3.3. Fuentes secundarias

Para las fuentes secundarias se realiza una exploración bibliográfica en bases de datos como Dialnet, Scielo, E-book y buscadores académicos como Google Académico, con el fin de hallar artículos y libros acerca de turismo de salud y bienestar, termalismo en el mundo, en Colombia y Cundinamarca, las cinco fuerzas de Michael Porter, información acerca del municipio de Chocontá Cundinamarca y todo lo referente a conceptos que abarca esta investigación.

### 3.4. Población objeto

La población objeto de esta investigación son hombres y mujeres que se desplazan a las termas Nápoles y Volcanes en el municipio de Chocontá Cundinamarca entre el rango de edad de 40 y 60 años con procedencia de Bogotá y municipios aledaños, pertenecientes a un estrato socioeconómico de nivel 4 con un interés por la relajación y el cuidado de la salud a través de medios naturales.

### 3.5. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó el proceso establecido por distribución muestral de las proporciones por medio de la fórmula de población finita.

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

**Z** = Valor nivel de confianza 1.96

**P** = Probabilidad de éxito 80%

**q** = Probabilidad de fracaso 20%

**e** = Margen de error en la muestra 7%

**N** = Tamaño de la población = 375

Con base en estos datos

**n** = Tamaño de la muestra = 126

### 3.6 Muestreo

La muestra está definida por la cantidad de turistas que visitan las termales en un fin de semana.

- Termales Nápoles 50 -100 Pax → promedio: 75
- Termales Los Volcanes 100 -500 Pax → promedio: 300

Tabla 3.

Muestra para aplicación de encuestas.

	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
TERMALES NAPOLES	75	20%	25
TEMALES VOLCANES	300	80%	101
TOTAL	375	100%	126

*Nota.* Los autores (2019).

### 3.7. Instrumentos

Los instrumentos son herramientas muy importantes para la realización de la investigación, con esto podemos adquirir información para un buen desarrollo en diversos aspectos como lo son opiniones de viabilidad, como se encuentra Chocontá Cundinamarca en temas de turismo, la percepción de los turistas frente al estado de las termales y un desarrollo de turismo de bienestar. se realizan tres instrumentos como lo son encuesta, lista de chequeo de observación y lista de chequeo de aplicación.

La encuesta está conformada por 15 preguntas con las que se pretende conocer las razones de desplazamiento de los turistas, se recolectan datos como la procedencia, cuantas veces viaja a las termales, en que épocas, ventajas y la inversión que realizan.



Encuesta para conocer el perfil del cliente que visita las termales de Chocontá Cundinamarca.

Buenos días, tardes o noches, según corresponda; somos estudiantes de la Universitaria Agustiniana del programa de hotelería y turismo, estamos realizando un estudio sobre el turismo de bienestar (servicio del cuidado, recuperación y mantenimiento de la salud, en entornos naturales) o recreación dentro de las termales Nápoles y Volcanes del municipio de Chocontá Cundinamarca. Los datos personales no serán publicados y serán utilizados únicamente con fines académicos.

Solicitamos la colaboración de diligenciar la siguiente encuesta, la cual tiene un tiempo estimado de cinco minutos y agradecemos de forma especial su colaboración.

Indique rango de edad

- Entre 18 y 25 años
- Entre 26 y 32 años
- Entre 33 y 40 años
- 40 años en adelante

Indique su genero

- Femenino
- Masculino

1 ¿Utiliza usted los servicios de turismo de bienestar?

- 1.1 Si
- 1.2 No

**Si su respuesta es NO por favor de por terminada la encuesta.**

2 ¿Cuál es su lugar de procedencia?

- 2.1 Bogotá
- 2.2 Otro, Cuál \_\_\_\_\_

3 ¿Cada cuánto viaja a termales?

- 3.1 Una vez al año
- 3.2 Dos veces al año
- 3.3 Tres veces al año
- 3.4 Cuatro veces al año
- 3.5 Otro. Cuál \_\_\_\_\_

4 ¿En qué épocas del año viaja?

- 4.1 Enero y junio
- 4.2 Junio y diciembre
- 4.3 Enero y diciembre
- 4.4 Otro, Cuál \_\_\_\_\_

5 Número de personas que lo acompaña durante la visita a las termales

- 5.1 1
- 5.2 2
- 5.3 3
- 5.4 4
- 5.5 Otro. Cuál \_\_\_\_\_

6 ¿Cuáles son las razones por las cuales viaja a las termales?

- 6.1 Relajación – descanso
- 6.2 Recomendaciones médicas
- 6.3 Limpieza cuerpo y piel
- 6.4 Recreación
- 6.5 Nuevos conocimientos
- 6.6 Otro. Cuál \_\_\_\_\_

7 ¿Qué ventajas encuentra en este tipo de actividades?

- 7.1 Salud
- 7.2 Descanso y tranquilidad
- 7.3 Reparación en la piel
- 7.4 Nuevas experiencias
- 7.5 Ninguna
- 7.6 Otro. Cuál \_\_\_\_\_



- 8 ¿Cuánto invierte en esta actividad?
- 8.1 \$30.000 - \$80.000
  - 8.2 \$81.000 - \$130.000
  - 8.3 \$131.000 - \$180.000
  - 8.4 Otro. Cuál \_\_\_\_\_
- 9 ¿Qué servicios utiliza en las termales?
- 9.1 Aguas azufradas
  - 9.2 Turco
  - 9.3 Cámara de vapor
  - 9.4 Masajes
  - 9.5 Restaurante
  - 9.6 Hospedaje
  - 9.7 Otro. Cuál \_\_\_\_\_
- 10 ¿Qué otro servicio desearía usar en las termales?
- 10.1 Spa
  - 10.2 Sauna
  - 10.3 Lodo terapia
  - 10.4 Piscinas
  - 10.5 Otro. Cuál \_\_\_\_\_
- 11 ¿Por cuál medio de comunicación se enteró de las termales?
- 11.1 Página web
  - 11.2 Voz a voz
  - 11.3 Publicidad
  - 11.4 Redes sociales
  - 11.5 Otro. Cuál \_\_\_\_\_
- 12 ¿Qué promociones quisiera encontrar en las termales?
- 12.1 Planes en pareja
  - 12.2 Planes familiares
  - 12.3 2x1
  - 12.4 Descuentos
  - 12.5 Otro. Cuál \_\_\_\_\_
- 13 ¿Qué medio de transporte uso para desplazarse a las termales?
- 13.1 Carro particular
  - 13.2 Moto
  - 13.3 Transporte público
  - 13.4 Otro. Cuál \_\_\_\_\_
- 14 ¿Conoce los beneficios que brindan las aguas termales a su salud?
- 14.1 Si
  - 14.2 No
- 15 ¿Cuál fue el servicio que más le llamo la atención de las termales?
- 15.1 Hidroterapia
  - 15.2 Piscinas naturales
  - 15.3 Turco
  - 15.4 Sauna
  - 15.5 Otro. Cuál \_\_\_\_\_

Figura 15. Encuesta, los autores (2019).

Lista de chequeo de observación, está conformada por diferentes indicadores en los cuales se observa el cumplimiento de los requisitos a partir de leyes que deben cumplir para prestar los servicios de piscinas naturales, hospedaje y restaurante.

Lista de chequeo de aplicación, en esta lista se evalúan diferentes indicadores de piscinas, restaurante y hospedaje, se encuentran preguntas del estado de aspectos no visibles fácilmente como tubos de drenaje, el material del fondo de la piscina y planes de riesgo.



## 4. Capítulo 1

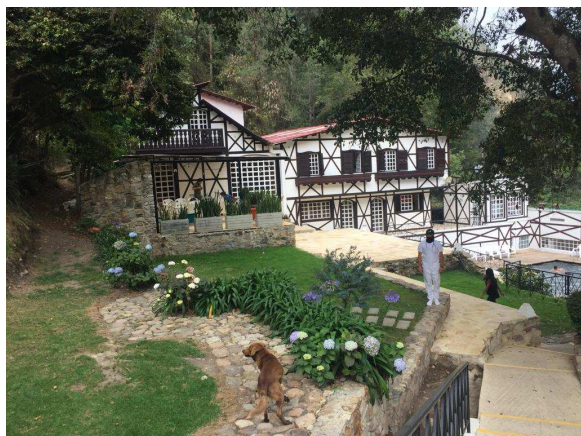
### Caracterización de las termas del municipio de Chocontá Cundinamarca

Para el proceso de caracterización de las termas se realiza una salida de campo, donde se puede evidenciar diferentes factores en cuanto a los servicios proporcionados por este prestador, se tiene en cuenta la normatividad que rigen los espacios turísticos y recreativos. La normatividad que se usa es la siguientes:

- Termas: Ley 1209 de 2009, resolución 1510 de 2011, decreto 2179 de 2009.
- Hotel: NTSH 006 DE 2009 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles.
- Restaurante: NTS-USNA 008 2009 Categorización de restaurantes por tenedores.

A continuación, se hará una relación de lo encontrado en las termas.

#### 4.1. Termas Volcanes



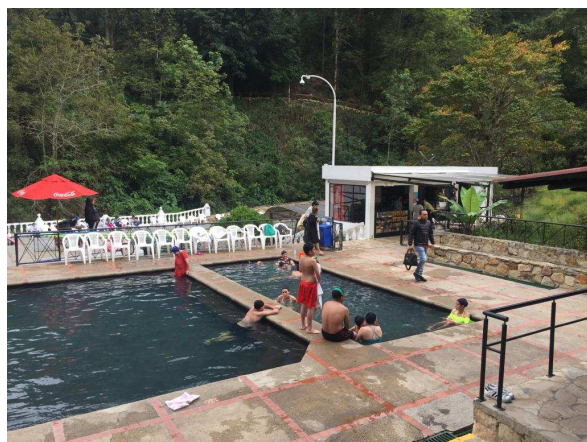
**Figura 16.** Fachada termas Volcanes, los autores (2019)

Se identifica que los indicadores mencionados en la ley 1209 de 2009 en las señalizaciones de planos de la piscina, indicando los tubos de drenaje, los detalles de la piscina relativos a sus planos y, en especial, de sus tubos de drenaje donde deben incluir dimensiones y profundidad, características, equipos y planos de todas sus instalaciones, se cumplen, sin embargo, se hace la aclaración que todos los anteriores deben hacerse más visibles.

En cuanto a la profundidad máxima de la piscina debe estar escrita en colores vistosos y letra grande, visible con claridad para cualquier persona, tener un piso uniforme con mantenimiento permanente donde se eviten los filos y resaltos que presenten riesgo a la vida del bañista, cumple, según el decreto 2179 de 2009.

En el ítem donde exigen que el fondo y desniveles de la piscina debe avisarse con materiales o colores vistosos, donde cada uno tenga un color diferente, se encuentra que, si cuentan con esta señalización, aunque no son de colores diferentes y no son lo suficientemente llamativas para el usuario.

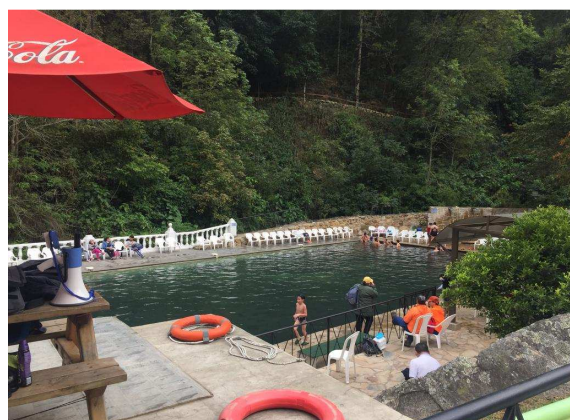
Las termas Volcanes cuentan con una escalera para la entrada y salida de los bañistas, los corredores o andenes de los estanques tendrán un ancho de 1,20 metros con un piso antideslizante, se percibe que tiene un botiquín de primeros auxilios con el material necesario para las curaciones, así como también un espacio adecuado para realizar los primeros auxilios, dotado de teléfono para la comunicación con el exterior.



**Figura 17.** Piscinas naturales, Volcanes. Los autores (2019)

**Figura 17.** Piscinas naturales, Volcanes. Los autores (2019)

Para la seguridad del bañista las termas disponen en la zona de las piscinas personal de salvavidas, al menos dos flotadores circulares y un reglamento donde indica como debe ser el uso de los estanques.



**Figura 18.** Flotadores salvavidas. Los autores (2019).

En cuanto a los estanques los vértices son redondos entre muros y piso, las paredes y los pisos son de materiales impermeables para evitar la acumulación de residuos y facilitación de su limpieza.



**Figura 19.** Área de piscinas. Los autores (2019).

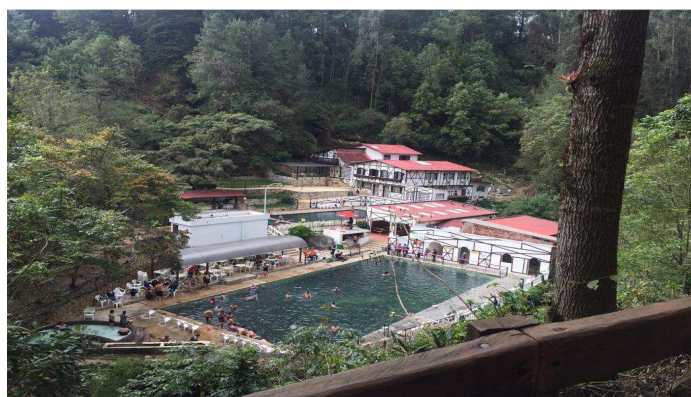
En los elementos de instalaciones sanitarias se contempla que cuentan con la cantidad necesaria de duchas, inodoros, orinales, lavamanos, vestidores para hombres y mujeres cada uno por separado. Según se establece en la resolución 1510 de 2011.



**Figura 20.** Baños. Los autores (2019).

Por último, cuenta con un espacio amplio que sirve de parqueadero para sus visitantes.

Dentro de los indicadores que no se cumplen en el área de las piscinas se encuentra la falta de las barreras de protección y control de acceso a la piscina, cerramiento que incluya la puerta o torniquete u otro medio que permita el control de acceso al estanque de la piscina o estructura similar, botón de parada de emergencia, Lavapiés.



**Figura 21.** Vista panorámica Volcanes. Los autores (2019).

La lista de chequeo de observación que se realizó para el hotel basadas en la NTSH 006 DE 2009 clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles. Arroja los siguientes resultados:

Los requisitos que el hospedaje de los Volcanes cumple con la mayoría de los evaluados, en estos se encontró la iluminación de emergencia en todas las áreas públicas y de circulación, señalización de seguridad conforme al plan de emergencia, tomas eléctricas en todas las áreas, buen



estado de las zonas verdes, detectores de humo o calor según concepto de la autoridad competente, mecanismos de extinción contra incendios, alarma general de incendio, salida de emergencia, un área habilitada con mostrador para el registro del huésped.

La zona del exterior inmediato al establecimiento se encuentra limpia e iluminada sin obstáculos que dificulten el acceso directo, caja de seguridad, información sobre la hora de registro, acomodación y salida, indicaciones precisas para que el cliente localice su alojamiento con facilidad, el personal de servicio tiene conocimiento del establecimiento y localización de todas las dependencias, presta atención las 24 horas del día, presenta la cuenta al cliente de forma detallada y clara, cuenta con facilidades de pago para el cobro mediante diferentes medios de pago, expuestos al cliente en un lugar visible, tiene comunicación interna local las 24 horas, hace entrega de la llave únicamente al huésped, el personal se encuentra uniformado e identificado, dispone de un mecanismo para que el cliente exprese su evaluación en relación al servicio recibido y existe una medición, seguimiento y toma de acciones con base en los indicadores de satisfacción del cliente.

El orinal como tal no se encuentra en el hotel, ya que este está ubicado al lado de las piscinas y el hotel está localizado en seguida de las piscinas.

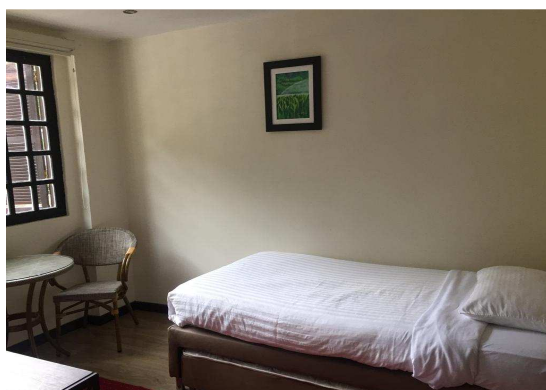


**Figura 22.** Hotel Volcanes. Los autores (2019).

En las habitaciones se cumplen la mayoría de los indicadores como tener una puerta de entrada con cadena, pivote o pasador, mecanismo de cierre en las ventanas que garantice la seguridad del huésped, colchón en cada una de las camas, mesas de noche, espacio para guardar la ropa.

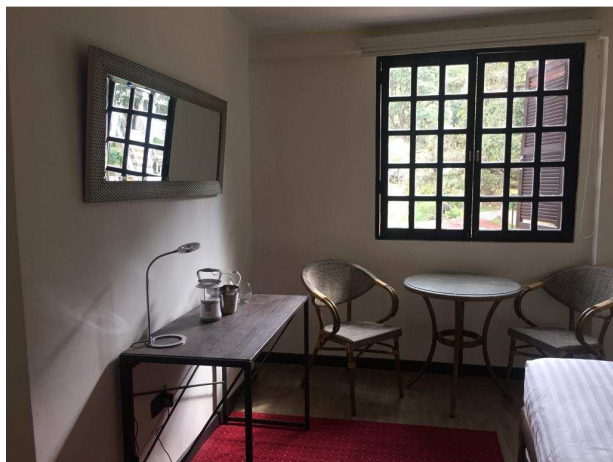


**Figura 23.** Habitación doble. Los autores (2019).



**Figura 24.** Habitación estándar. Los autores (2019).

Elementos decorativos, tomas eléctricas libres disponibles para su uso, iluminación general, instrucciones de emergencia y evacuación, señal de televisión, televisor de 14 pulgadas, control remoto, tarifas, almohada por huésped, dispone de tendidos, sábanas, sobre camas, protectores de colchón, protectores de almohadas, sin manchas, descocidos, perforaciones o decoloraciones, toalla de cuerpo individual, toalla de manos por cada dos personas.

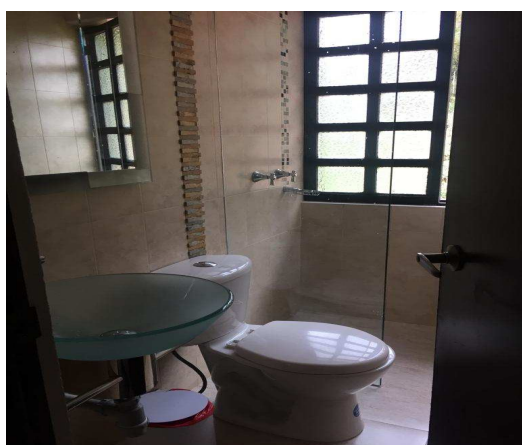


**Figura 25.** Elementos decorativos habitaciones. Los autores (2019).

Entre los indicadores que no se cumplieron están la información turística del municipio, los pasamanos de seguridad y el acceso a todas las áreas del hotel para personas con discapacidad,

Hubo un aspecto que se consideró que no aplica lo fue el servicio de seguridad durante las 24 horas, ya que según la comunidad no se hace necesario porque la zona es considerada segura,

Para el baño de la habitación se observó el cumplimiento de lo siguiente, una ventilación natural, piso antideslizante, dispensador de jabón, sanitario con aro y tapa, lavamanos, ducha, espejo



**Figura 26.** Baño habitaciones. Los autores (2019).

Por último, se observó y se evaluó según NTS-USNA 008 2009 Categorización de restaurantes por tenedores. El restaurante que está ubicado dentro de las termas, en el cual se evidencio que es el espacio que más indicadores fueron calificados como no cumplidos.



**Figura 27.** Restaurante. Los autores (2019).

Dentro de los que cumple se evidenció que lleva los registros donde se muestra la limpieza diaria de todas las áreas de acuerdo con las normas legales vigentes, brinda información telefónica a cerca de los horarios de atención inquietudes del cliente y reservaciones, cuenta con una carta de alimentos, tiene mesas para cuatro personas, vajilla de cerámica, cristalería de acuerdo a las con las características que ofrece el establecimiento, debe ser de vidrio que resista choques físicos y térmicos propios de uso, cubiertos en perfecto estado, baño independiente para hombres y mujeres, el personal de servicio del comedor debe mantener el vestuario limpio, sin manchas, ni roturas, mobiliario sin ralladuras ni roturas y mesas y sillas estables.



**Figura 28.** Venta de snacks. Los autores (2019).



Los requerimientos que no se cumplen son varios, no cuenta con decoración y ambientación de acuerdo con el servicio establecido, no tiene sistema de extinción de incendios, no dispone de agua fría y agua caliente y no cuenta con servicio de bar.

Al terminar la observación se realiza una entrevista al propietario de la termal Nicolás Castiblanco, quien colaboró indicando con que otros requisitos cuentan para su buen funcionamiento, lo primero que se pregunto fue respecto al funcionamiento de las piscinas, entre ellos se encontró que cumplen con agua limpia y sana, cumpliendo con los requisitos higiénico sanitarios, cuentan con una señalización visible de planos de la piscina indicando sus respectivo tubos de drenaje, tienen los planos de la planta con la localización de equipos y desagües, existe un manuela de operación de los sistemas, las medidas de los estanques, la adecuada profundidad se encuentran entro los parámetros establecidos por las autoridades regulatorias, el personal de rescate está debidamente certificado como salvavidas por una entidad reconocida, dispone de fuentes de abastecimiento, dispositivos de control de temperatura, realiza campañas de educación sanitaria que deben tener los bañistas, establece la clasificación de las aguas y por último tiene certificación de cumplimiento de seguridad.

Dentro de los indicadores que no se cumplen se habló sobre una alarma de agua o detector de inmersión, diligenciar el libro o registro cuando la piscina esté en operación con los detalles más relevantes de la jornada, planos eléctricos y diagramas de flujo.

Resaltó que existen unos indicadores dentro del check list que no aplican tales como el tratamiento de desinfección química, dado a que son aguas naturales y los planos de sistemas hidráulicos.

En cuanto al hotel comentaba que como establecimiento se proponen a tener un buen servicio a los turistas por tanto todos los indicadores calificados son cumplidos, esto con el objetivo de lograr la más alta satisfacción de sus clientes.

Los indicadores de aplicación para el restaurante arrojan que cumple con los siguientes requisitos de funcionamiento, tener un programa de buenas prácticas de manufactura y llevar un registro que lo evidencie, un programa de control de plagas, vestieres y baños, área especial para

el almacenamiento de géneros secos, cámaras frías, carnes, lácteos, un programa anual de mantenimiento de las instalaciones y un programa de reciclaje de desechos.

Para los indicadores que no cumplen se informa que son el programa de seguridad preventivo y correctivo para desastres naturales, plan de control de emergencias, planta de electricidad de emergencia, no cuenta con un protocolo de servicios escrito y evidenciado y no posee recetas estándar de todos sus productos alimenticios ofertados.

#### **4.2. Termas Nápoles**

Dentro de sus instalaciones las piscinas no cumplen según los indicadores de la ley 1209 de 2009, con las condiciones adecuadas en cuanto a pisos, bordes y paredes de las piscinas ya que son hechas de piedra lo cual hace difícil tener un mantenimiento y evitar los bordes, igualmente el color evita la observación de la profundidad de la piscina, y en la piscina natural el piso en arena para mantener a temperatura.



**Figura 29.** Piscinas termales Nápoles. Los autores (2019).



**Figura 30.** Pozo natural termal Nápoles. Los autores (2019).

Tienen de forma lícita y correcta los demás ítems evaluados en la lista de chequeo de observación como por ejemplo las barreras de protección, salvavidas los cuales se encuentran a las afueras de las piscinas brindando información sobre las aguas sus beneficios y el tiempo que deben estar en ellos, alrededor de estas se encuentra información sobre los decretos y código de conducta dentro de las piscinas y campañas sobre explotación sexual, las termales Nápoles ofrecen el servicio de lodo y de sauna, siempre cuentan con primeros auxilios y enfermería, baños, vestuarios y duchas separados por género.



**Figura 31.** Baños termales Nápoles. Los autores (2019).

El hotel cuenta con 5 habitaciones con capacidad para 14 personas, cada habitación tiene las adecuaciones para prestar un servicio de calidad y en su mayoría cumple con la normatividad por la cual se debe registrar según la NTSH 006, se observa que algunos espacios deben hacer algunas mejoras en la parte de sistemas de alarmas contra incendios, adecuar una recepción específica para el hotel en la cual ofrezcan información acerca de los sitios turísticos de Municipio de Chocontá, Cundinamarca.

Cabe destacar que están trabajando en la creación de un plan de gestión de riesgos y brindan capacitación para sus colaboradores en las áreas que cada uno desempeña su labor.

El restaurante presta sus servicios desde hace poco tiempo por lo cual hasta ahora están en el proceso de cumplir con las normas establecidas por NTS-USNA 008 2009 Categorización de restaurantes por tenedores, este restaurante ya cuenta con vestieres y baños para sus empleados y para los clientes por separado, áreas especiales para alimentos secos y cámaras frías. También cumple con programas para plagas, residuos y reciclaje, en cuanto a los residuos. Diseñaron el programa donde los desperdicios son utilizados para animales de la región y los aceites son recogidos y llevados a la ciudad de Bogotá, el personal contratado en esta área son nativos de la región y tienen conocimientos empíricos por esto son capacitados cada año.



**Figura 32.** Vista panorámica termas Nápoles. Los autores (2019).

También se realizó una entrevista al propietario Jeremy Donato quien nos informa sobre el estado actual de la infraestructura de este establecimiento y los procedimientos que se llevan a cabo y no se logran observar a simple vista, empezando por la parte del hotel nos comunica sobre los sistemas de gestión que se tiene presente en un caso de emergencia y las capacitaciones que les brinda a los colaboradores, también nos suministra información sobre los procesos que tienen a la llegada de los huéspedes, el registro, la recepción y evaluación junto a sus colaboradores sobre las encuestas de satisfacción que proporcionan los clientes.

En el área de las piscinas informa que la señalización está acorde a las normas establecidas como lo sugiere decreto 2171 de 2009. Se visualiza la existencia de barreras de protección, medidas de profundidad y longitud visibles para el público y personal adecuado para prestar primeros

auxilios y salvavidas, las personas están capacitados mediante procesos académicos, de igual forma nos brinda conocimientos acerca del mantenimiento que se les da a las aguas termales y a el poso azufrado. A pesar de que el establecimiento cumple con los distintos planos, diagramas y manuales nos son visibles para los turistas y se deben implementar alarmas de emergencia.

El restaurante es un servicio que presta desde hace poco tiempo, por lo cual está sufriendo cambios en su estructura física y adecuaciones para cumplir con los lineamientos requeridos por los procesos que establece la NTS-USNA 008 2009-06-11 categorización de restaurantes por tenedores. Otros faltantes son los protocolos de servicios escritos, manuales de buenas prácticas de manufactura y recetas estándar. El propietario nos dice que los colaboradores pertenecen a la región y los conocimientos son de índole empírica, cabe destacar que cuentan con programas para control de emergencias y con programas de residuos, que aportan al buen uso de desechos y la higiene en estos procesos.

A continuación, se presenta una tabla con una comparación como resultado de las listas de chequeo de observación y aplicación realizados en las termales Nápoles y Volcanes. Se encontrarán abreviaciones tales como TN Y TV que corresponden a termales Nápoles y termales Volcanes, respectivamente.

### Observación:

Lo primero que fue observado y comparado fueron las piscinas donde se evidencia que la mayoría de los indicadores vistos se cumplen por ambas termales.

Tabla 4.

Lista de chequeo de observación en las piscinas.

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Barreras de protección y control de acceso a la piscina.	Cumple	Cumple	En TV cumplen parcialmente ya que solo en dos de tres de sus piscinas cuentan con las barreras, en TN todas sus piscinas cuentan con esta protección

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Señalización de manera visible: planos de la piscina indicando los tubos de drenaje, los detalles de la piscina relativos a sus planos y, en especial, de sus tubos de drenaje donde deberán incluir dimensiones y profundidad, características, equipos y plano de todas las instalaciones.	Cumple	Cumple	En TV se recomienda hacerlo más visible.
Profundidad máxima de la piscina debe tener escrito en colores vistosos y en letra grande, visible con claridad para cualquier persona.	Cumple	Cumple	Ambas termales aclaran en los bordes la profundidad de cada una de sus piscinas
Piso uniforme con mantenimiento permanente donde se evita filos y resaltos que presten riesgo a la vida del bañista.	Cumple	No aplica	En TN no aplica debido a la formación natural de sus piscinas, en el fondo se pueden encontrar rocas.
En el fondo de la piscina debe avisarse con materiales o colores vistosos los desniveles, colores distintos para cada desnivel.	Cumple	No aplica	En TV debe ser más llamativos, en cuanto a TN no aplica debido a que el color del agua no permite ver el fondo de la piscina.
Escaleras, se debe contar como mínimo con una escalera para entrada y salida.	Cumple	Cumple	Todas las piscinas cuentan con escaleras de acceso.

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Corredores o andenes de los estanques con un ancho mínimo de 1,20m con piso en material antideslizante.	Cumple	Cumple	En ambos lugares se cuenta con el suficiente espacio entre andenes y estanques
Cerramiento: Incluye la puerta o torniquete u otro medio que permita el control de acceso al estanque de la piscina o estructura similar.	No cumple	Cumple	TV no cuenta con los cerramientos alrededor de las piscinas.
Botiquín de primeros auxilios con material para curaciones.	Cumple	Cumple	Las termas cuentan con los elementos necesarios para la atención de primeros auxilios.
Espacio o área para recibir primeros auxilios dotado de teléfono para comunicación con el exterior y visible.	Cumple	Cumple	Cuentan con un espacio adecuado para la atención de una emergencia.
Personal salvavidas	Cumple	Cumple	El personal salvavidas se encuentra debidamente identificado.
Permanece en el área de la piscina por lo menos dos (2) flotadores circulares con cuerda y un bastón con gancho.	Cumple	Cumple	Los flotadores se encuentran alrededor de las piscinas.
Reglamento de uso del estanque.	Cumple	Cumple	Se encuentran en lugares visibles para el bañista.
Botón de parada de emergencia.	No cumple	No cumple	Ninguna de las piscinas cuenta con botón de parada de emergencias.
Vértices redondeados entre muros y piso del estanque, evitando acumulaciones de	Cumple	No cumple	TN las piscinas están construidas en piedras naturales y esto impide que los

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
residuos y facilitación de limpieza.			vértices no sean redondos entre los muros.
Revestimientos- paredes y pisos en materiales impermeables.	Cumple	No cumple	En TN no cuenta con los materiales impermeables debido a su estructura

*Nota.* Los autores (2019).

Para finalizar con la observación del área de las piscinas, se quiere resaltar que la mayoría de los indicadores evaluados son cumplidos por parte de los prestadores de servicios. Se evidencia que los que no cumple en algunas ocasiones es por el tipo de piscina, ya que en este caso es un espacio natural que impide que se lleven a cabo ciertos requisitos.

La comparación continuó con el área de los elementos sanitarios de las piscinas, se encontró lo siguiente:

Tabla 5.

Lista de chequeo de observación elementos de instalación sanitaria.

<b>Elementos de instalación sanitaria</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Ducha (1) por cada 40 personas.	Cumple	Cumple	
Inodoro para hombre (1) por cada 40 personas.	Cumple	Cumple	
Inodoro para mujer (1) por cada 30 personas.	Cumple	Cumple	
Orinal (1) por cada 50 personas.	Cumple	Cumple	



<b>Elementos de instalación sanitaria</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Lavamanos (1) por cada 50 personas.	Cumple	Cumple	Los dos establecimientos cumplen con las instalaciones sanitarias necesarias para la cantidad de bañistas que reciben, a excepción de TV que no cuenta con Lavapiés.
Vestidor (1) por cada 50 personas.	Cumple	Cumple	
Lavapiés.	No cumple	Cumple	
Parqueadero	Cumple	Cumple	

*Nota.* Los autores (2019).

En cuanto a los elementos sanitarios se observa que solo no se cumple con un indicador, el resto son cumplidos satisfactoriamente por parte de ambas termales.

Al momento de terminar la observación de las piscinas, se ingresó al hotel a continuar con la verificación que si los ítems propuestos en la lista de chequeo eran cumplidos por parte de las termales.

Tabla 6.

Lista de chequeo de observación del hotel.

<b>HOTEL</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Iluminación de emergencia en todas las áreas públicas y de circulación.	Cumple	Cumple	Las termales cuentan con la iluminación necesaria para la circulación del huésped en caso de emergencia.
Señalización de seguridad conforme al plan de emergencia.	Cumple	Cumple	Los dos hoteles tienen la señalización de seguridad necesaria.

<b>HOTEL</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Tomas eléctricas en todas las áreas.	Cumple	Cumple	Los hoteles garantizan el suministro eléctrico.
Buen estado de las áreas verdes, en caso de tenerlas.	Cumple	Cumple	Las zonas verdes tienen constante mantenimiento.
Detectores de humo o calor según concepto de la autoridad competente.	Cumple	No cumple	Para aumentar las medidas de seguridad se hace necesario instalar los detectores de humo en TN.
Mecanismos de extinción contra incendios, según concepto técnico de la autoridad competente.	Cumple	Cumple	Cuentan con la cantidad de extintores suficientes para atender cualquier eventualidad.
Alarma general de incendio	Cumple	No cumple	Se recomienda la instalación de una alarma contra incendios en TN.
Salida de escape o emergencia, según concepto técnico de la autoridad competente.	Cumple	Cumple	Las salidas son aptas para la evacuación.
Debe tener un área habilitada con mostrador para el registro del huésped.	Cumple	No cumple	Se recomienda habilitar un espacio que funcione como lobby en TN para el registro del huésped.
Tener caja o cajilla de seguridad.	Cumple	Cumple	Brindan mayor seguridad a el huésped
Baños independientes para cada género.	Cumple	Cumple	Cada baño cuenta con los elementos necesarios para garantizar las buenas condiciones de higiene. En TV el hotel no cuenta con orinal, por su cercanía al baño de las piscinas en donde si se cuenta con esté.
En los baños un mecanismo de ventilación o extracción mecánica de olores.	Cumple	Cumple	
Cesto para papeles con tapa.	Cumple	Cumple	
Dispensador de toallas, dispensador de jabón.	Cumple	Cumple	

<b>HOTEL</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Porta rollos de papel.	Cumple	Cumple	
Orinal.	No cumple	Cumple	
Sanitario con aro.	Cumple	Cumple	
Lavamanos, espejo.	Cumple	Cumple	
Gancho fijo para colgar bolsos y prendas.	Cumple	Cumple	
Disponer de tendidos, sábanas, sobre sábanas, protectores de colchón, protectores de almohadas, sin manchas, descocidos, perforaciones o decoloraciones.	Cumple	Cumple	
Entregar la llave únicamente a la persona registrada.	Cumple	Cumple	
Piso antideslizante.	Cumple	Cumple	
La zona del exterior inmediato al establecimiento se encuentre limpia e iluminada y sin obstáculos que dificulten el acceso directo.	Cumple	Cumple	Las zonas son de fácil acceso y mantienen ordenadas y aseadas.
Acceso a todas las áreas del hotel para personas con discapacidad.	No cumple	No cumple	Ninguno de los hoteles cuenta con rampas o ascensores que garanticen el acceso a personas con discapacidad
Informar sobre la hora de registro, acomodación y salida.	Cumple	Cumple	Al momento de ingresar a los hoteles se
Indicaciones precisas para que el cliente localice su alojamiento con facilidad.	Cumple	Cumple	cuenta con indicaciones de registro y localización

*Nota.* Los autores (2019)

En el caso del alojamiento, los indicadores que no son cumplidos, en algunos casos son porque las directivas del hospedaje no lo encuentran necesario, el resto de los indicadores no cumplidos están siendo trabajados para la mejoría del servicio.

En cuanto al personal de los hoteles se verificó lo siguiente:

Tabla 7.

Lista de chequeo de observación del personal del hotel.

<b>PERSONAL DEL HOTEL</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Personal de servicio tiene conocimiento del establecimiento, localización de todas las dependencias.	Cumple	Cumple	El personal se encuentra debidamente capacitado para brindar un buen servicio.
Prestar atención al público las 24(h) horas.	Cumple	Cumple	
Presentar al cliente la cuenta detallada y clara.	Cumple	Cumple	
Facilidades de pago para el cobro mediante diferentes medios de pago, expuestos al cliente en un lugar visible.	Cumple	Cumple	Ambos hoteles cuentan con diferentes medios de pago incluyendo datafonos.
Tener comunicación interna local, nacional e internacional durante las 24(h) horas.	Cumple	No cumple	TN no cuenta con servicio de llamadas a larga distancia.
Prestar servicio de seguridad durante las 24 (h) horas.	No aplica	No aplica	No se hace necesario la presencia de seguridad privada debido a la tranquilidad de la zona.
El personal se encuentre uniformado e identificado de	Cumple	Cumple	Cuentan con una uniformidad fácil de identificar.

<b>PERSONAL DEL HOTEL</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
acuerdo con los estándares definidos por el hotel.			
Disponer de un mecanismo para que el cliente exprese su evaluación en relación con el servicio recibido.	Cumple	Cumple	Cuentan con un buzón de PQRS
Medición y seguimiento y toma de acciones con base en los indicadores de satisfacción al cliente.	Cumple	Cumple	

*Nota.* Los autores (2019).

El personal del hotel cuenta con la capacitación necesaria para mantener un índice alto en el cumplimiento de los indicadores observados.

Se indaga de forma rigurosa el chequeo de las habitaciones, que cumplieran con los requisitos analizados.

Tabla 8.

Lista de chequeo de observación de habitaciones.

<b>HABITACIONES</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Puerta de entrada de la habitación: cadena, pivote o pasador.	Cumple	Cumple	
En las ventanas mecanismo de cierre que garantice la seguridad de la habitación.	Cumple	Cumple	

<b>HABITACIONES</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Colchón en cada una de las camas con su fecha de rotación vigente.	Cumple	Cumple	Para los dos hoteles las habitaciones cumplen con todas las condiciones necesarias para garantizar una buena estadía de los huéspedes. Se recomienda brindar información turística de los municipios aledaños como Chocontá y Machetá
Mesa de noche por habitación.	Cumple	Cumple	
Espacio para guardar la ropa.	Cumple	Cumple	
Elemento decorativo.	Cumple	Cumple	
Toma eléctrica libre disponible para uso.	Cumple	Cumple	
Iluminación general en la habitación.	Cumple	Cumple	
Instrucciones de emergencia y evacuación en un lugar visible a la entrada de la habitación.	Cumple	Cumple	
Información turística de la ciudad.	No cumple	No cumple	
Señal de televisión.	Cumple	Cumple	
Televisor de 14 pulgadas.	Cumple	Cumple	
Control remoto para cada televisor.	Cumple	Cumple	
Tarifa en un lugar visible.	Cumple	Cumple	
Almohada por huésped.	Cumple	Cumple	
Toalla de cuerpo por cada huésped.	Cumple	Cumple	
Toalla de manos por cada dos (2) personas en la misma habitación, sin rotura, ni manchas.	Cumple	Cumple	
<b>BAÑO DE LAS HABITACIONES</b>			

<b>HABITACIONES</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Ventilación natural o extracción mecánica de olores.	Cumple	Cumple	Los baños de las habitaciones en ambos hoteles cumplen con las instalaciones sanitarias para satisfacer las necesidades básicas de los huéspedes, sin embargo, se le recomienda TV hacer la instalación de los pasamanos de seguridad.
Piso antideslizante.	Cumple	Cumple	
Dispensador de toallas, dispensador de jabón.	Cumple	Cumple	
Sanitario con aro y tapa.	Cumple	Cumple	
lavamanos, ducha, espejo.	Cumple	Cumple	
Pasamanos de seguridad.	No cumple	Cumple	

*Nota.* Los autores (2019).

Para las habitaciones de los hoteles la falencia que se encontró es la falta de información turística de la zona, se tiene en cuenta que el espacio donde se encuentran ubicadas las termas no es un lugar donde se disponga de un alto porcentaje de turismo y actividades a realizar.

Y por último se inspeccionó el restaurante donde se hallaron características significativas para determinar si cumplen o no los indicadores seleccionados para revisar.

Tabla 9.

Lista de chequeo de observación de restaurante.

<b>RESTAURANTE</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Llevar registros que evidencien la limpieza diaria de todas las áreas de acuerdo con las normas legales vigentes.	Cumple	No cumple	Se recomienda a TN diseñar los formatos que evidencien la limpieza diaria y las jornadas de asepsia.
Brindar información telefónica, a cerca de los horarios de atención,	Cumple	Cumple	Los restaurantes cuentan con canales de comunicación efectivas donde permite hacer reservaciones.

<b>RESTAURANTE</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
inquietudes del cliente y reservaciones.			
Debe tener una carta de alimentos de acuerdo con el establecimiento.	Cumple	Cumple	Cada restaurante cuenta con su respectiva carta de alimentos con sus diferentes opciones y precios.
Vajilla de cerámica en perfecto estado de conservación (sin roturas ni ralladuras).	Cumple	Cumple	
Cristalería de acuerdo con las características de cada debida que ofrece el establecimiento.	Cumple	No cumple	Para TN no es conviene contar con vajilla y cristalería de vidrio, ya que lo consideran como un riesgo para las personas que visitan las termales
Cristalería debe ser de vidrio que resista los choques físicos y térmicos propios de su uso, en perfecto estado de conservación.	Cumple	No cumple	
Cubiertos en perfecto estado de conservación y acero calibre 18.	Cumple	Cumple	
Baño independiente para hombres y para mujeres.	Cumple	Cumple	Se tiene los baños separados para cada género.
El personal de servicio de comedor debe mantener el vestuario limpio, sin manchas, ni roturas.	Cumple	Cumple	Los uniformes de los empleados de los restaurantes se observan en buen estado.
Disponer de agua fría y caliente.	No cumple	Cumple	El restaurante de TV no cuenta con calentador de agua.



<b>RESTAURANTE</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Sistema de extinción de incendios.	No cumple	Cumple	Dentro del restaurante de TV no hay extintores.
Decoración y ambientación de acuerdo con el servicio del establecimiento	No cumple	Cumple	El restaurante de TV no maneja ningún tipo de decoración en su interior.
Mobiliario sin ralladuras, ni roturas.	Cumple	Cumple	Los restaurantes cuentan con un mobiliario estable y adecuado para la prestación de servicios.
Mesas y sillas estables.	Cumple	Cumple	
Debe tener mesas para cuatro (4) personas de 70cm x 70cm.	Cumple	Cumple	

*Nota.* Los autores (2019).

La observación realizada en el restaurante arrojó datos que evidenciaron que es el área que más indicadores no cumplidos tiene, pero cabe resaltar que los indicadores con no cumplimiento son los menos relevantes a la hora de evaluarlos, ya que se encuentran indicadores como la decoración del establecimiento.

## Aplicación

En el momento de hacer la lista de chequeo de aplicación se empezó por el área de las piscinas, donde se encuentran los siguientes resultados

Tabla 10.

Lista de chequeo de aplicación de piscinas.

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLÉS</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Se mantiene el agua limpia y sana, cumpliendo los requisitos higiénico-sanitarios establecidos por la respectiva autoridad sanitaria.	Cumple	Cumple	Tanto en TN y TC se mantiene el agua limpia de acuerdo con los parámetros establecidos.
Tratamiento de desinfección química cumpliendo con las condiciones que establezca el reglamento para proteger la salud de los usuarios.	No aplica	No aplica	Por tratarse de aguas naturales, no se aplican productos químicos para su tratamiento.
Señalización de manera visible: planos de la piscina indicando los tubos de drenaje, los detalles de la piscina relativos a sus planos y, en especial, de sus tubos de drenaje donde deberán incluir dimensiones y profundidad, características, equipos y plano de todas las instalaciones.	Cumple	Cumple	Ambos lugares cumplen el indicador, sin embargo, en TV se recomienda hacerlo de forma más visible.
Planos de planta y cortes, con la localización de equipos y desagües.	Cumple	Cumple	

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLÉS</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Plano con las posiciones de las alarmas de emergencia de la piscina, las alarmas de incendio, las rutas de salida de emergencia y cualquier otra información relevante.	Cumple	No cumple	En TN no cuentan con un plano donde se evidencien las rutas de evacuación y salidas de emergencia.
Planos de sistemas eléctricos.	No cumple	No cumple	En ninguno de los dos lugares se cuenta con información de los sistemas eléctricos.
Planos de sistemas hidráulicos.	No aplica	No aplica	Ni TN ni TV cuentan con sistemas hidráulicos.
Diagrama de flujo.	No cumple	No cumple	Ninguno de los lugares cuenta con el diagrama de flujo respectivo acerca de su operación.
Manual de operación de los sistemas.	Cumple	No cumple	Únicamente TV tiene establecido un manual de operación de los sistemas, se recomienda a TN hacer la implementación de este manual.
Memorias descriptivas de construcción y técnica.	No cumple	No cumple	No se cuenta con las memorias descriptivas de la construcción de los lugares.

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Protocolos de mantenimiento de los sistemas.	Cumple	Cumple	Se cuenta con personal encargado del mantenimiento de las instalaciones.
Medidas adecuadas de los estanques contiguos, separados como mínimo 2,4m.	Cumple	Cumple	Tanto en TN como en TV se cumple esta medida de seguridad, incluso con distancias mayores.
Estanques con adecuada profundidad para primera infancia (hasta 6 años) profundidad no mayor a 0,60m.	Cumple	Cumple	Son sitios aptos para planes familiares. Cuentan con piscinas especiales para niños.
Recirculación del agua-propiedad privada un habitacional 6 a 8 horas de uso colectivo 4 a 6.	Cumple	Cumple	
El personal de rescate salvavidas deberá tener conocimientos de resucitación cardiopulmonar y deberá estar certificado como salvavidas de estas calidades por entidad reconocida. El certificado no tendrá ningún costo.	Cumple	Cumple	En TN cuentan con un salvavidas por cada piscina y están debidamente identificados. En TV cuentan con un solo salvavidas, se recomienda que el uniforme sea de mayor visibilidad.

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Alarma de agua o detector de inmersión.	No cumple	No cumple	En ninguno de los lugares se cuenta con este sistema de seguridad. Se recomienda instalarlo para evitar que las personas ingresen en horarios no permitidos.
Fuente de abastecimiento.	Cumple	Cumple	
Dispositivos de control de temperatura.	Cumple	Cumple	La temperatura se controla constantemente en TN y TV.
Diligenciar el libro o registro cuando la piscina esté en operación con los detalles más relevantes de la jornada.	No cumple	Cumple	En TV no se cuenta con un libro para el registro de dichos detalles.
Campañas de educación sanitaria que deben tener los bañistas para preservar la calidad del agua el buen uso y seguridad.	Cumple	Cumple	En TN hay carteles por todo el lugar donde se establecen las normas sanitarias y de higiene para poder utilizar las piscinas. En TV, adicional a los carteles, reproducen audios con dichas recomendaciones.
Certificación de Cumplimiento de Seguridad.	Cumple	Cumple	TN cuenta con un Plan de Gestión de Riesgos.

<b>PISCINAS</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Establece la clasificación de las aguas.	Cumple	Cumple	En la entrada de ambos lugares, se encuentra las propiedades químicas de las aguas termales.

*Nota.* Los autores (2019).

En el momento de hacer la entrevista a los encargados de las termales, dejan en evidencia que aún hay muchos factores en los cuales están fallando respecto a la normatividad que rige las piscinas. Con la aclaración de cada uno de ellos que están en un continuo trabajo para poder cumplir satisfactoriamente con la normatividad respectiva.

Para el caso de los hoteles se identificaron las siguientes comparaciones:

Tabla 11.

Lista de chequeo de aplicación del hotel.

<b>HOTEL</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Sistema de emergencia que garantice la prestación de servicio de energía en áreas públicas y de acceso al hotel.	Cumple	Cumple	En ambos hoteles se cuenta con lámparas de emergencia.
Plan de emergencia que incluya simulacros para incendios, desastres naturales, actos criminales. Accidentes de empleados, huéspedes y visitantes, al igual que tener el personal capacitado para poner en práctica el plan de emergencia.	Cumple	Cumple	Se cuenta con detectores de humo, alarmas de evacuación, y personal capacitado como brigadistas.

<b>HOTEL</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPALES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Solicitud de reserva y confirmación de estas atendidas según protocolo del hotel.	Cumple	Cumple	Ambos hoteles cuentan con protocolos para la reserva y confirmación de los huéspedes.
Recibir y registrar los mensajes para los huéspedes.	Cumple	Cumple	En la recepción del hotel, el personal toma nota de los mensajes dejados para los huéspedes en caso de ser necesario.
Garantizar el control de los visitantes al hotel no alojados en el mismo.	Cumple	Cumple	En TV el hotel se encuentra a una distancia prudente de las piscinas, lo que facilita el control de visitantes. En TN el personal de recepción es el encargado del control de visitantes.
Establecer y documentar los perfiles requeridos para el personal del hotel.	Cumple	Cumple	Tanto en TN como en TV se tiene documentado los perfiles para cada uno de los cargos, no solo del hotel sino de todo el lugar.

<b>HOTEL</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Establecer programas de entrenamiento y capacitación de todo el personal.	Cumple	Cumple	Ambos hoteles le apuestan a la contratación de habitantes de municipios aledaños, sin la debida formación académica, por lo cual es necesaria una rigurosa capacitación para el desarrollo de sus funciones.
Medición y seguimiento y toma de acciones con base en los indicadores de satisfacción al cliente.	Cumple	Cumple	

*Nota.* Los autores (2019).

Para la aplicación del hotel cada una de las termas hace visible que cumple a cabalidad con los indicadores seleccionados para la lista de chequeo.

En los restaurantes se identificaron que varios de los indicadores no son cumplidos, pero están trabajando para la mejoría de estos, a continuación, la tabla comparativa

Tabla 12.

Lista de chequeo de aplicación del restaurante.

<b>RESTAURANTE</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Contar con un protocolo de servicios escrito y evidenciado.	No cumple	No cumple	Ninguno de los dos restaurantes tiene



<b>RESTAURANTE</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
			establecido el protocolo de servicios.
Tener un programa de buenas prácticas de manufactura y llevar un registro que evidencie su cumplimiento.	Cumple	No cumple	En TV se realizan constantes capacitaciones en BPM. En TN se contrata personal empírico y no hay ningún registro de cumplimiento de BPM.
Programa de control de plagas y llevar un registro que evidencie su cumplimiento.	Cumple	Cumple	En los dos restaurantes se fumiga periódicamente con una empresa certificada.
Tener recetas estándar.	No cumple	No cumple	Ninguno de los dos restaurantes tiene definidas las recetas estándar de sus preparaciones.
Acreditación y demostración de experiencia del personal	No cumple	No cumple	El personal de atención en los restaurantes no cuenta con la formación académica necesaria.
Debe tener vestieres y baños para el personal de servicio.	Cumple	Cumple	Los dos restaurantes cuentan con los espacios necesarios para el personal: vestieres, baños, comedores.

<b>RESTAURANTE</b>			
<b>INDICADORES</b>	<b>VOLCANES</b>	<b>NAPOLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Los proveedores solo ingresan en horas donde no está abierto al público.	No cumple	No cumple	Se evidenció que no hay control en los horarios de ingreso de los proveedores.
Tener área de almacenamiento para géneros secos.	Cumple	Cumple	Ambos restaurantes conservan adecuadamente sus materias primas.
Tener cámaras frías para verduras, carnes, lácteos y otros perecederos.	Cumple	Cumple	
Programa anual de mantenimiento de las instalaciones y un registro que evidencie su cumplimiento.	Cumple	Cumple	Se evidencian las revisiones periódicas a instalaciones (gas, agua) y equipos.
Programa de reciclaje de desechos.	Cumple	Cumple	Ambos restaurantes tienen definido un plan para el aprovechamiento de residuos generados en los restaurantes.
Un programa de seguridad, preventivo y correctivo, para desastres naturales, atentados terroristas y delincuencia común.	No cumple	Cumple	En TV no se cuenta con un plan de emergencias propio para el restaurante, se acoge al plan de emergencias definido para todo el lugar.
Un plan de control de emergencias.	No cumple	Cumple	
Planta de electricidad de emergencia.	No cumple	Cumple	En TV no se cuenta con una planta que garantice el suministro eléctrico en caso de emergencia.

*Nota.* Los autores (2019).

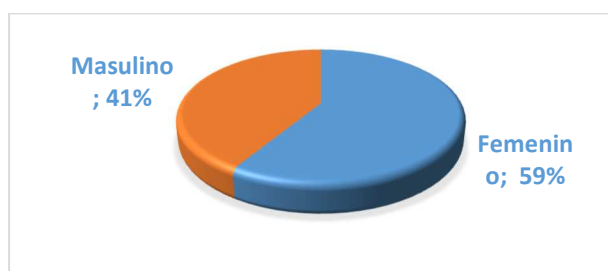
Al igual que en las piscinas se evidencia un alto índice de no cumplimiento de los indicadores, los administradores aclaran que ha habido un cambio reciente de administración y esto ha generado algunos inconvenientes para no poder cumplir satisfactoriamente todos los indicadores

Para finalizar con la caracterización de las termales, se evidencia que las empresas que prestan el servicio de turismo en bienestar en Chocontá cumplen con la mayoría de los indicadores que se propusieron según la normatividad para cada elemento que componen las termales, sin embargo, al momento de indagar con los administradores, queda claro que trabajan en pro de día a día poder cumplir con los indicadores que están en incumpliendo.

## 5. Capítulo 2

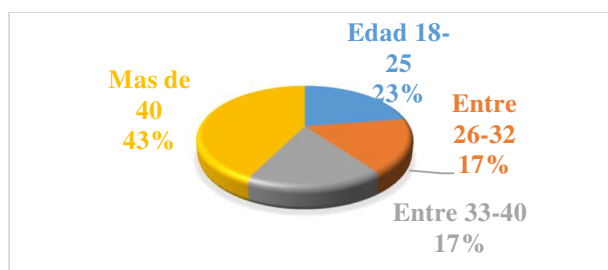
### Razones de desplazamiento de los turistas a las aguas termales Nápoles y Volcanes del municipio de Chocontá Cundinamarca

En este capítulo se utilizó el método cuantitativo, con el objetivo de establecer un perfil de los usuarios de las termales Volcanes y Nápoles del Municipio de Chocontá Cundinamarca. Esta encuesta fue resuelta por 126 usuarios, la cual nos arrojó los siguientes resultados.



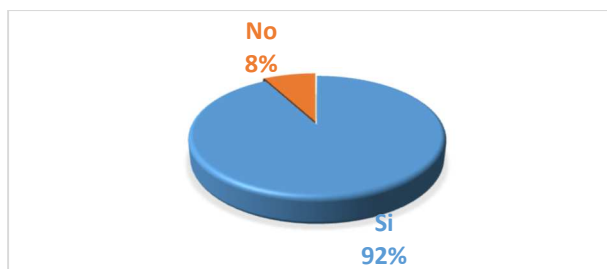
**Figura 33.** Género, los autores (2019).

74 personas corresponden al 59% del género femenino y el 41% a 52 personas pertenecen al género masculino.



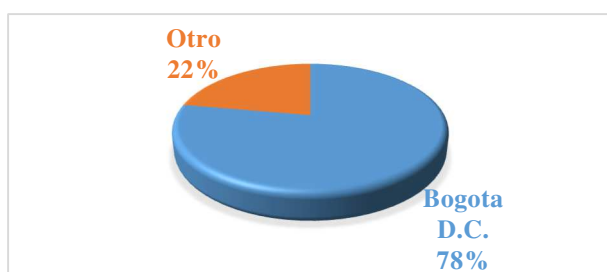
**Figura 34.** Edad, los autores (2019).

Los datos de las encuestas arrojan que los visitantes tienen más de 40 años con un 43%, le sigue de 18 a 25 años con un 23%, entre 26 y 32 con un 17% y entre 33 y 40 con un 17%.



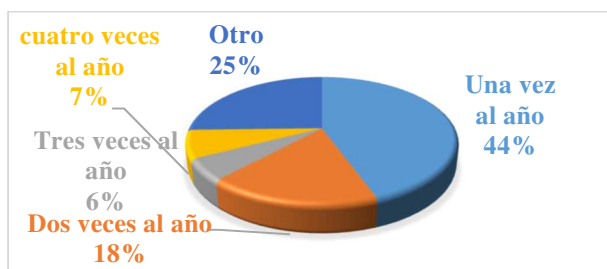
**Figura 35.** Utiliza los servicios de turismo de bienestar, los autores (2019).

Se demuestra que los usuarios hacen uso en un 92% de las termales Nápoles y volcanes del Municipio de Chocontá.



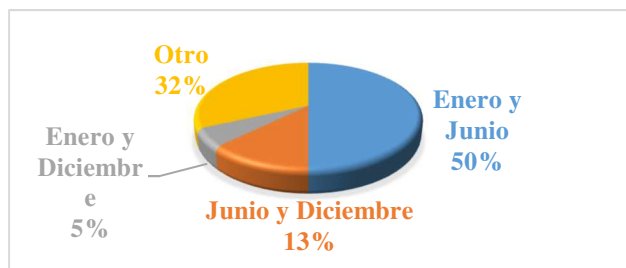
**Figura 36.** Lugar de procedencia, los autores (2019).

Según los datos arrojados el 78% representa a 98 personas que tienen como procedencia la ciudad de Bogotá, el restante que asisten es de lugares aledaños al Municipio de Chocontá.



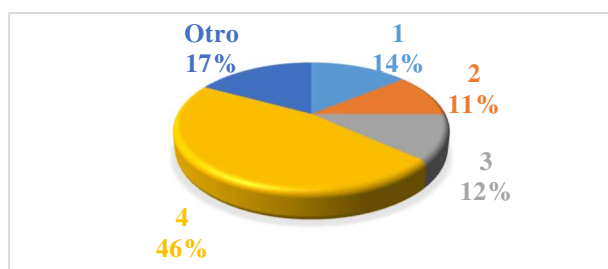
**Figura 37.** Cada cuánto viaja a termales, los autores (2019).

De las personas encuestadas se obtuvieron los siguientes datos frente a la frecuencia con la cual hacen uso del servicio de turismo de bienestar como lo son las termales de Volcanes y Nápoles el 44% expresan hacer uso de estos servicios una vez al año, el 18% viaja dos veces al año, el 6% realiza viajes tres veces al año, el 8% se desplaza a termales cuatro veces al año y el 25% es la primera experiencia haciendo uso de turismo de bienestar.



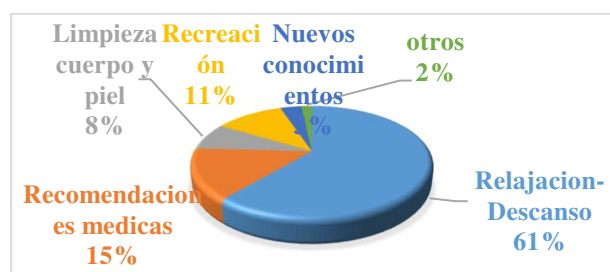
**Figura 38.** Cada cuánto viaja a termales, los autores (2019).

Los datos arrojados muestran que los turistas viajan en un 50% en los meses de enero y junio, con un gran contraste a los meses de enero y diciembre en donde viaja solo un 13%, el restante de turistas tiene como elección el 32% en otras épocas del año y el 13% en los meses de julio y diciembre.



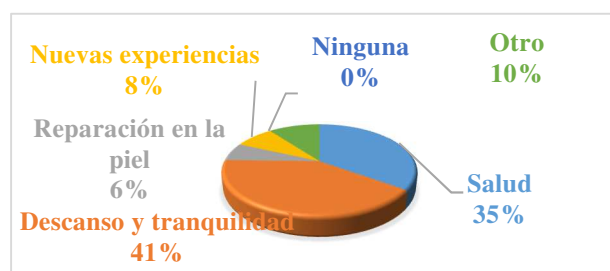
**Figura 39.** Número de personas que lo acompañan durante la visita a las termales. Los autores (2019).

Podemos observar que los turistas asisten a estos lugares en un 14% acompañados con solo una persona, el 11% con dos acompañantes, el 46% con cuatro personas, el 12% con tres personas y el 17% con grupos grandes ya que son viajes organizados por agencias de viajes.



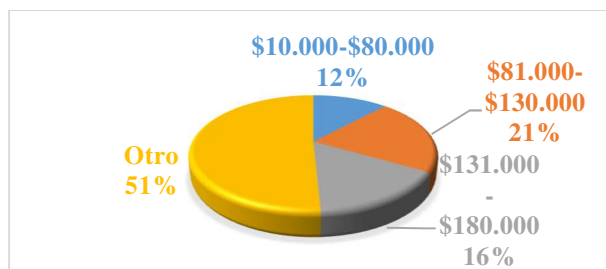
**Figura 40.** Razones por las cuáles viaja a las termales. Los autores (2019).

En la pregunta cuáles son las razones por las que viajan a la termales se puede observar que en un 61% corresponde a que viajan para tener un espacio de relajación y descanso en contraste al 8% que realizan estas visitas para limpieza del cuerpo y piel.



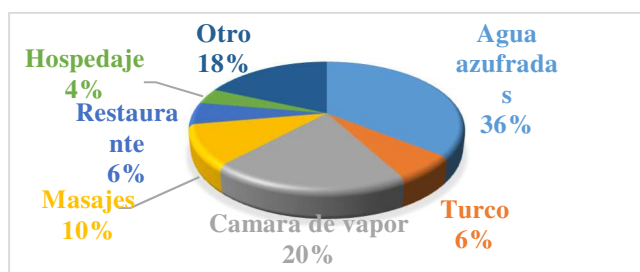
**Figura 41.** Ventajas en este tipo de actividades. Los autores (2019).

Las encuestas arrojan que para el turismo de bienestar las principales ventajas son es el descanso y la tranquilidad con un 41%, frente a un 0% donde indican que no encuentran ningún beneficio en estas actividades, las demás opciones tuvieron las siguientes respuestas, reparación en la piel 6%, nuevas experiencias 8%.



**Figura 42.** Cuánto invierte en esta actividad. Los autores (2019).

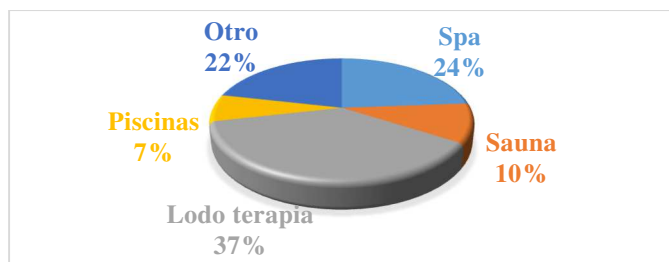
En la gráfica se exponen algunos montos económicos como opciones para respuesta de esta pregunta inferiores a \$180.000 dado los resultados se obtiene como dato con un 56% que hace a referencia a otros, de lo cual se puede concluir que la inversión es en promedio 401.175,996.



**Figura 43.** Servicios que utiliza en las termales, los autores (2019).

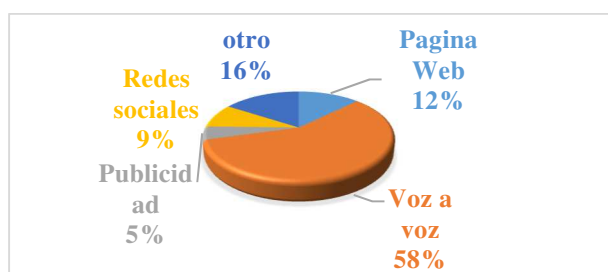
En los datos expuestos en la gráfica podemos analizar los diferentes servicios que los turistas utilizan cuando visitan a termales, la actividad que principalmente realizan es el uso de agua azufrada con un 36%, le sigue la cámara de vapor con 20%, el sucesivo son los masajes con un 10% y por último el hospedaje con un 4%.





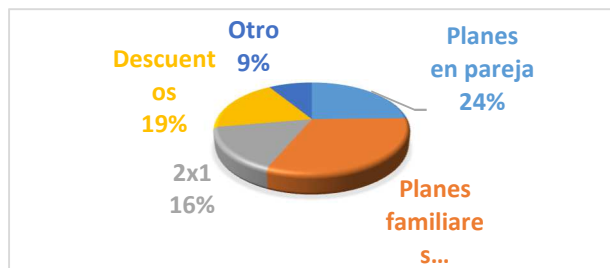
**Figura 44.** Otro servicio que desearía usar en las termales, los autores (2019).

Las opciones para implementar lodo terapia con 37%, spa 24%, Sauna 10% y las piscinas 7%, en la opción de otros con el 22%, los turistas proponen como opciones bar, salón de belleza para arreglo de las uñas, parque infantil y cascada natural.



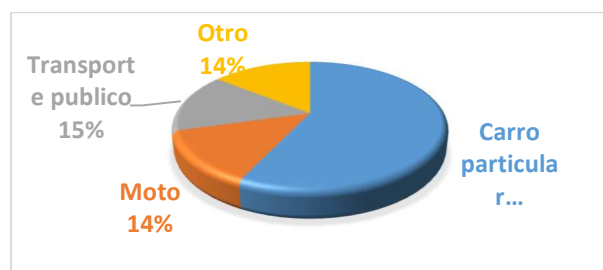
**Figura 45.** Medio de comunicación por el cual se enteró de las termales, los autores (2019).

El principal medio de comunicación por el cual las personas encuestadas recibieron información de las termales es por voz a voz con un 58%, le sigue páginas web con un 12%, luego redes sociales con 9% y por último publicidad 5% lo cual nos indica que es un factor importante el cual se debe fortalecer.



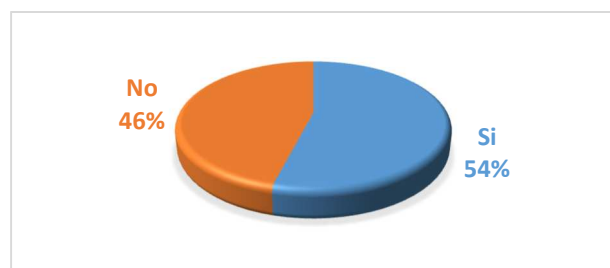
**Figura 46.** Promociones que quisiera encontrar en las termas, los autores (2019).

El deseo de los turistas es encontrar en los servicios de las termas promociones tales como planes familiares con 32%, planes en pareja con un 24%, descuentos con 19% y planes 2x1 con un 16%.



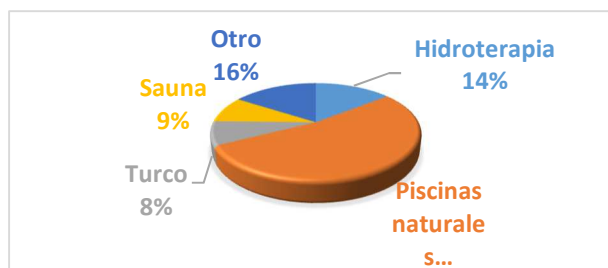
**Figura 47.** Medio de transporte con el cual se desplazó a las termas, los autores (2019).

Los turistas utilizan como principal medio de transporte el carro particular con un 57%, le sigue el transporte público con un 15%, en moto con 14% y en la opción otros con un 14% nos indican que llegan en buses de turismo.



**Figura 48.** Conoce los beneficios que brinda las aguas termas a su salud, los autores (2019).

Los usuarios que toman servicios de turismo de bienestar en su mayoría tienen conocimientos de los beneficios sobre las aguas termales en la salud con un 54% en contraste con los que dicen no tener conocimiento con un 46% y hacen uso de las termales como una actividad lúdica.



**Figura 49.** Servicio que más le llamo la atención de las termales, los autores (2019).

La encuesta nos arroja como resultado que las piscinas naturales son el mayor atractivo y causan mayor curiosidad al turista con un 53%, después de este servicio se encuentra la hidroterapia con 14%, turco con un 8% y el sauna con 9%, entre otros se encuentra un 16% con el servicio de la cámara de vapor y lodo terapia.

En síntesis la salida de campo se puede observar que los perfiles de clientes que existen en las termales Nápoles y Volcanes principalmente pertenece a mujeres que se ocupan como amas de casa y pensionados con una edad mayor a 40 años, buscan en la asistencia a las termales una mejoría en su salud, en su mayoría desean encontrar un método con el que ayude a disminuir el estrés que les genera el día a día en la ciudad, también se pudo analizar que estas termales tienen mayor demanda los fines de semana, entre estos días se destacan actividades como el esparcimiento, diversión y momentos familiares que se complejizan en sus diferentes entornos cotidianos.

## 6. Capítulo 3

### Propuesta del plan estratégico

#### 6.1. Análisis de la situación

Para el diseño del plan estratégico, se efectúan una serie de cálculos donde arrojan los resultados que se quieren lograr a nivel de ventas para las empresas dedicadas al turismo de bienestar, seguido de esto se realizó una lista de diferentes estrategias, cada una de ellas con metas, acciones, cronograma y presupuestos, para poder ser desarrolladas en el periodo de junio de 2019 hasta junio de 2020.

##### 6.1.1. Economía.

Almeidas es una provincia con bastantes posibilidad de desarrollo en actividades de agricultura, ya que su población está concentrada en su mayoría en el área rural lo que hace que las principales fuente económicas sean las actividades agropecuario y el cultivo de papa, zanahoria, papa criolla, cebolla bulbo, tomate, arveja, haba, frijol, cebada, pimentón, lechuga, avena, trigo habichuela y maíz según, Hoyos (2011) “En cuanto al Producto Interno Bruto, según las cifras de la Secretaría de Planeación de Cundinamarca, en el 2007 la Provincia de Almeidas se posicionó como la décima economía del departamento, al concentrar el 3,4% de su producción”(p.21).

La capacidad productiva supero las provincias como Oriente, Rio negro, Bajo Magdalena y Medina, aunque se encuentra distante en cuanto a los indicadores de los diferentes Municipios aledaños a Bogotá

En cuanto a las micro y macroempresas que se desarrollan en la economía de esta provincia tienen mayor participación en el mercado las pequeñas industrias que representa: (el 62% del total de sociedades de la Provincia, mientras que las pequeñas participan con el 37%, y sólo el 1% corresponden a medianas empresas).

Por otro lado, la economía de la ciudad de Bogotá va aumentando su crecimiento y consolidándose como la economía más importante del país según, Greiff (2018)“aporta al PIB Nacional (31 %, Bogotá 26 % y Cundinamarca 5 %)” (p. 21). Gracias a su constante desarrollo sostenible en los sectores de industria, comercio y los servicios financieros y empresariales, de

igual forma es una ciudad destacada y escogida para realizar diferentes tipos de actividades como eventos internacionales, congresos y convenciones adicionalmente se destaca de América Latina para realizar inversiones. En relación con el estrato cuatro podemos identificar que gran parte de la población hace parte de la clase media y que sus ingresos tienen un rango de 12.963 y \$64.813, es la ciudad con mayor participación después de Bucaramanga, y esto importante ya que fortalece y dan crecimiento a la ciudad.

### **6.1.2. Demografía.**

Según, Planeación (2015) Teniendo en cuenta los municipios que conforman esta provincia, como datos demográficos se presenta frente a la cantidad de veredas que posee cada uno de ellos: Chocontá 22 Machetá 23 Manta 18 Sesquilé 11 Suesca 19 Tibiritá 14 Villapinzón 17.

Conociendo la conformación de cada municipio presentamos el número de habitantes desglosado por cada uno de los municipios que conforman la provincia de Almeidas: total Chocontá 25.257 Machetá 6.316 Manta 4.719 Sesquilé 13.936 Suesca 17.318 Tibiritá 2.950 Villapinzón 19.742.

Según, Planeación (2015) Teniendo en cuenta los municipios que conforman esta provincia, como datos demográficos se presenta frente a la cantidad de veredas que posee cada uno de ellos: Chocontá 22 Machetá 23 Manta 18 Sesquilé 11 Suesca 19 Tibiritá 14 Villapinzón 17.

Conociendo la conformación de cada municipio presentamos el número de habitantes desglosado por cada uno de los municipios que conforman la provincia de Almeidas: total Chocontá 25.257 Machetá 6.316 Manta 4.719 Sesquilé 13.936 Suesca 17.318 Tibiritá 2.950 Villapinzón 19.742.

Frente a datos oficiales del DANE (2017), Bogotá D.C presenta 8 millones de habitantes, y con ello una tasa de crecimiento de 100.000 habitantes por año, proyectado que para el 2020 existan 8'380.000 habitantes. Teniendo en cuenta los datos anteriores esta tasa de crecimiento presenta una desaceleración de 1,6 %, este fenómeno se produce por la gran cantidad de personas pertenecientes a la tercera edad sumando que el mercado y oferta laboral de la mujer está en constante crecimiento según, Arciniegas (2017) "Para el 2020, la Secretaría de Salud reporta que la tasa de nacimientos disminuirá en 800. Es decir, de 15.800 recién nacidos por año, en la siguiente década solo se darán 15.000". (p. 9).

### 6.1.3. Geografía.

Según, Vargas (2013) La provincia de Almeidas está conformada por siete Municipios los cuales son Chocontá Machetá Manta Sesquilé Suesca Tibiritá y Villapinzón, esta provincia es considerada como una de las regiones con mayor calidad de vida, el municipio de Chocontá es denominado como la capital de la provincia de Almeidas, geográficamente está localizada en el nororiente de Cundinamarca, representa el 5,5% del área total del departamento. Es la novena provincia en extensión total territorial con 1.240 km<sup>2</sup>, Limita por el norte con la provincia Ubaté, por el sur con la provincia Guavio, por el oriente con el departamento de Boyacá, y por el occidente con la provincia Sabana Centro, Dentro de sus actividades económicas proporcionadas por su ubicación y riquezas naturales esta la explotación de carbón en municipios como Chocontá y Suesca y la explotación de sal mineral en el municipio de Sesquile.

Según, Caldas (2016) Bogotá D.C contiene para Colombia la mayor capacidad económica, cultural, demográfica, industrial y geográfica del país, siendo distrito capital presenta unas características específicas que no comparte con algunas otras grandes y principales ciudades. Posee más de 30 universidades, sin contar las instituciones educativas para el trabajo y de educación superior sumado a eso su arquitectura, museos, iglesias representan gran parte de su historia.

Dentro de lo territorial: coordenadas Geográficas: Latitud Norte 4°35'56''57 Longitud Oeste de Greenwich 74°04'51''30, Coordenadas planas: 1.000.000 metros norte 1.000.000 metros este, el Distrito Capital cubre un área de 1.587 Kms<sup>2</sup> y el Departamento al cual pertenece, Cundinamarca, cubre 22.246 Kms<sup>2</sup>; además, Bogotá se halla ubicada a una altura sobre el nivel del mar de 2.630 metros, mientras que el cerro de Monserrate está a 3.190 metros y el de Guadalupe a 3.316 metros. La sub-organización de la capital colombiana está dividida en 20 localidades de las cuales 19 están en el entorno urbano y una de ella en el entorno rural. Su territorio está limitado de la siguiente manera: El Distrito Capital colinda por el norte con el municipio de Chía, por el oriente con los municipios de la Calera, Choachí, Ubaque, Chipaque, Une y Gutiérrez. Por el sur con los departamentos del Meta y Huila. Por el occidente con los municipios de Cabrera, Venecia, San Bernardo, Arbeláez, Pasca, Sibaté, Soacha, Mosquera, Funza y Cota (pp.1-2).

#### 6.1.4. Demanda.

El grupo objetivo depende de cinco variables las cuales son género, edad, ubicación y estrato. El género corresponde al 100 por ciento ya que tanto hombres como mujeres visitan las termas, la edad según las encuestas realizadas arroja que el rango máximo de edad es de 84 años y junto con esto las personas de 40 a 60 años son las que más frecuentan las termas del municipio.

La ubicación corresponde al número de provincias de las cuales se desplazan los turistas, en este caso la provincia de Almeidas y Bogotá; otra de las variables es la ocupación, la cual hace referencia a los cinco datos recolectados en las encuestas (pensionados, trabajadores, trabajadores independientes, no trabajadores y amas de casa).

El estrato socioeconómico seleccionado es el nivel 4, donde se toma la mitad de dicho estrato debido a sus características y nivel económico.

$$G.O = \left(\frac{GENERO}{100}\right) \times \left(\frac{EDAD}{100}\right) \times \left(\frac{UBICACIÓN}{100}\right) \times \left(\frac{OCUPACIÓN}{100}\right) \times \left(\frac{ESTRATO}{100}\right) \quad (2)$$

$$G.O = \left(\frac{100}{100}\right) \times \left(\frac{23.81}{100}\right) \times \left(\frac{6.25}{100}\right) \times \left(\frac{80}{100}\right) \times \left(\frac{16.66}{2}\right) = 0.000988115$$

La población final que si compra se obtuvo de la cantidad de habitantes de la provincia de Almeidas los cuales son 72.891 y Bogotá con 8.200.000, estos valores multiplicados por el porcentaje de población que, si compra correspondiente al 94% obtenido de las encuestas previas multiplicado por el grupo objetivo, valor correspondiente a la ecuación anterior.

$$PFS = (Población Provincia de Almeidas + Población Bogotá) \left(\frac{\% \text{ si compra}}{100}\right) \times G.O \quad (3)$$

$$PFS = (72.891 + 8'200.000) \left(\frac{94}{100}\right) \times 0.000988115 = 7.684$$

La demanda hace referencia a la población final que si compra 7.684 multiplicado por la frecuencia de compra obtenida de los datos en la encuesta de la pregunta con qué frecuencia visita las termas, esto arrojando un promedio de 218 veces en el año y multiplicado por la cantidad promedio arrojado de la pregunta, número de personas que lo acompañan en la visita.

$$D = (\text{Población Final que Si compra} \times \text{Frecuencia de Compra} \times \text{Cantidad Promedio}) \quad (4)$$

$$D = (7.684 \times 1.65 \times 4.46) = 56.546$$

El precio promedio está determinado por la cantidad de ingresos promedio dividido en la cantidad promedio de visitantes, datos arrojados de la encuesta en la pregunta cuanto invierte en la visita y por la pregunta, número de personas que lo acompaña en la visita lo cual arroja que cada visitante por día invierte en promedio 44.974.

$$P\bar{x} = \left( \frac{\text{Ingresos Promedio}}{\text{Cantidad Promedio}} \right) \quad (5)$$

$$P\bar{x} = \left( \frac{200.587.998}{4.46} \right) = 44.974$$

El valor total del mercado resulta de multiplicar la demanda por el precio promedio, donde determina que las ventas de las dos termas al año equivalen a 2.543.099.804.

$$VTM = (\text{Demanda} \times \text{precio promedio}) \quad (6)$$

$$VTM = (56.546 \times 44.974) = 2.543.099.804$$

Las ventas promedio por empresa equivalen a 1.271.549.902 determinadas al dividir el valor promedio equivalente por año en el número de prestadores de servicios en este caso termas Nápoles y Volcanes

$$V\bar{x} \text{ por Empresa} = 1.271.549.902 \quad (7)$$

$$V\bar{x} \text{ por Empresa por día} = 3.532.083$$

### 6.1.5. Servicio.

Las termas Nápoles ofrecen servicios de alojamiento, restaurante, parqueadero, piscinas naturales, lodo terapia, cámara de vapor y pozo natural junto con servicios complementarios como cafetería y una tienda con variedad de productos, tiene un ambiente muy tranquilo rodeado de naturaleza; esta termal se caracteriza por el servicio por parte de los colaboradores, el restaurante



ofrece desayuno, almuerzos (menú del día y platos especiales) el personal se encuentra debidamente uniformado; para el uso de las termas tiene una distinción a través de manillas para personas que hacen uso de las fuentes, solo el ingreso y/o uso del hotel. Ofrece facilidades en medios de pago como tarjetas débito, crédito y efectivo, las piscinas se encuentran clasificadas por edades y la cámara a vapor esta aromatizada con yerbas que contribuyen a la relajación.

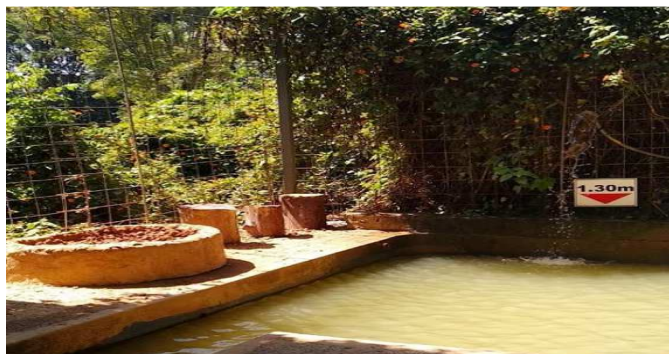
Cada uno de los lugares de esta termal cuenta con una persona que tiene como función guiar y ayudar a los turistas, también cuenta con una enfermería adecuada para atender accidentes de primer grado.



**Figura 50.** Entradas termas Nápoles, Termas Nápoles (2019).



**Figura 51.** Colaboradores Termas Nápoles, Termas Nápoles (2019).



**Figura 52.** Ludoterapia, Termales Nápoles, (2019).

Los termales volcanes se caracterizan por su infraestructura y por los servicios que ofrece como lo son alojamiento, restaurante, parqueador, piscinas de agua termal, masajes faciales y corporales, cámara de vapor natural termal, y servicios complementarios como la cafetería, el ingreso a las termales inicia desde las 7 de la mañana hasta la 5 de la tarde y para los usuarios del hotel el servicio se extiende hasta las 10 de la noche. El hotel cuenta con dos edificaciones la primera ubicada en la parte central con 8 habitaciones de tipo suite junior, doble, y estándar. La segunda se encuentra ubicada en la parte alta con 5 habitaciones tipo estándar para llegar al hotel en la parte alta se toma un camino ecológico en el cual se ocupan aproximadamente 5 minutos desde el hotel principal.



**Figura 53.** Hotel principal, Termales los Volcanes (2018).



**Figura 54.** Hotel parte alta, Termales los Volcanes (2018).

Tiene lugares para la diversión y relajación de los turistas, el restaurante ofrece desayuno, almuerzo y cena junto con bebidas y postres, cuenta con colaboradores serviciales, el ambiente que brinda este lugar es único debido a su entorno.



**Figura 55.** Lugares de entretenimiento, Termales los Volcanes (2018).

## 6.2. Plan estratégico

**Objetivo:** Incrementar el promedio de ventas a \$105.962.491 mensuales de las empresas que se dedican al turismo de bienestar, en el municipio de Chocontá Cundinamarca.

A continuación, se presentan las estrategias, junto con el presupuesto y el cronograma que cada una debe tener en cuenta para poder ser llevadas a cabo.

Tabla 13.

Alternativas alimenticias

Para empezar, se encuentra la estrategia llamada alternativas alimenticias:

Alternativaas alimenticias			CRONOGRAMA		
<b>ESTRATEGIA</b>	Aumento de la variedad y cantidad de los servicios alimenticios ofrecidos por las termas, incluyendo opciones vegetarianas.				
<b>META</b>	Diseñar las cartas del restaurante con las tres nuevas alternativas alimenticias.		<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>
<b>ACCIÓN</b>	Identificación de alternativas: Identificar visitantes vegetarianos.		x		
	Selección: Opinión de los turistas.			x	
	Determinación: Elaboración de las cartas del restaurante con 10 copias.				x
<b>PRESUPUESTO</b>	Elaboración y diseño 10 cartas para restaurante	\$ 80.000			

*Nota.* Los autores (2019).

En el momento de realizar el trabajo de campo se observa que en las cartas de los restaurantes hace falta opciones para los visitantes que no consumen alimentos provenientes de los animales, es por esto por lo que se decide proponer la implementación de esta dieta.

La segunda estrategia se conoce como unidad de negocio:

Tabla 14.

Unidad de negocio

Unidad de negocio									
ESTRATEGIA	Implementación de nuevos servicios.					CRONOGRAMA			
	META	Instalar el servicio de un bar y un gimnasio				FEB	MAR	APR	MAY
ACCIÓN	Propuesta de diferentes tipos de bares		x						
	Propuesta del gimnasio		X						
	Aprobación		X						
	Construcción			X	X				
	Lanzamiento						X		
PRESUPUESTOS	Bicicleta		\$	983.000					
	Trotadora		\$	2.199.000					
	Máquina de pesas		\$	1.164.000					
	Licores x 32 und		\$	1.134.000					
	Vasos x 50 und		\$	150.000					
	Costrucción		\$	9.000.000					
	<b>TOTAL</b>		\$	14.630.000					

*Nota.* Los autores (2019).

La decisión de presentar esta estrategia se da a partir de los comentarios que los turistas hacen en el momento de realizar la encuesta, a medida que se va conociendo el espacio se observa que a los visitantes les gustaría encontrar servicios nuevos donde se pueda tener otro tipo de dispersión y forma de socializar.

A continuación, se explica la estrategia de publicidad alternativa:

Tabla 15. Publicidad alternativa

Publicidad alternativa			CRONOGRAMA		
ESTRATEGIA	Campañas publicitarias a través de herramientas digitales (Facebook, Instagram, Twitter)				
META	Compra de tres mil banners por redes sociales, mil cuñas radiales en una emisora local (Amigos de Chocontá)				
ACCIÓN	Diseño de los banners		X		
	Creación de la cuña		X		
	Contratar la empresa		X		
	Lanzamiento		X	X	X
PRESUPUESTOS	1000 banners	\$ 300.000			
	1000 cuñas	\$ 100.000			
	Lanzamiento	\$ 500.000			
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 900.000</b>			

*Nota.* Los autores (2019).

Durante el desarrollo del trabajo se fue conociendo que las termales no cuentan con el servicio de publicidad alternativa, herramienta que les sirve para poder darse a conocer y aumentar sus ventas.

La siguiente estrategia se conoce como promoción de ventas:

Tabla 16. Promoción de ventas

Promoción de ventas					
<b>ESTRATEGIA</b>	Diferentes promociones en la oferta de servicios.		<b>CRONOGRAMA</b>		
<b>META</b>	Variedad en los descuentos.		<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>
			X		
<b>ACCIÓN</b>	Al las 20 pax que lleguen entre 10 am y 12 de lunes a miércoles obtiene el 20% de descuento.			X	
	2X1 los viernes				X
<b>PRESUPU</b>	Costo entrada	\$ 25.000			
	descuento	20%			
	<b>TOTAL</b>	\$ 5.000			

*Nota.* Los autores (2019).

Como estrategia para aumentar las ventas se vio que es llamativo para los turistas encontrar diferentes promociones que les permitan disfrutar acompañados de familiares o amigos a menor costo, esto también hace posible que visiten las termas más seguido.

Siguiente estrategia servicios complementarios:

Tabla 17. Servicios complementarios

Servicios complementarios						
<b>ESTRATEGIA</b>	Diferentes actividades como parques para los usuarios de menor edad.		<b>CRONOGRAMA</b>			
<b>META</b>	Adecuar y comprar un parque infantil.		<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>
			X		X	
<b>ACCIÓN</b>	Construir el parque infantil.			X		X
	Compra e instalación	\$ 4.200.000				
	<b>TOTAL</b>	\$ 4.200.000				

*Nota.* Los autores (2019).

El termalismo es una actividad que se puede realizar en familia, sin embargo, para los niños más pequeños muchas veces es llamativo un parque donde puedan realizar otro tipo de actividades.

Y por último se presenta la estrategia de distribución

Tabla 18. Distribución

<b>Distribución</b>		
<b>ESTRATEGIA</b>	Venta de paquetes turísticos por medio de intermediarios.	
<b>META</b>	Alianzas con dos agencias de viajes de Bogotá	
<b>ACCIÓN</b>	Contacto previo, identificar agencias que en su objeto social tengan termalismo	<b>CRONOGRAMA</b>
		<b>JUL</b> <b>ENE</b> <b>FEB</b> <b>JUN</b> <b>JUL</b>
<b>PRESUPUESTO</b>	Viáticos	\$ 200.000
	<b>TOTAL</b>	\$ 200.000

*Nota.* Los autores (2019).

En cuanto a la distribución las termas no cuentan con aliados que les permitan aumentar las ventas, por esto se propone realizar alianzas con dos agencias de viajes ubicadas en la ciudad de Bogotá, donde estas promuevan el turismo de bienestar y así las termas se puedan dar a conocer y ampliar su cantidad de visitantes.

Al finalizar lo que se quiere lograr al proponer las estrategias, consiste en que las termas ubicadas en Chocontá puedan darse a conocer fuera de Bogotá y Chocontá, ya que de estos dos lugares es de donde más turistas provienen, así estas pueden tener un aumento en sus ingresos.



## Conclusiones

Para concluir en la visita de campo se identificó un progreso continuo frente a las debilidades y faltantes de las plantas físicas y capacitación de sus colaboradores en cada una de las áreas. Los prestadores de servicios muestran interés por tener una mejoría continua de sus establecimientos, trabajando en los indicadores que aún no cumplen o tienen pendientes, los grupos de trabajo se destacan por la buena atención al cliente y el excelente ambiente que propicia cada uno de sus colaboradores, los usuarios resaltan que en algunos momentos hace falta mejorías en las instalaciones e innovación en los servicios.

Se puede observar los perfiles de clientes que existen en las termales Nápoles y Volcanes, principalmente pertenece a mujeres, con una edad mayor a 40 años, pensionadas que buscan unas alternativas naturales para la mejora en la salud de su cuerpo, mente y alma. Se puede analizar que estas termales tienen mayor demanda los fines de semana en especial los días domingo, se destacan actividades como el esparcimiento, diversión y momentos familiares. A través de los instrumentos que se utilizan, se identifica que las termales cuentan con ciertos servicios, pero estos no son suficientes para la satisfacción del cliente.

Con el plan estratégico se lleva a cabo un análisis de la demanda y esto genera un resultado donde se evidencia que cada termal puede invertir un 5% diario de sus ventas en una mejora continua, es por esto por lo que se proponen una serie de estrategias que contribuya al turismo de bienestar y permite el incremento de las ventas en las termales.

Con la investigación que se realiza se evidencia y genera un fortalecimiento personal y profesional, donde se fundamenta conocimientos que se tienen en Hotelería y Turismo, además se demuestra que las termales son fuentes que contribuyen al desarrollo del turismo de bienestar para el municipio, sin embargo, la alcaldía municipal en el plan de ordenamiento territorial no muestra interés para el desarrollo del turismo.

Los prestadores de servicio cuentan con la motivación para desarrollar un turismo de bienestar y una mejora continua en sus servicios, mostrando interés en aplicar toda la normatividad correspondiente y buscando alternativas para ofrecer nuevos servicios.

## **Recomendaciones**

- Acercamiento por parte de los prestadores de servicios con la alcaldía para incrementar la demanda de turistas en el municipio.
- Adecuaciones en la infraestructura para las personas con discapacidad y de tercera edad.
- Apropiarse de las costumbres de la región implementando platos típicos.
- Implementar una zona específica para las personas que consumen cigarrillo.
- Realizar una ficha técnica donde se informe sobre los usos y beneficios de las termales.
- Adecuar el espacio del parqueadero con su señalización y seguridad respectiva.
- Realizar mantenimiento de la fachada para mejor visibilidad.

## Referencias

- (2012). Procesos de apoyo gestión de recursos ley 1558. Ministerio de Industria, Comercio y turismo. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-de-recursos-fisicos/leyes/ley-1558-de-2012-4.aspx>
- Alcaldía Municipal. (2007). Banco de medios información municipal. Plan de desarrollo del municipio de Chocontá. Recuperado de [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd\\_plan\\_de\\_desarrollo\\_choconta\\_cundinamarca\\_2004\\_2007\\_diagnostico\\_general\\_\(96\\_p%C3%A1g\\_425\\_kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd_plan_de_desarrollo_choconta_cundinamarca_2004_2007_diagnostico_general_(96_p%C3%A1g_425_kb).pdf)
- Campo. M. (2008). Mi primer concepto de turismo. *Revistas u Externado*, (19). Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/download/438/417/>
- Plan de Ordenamiento Territorial. (2004-2007). Plan de desarrollo Chocontá. Banco de medios. Recuperado de: [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd\\_plan\\_de\\_desarrollo\\_choconta\\_cundinam](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd_plan_de_desarrollo_choconta_cundinam)
- Chocontá un proyecto de veeduría ciudadana (2008). Información general (s.f). Recuperado de: <https://choconta.wordpress.com/informacion-general/> 18052019
- Bejarano. M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920538>
- Blanco. M. (1994). *Deontología y conciencia turística*. México D.F: Editorial Diana México.
- Concejo municipal de Chocontá (31 de mayo de 2016). Por el cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de Chocontá, departamento de Cundinamarca “usted y yo, mejor gestión para Chocontá”. [Acuerdo No. 007]. Recuperado de [https://chocontacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/chocontacundinamarca/content/files/000021/1044\\_plan-de-desarrollo-2016--2019.pdf](https://chocontacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/chocontacundinamarca/content/files/000021/1044_plan-de-desarrollo-2016--2019.pdf)

Servicio Geológico Colombiano (s.f). Inventario de termales en Colombia. Recuperado de <http://hidrotermales.sgc.gov.co/invtermalesProd/18062019>

La elaboración del plan estratégico (s.f). Recuperado de: <http://hsjd.org/seminariogestion2013/docs/01-Dia4-PrimerModeloPlanificacion.pdf> 18052019

Estolano, C., Berumen, M., Castillo, I., y Mendoza, A. (2013). *El periplo sustentable*, (24). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4195320>

Ruiz, M., Borboa, M., y Rodriguez J. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Tlatemoani*, (13). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>

Arévalo, G., Guerrero, H. (2014). Turismo de salud por medio del aprovechamiento de aguas termales Caso de la Ruta de la Salud Michoacán. *Económica y sociedad*, 18(31). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5371172>

Benitez, J., Cárdenas, M., Campon, O., Espartero, A., Muñoz, E. (2015). Evolución del concepto de recreación y sus beneficios en diferentes poblaciones. *Heducasport*, 0. Recuperado de [https://revistaheduca.files.wordpress.com/2015/03/3\\_-articulo-quino-benitez.pdf](https://revistaheduca.files.wordpress.com/2015/03/3_-articulo-quino-benitez.pdf)

DANE (s.f).Proyección de municipios 2005-2020. Recuperado de: [https://www.dane.gov.co/files/.../poblacion/...20/ProyeccionMunicipios2005\\_2020.xls](https://www.dane.gov.co/files/.../poblacion/...20/ProyeccionMunicipios2005_2020.xls) 180519

Enciclopedia colaborativa en la red cubana (s.f). Turismo de Salud. Recuperado de [https://www.ecured.cu/Turismo\\_de\\_salud](https://www.ecured.cu/Turismo_de_salud) 180519

Arias. F., Caraballo. A., y Matos. R.(2011). Turismo de salud conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *CLIO América*, 6(11). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5114831>

- Maps. (2019). ubicación termales Chocontá [Fotografía]. Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/Termas+Los+Volcanes/@5.0805171,-73.6251829,10490m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x0:0x89a875aa7db13fd7!8m2!3d5.0928761!4d-73.6406624>
- Fuentes. P. (2009). El turismo de salud como producto turístico en auge: Análisis del caso de la provincia de Buenos Aires. Universidad Nacional del mar de plata. Recuperado de [http://nulan.mdp.edu.ar/1388/1/fuentes\\_p.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1388/1/fuentes_p.pdf)
- Waichman, P. (1998). Enfoques de recreación. Funlibre. Recuperado de <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso5/PWaichman2.htm>
- Gracia, M. (2016). El turismo de salud en el estado de Hidalgo Mexico . *El Periplo Sustentable*, (30) Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/1870-9036-eps-30-00157.pdf>
- Henn, M., López. P., Fraiz, J, y Goncalves, J. (2011). La importancia de la cosmética termal para los balnearios y el turismo termal: el caso de la Comunidad Autónoma de Galicia – España. *Revista pasos*, 9(1). Recuperado de [http://pasosonline.org/Publicados/9111/PS0111\\_03.pdf](http://pasosonline.org/Publicados/9111/PS0111_03.pdf)
- De la puente, M. (2015a). Sector del turismo de salud caso Colombiano. *Economía del caribe*, 16. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6143212>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (s.f). Recuperado de: [http://www.mincit.gov.co/publicaciones/16746/definicion\\_del\\_sector\\_turismo\\_en\\_colombia\\_18052019](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/16746/definicion_del_sector_turismo_en_colombia_18052019)
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. (Guia didactica, universidad surcolombiana). Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Glosario básico. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- De la puente, M. (2015b). Turismo de bienestar: limitación conceptual y posicionamiento internacional. *Turydes Turismo y desarrollo*, (19). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/spa.html>

Del puente, M. (2017). Turismo de salud dinámica internacional y el caso de Colombia. Barranquilla: Editorial Universidad Del Norte

Henn, M., Branco, P., Goncalves, J., y Fraiz J. (2008). el turismo de salud y el uso terapéutico del agua Revista estudios y perspectivas en turismo, 20. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n2/v20n2a11.pdf>

Henn, M., Branco, P., Goncalves, J., y Fraiz J. (2011). Turismo termal: cambios conceptuales y mercadológicos de los balnearios en España. Revista turismo, 10(3). Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Jose\\_Antonio\\_Brea/publication/228349907\\_Turismo\\_Termal\\_cambios\\_conceptuales\\_y\\_mercadologicos\\_de\\_los\\_balnearios\\_en\\_Espana/links/53fb31090cf27c365cf07f09.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jose_Antonio_Brea/publication/228349907_Turismo_Termal_cambios_conceptuales_y_mercadologicos_de_los_balnearios_en_Espana/links/53fb31090cf27c365cf07f09.pdf)

Sampieri, H., Fernando Collado., y Baptista, M. (2014). *metodología de la invetigación*. México : McGraw-hill / interamericana editores, s.a.

Romero, H. (1986). Guía de turismo. Calameo. Recupersdo de <https://es.calameo.com/read/0054636992123e439edb3> Rangel, O. (2015). La biodiversidad de Colombia: significado y distribución regional. *Ciencias naturales*, 39(151). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/racefn/v39n151/v39n151a05.pdf>

Niño, S., Duarte, S. (2015). Georreferenciación de las termales con alternativas de desarrollo para el Turismo de Bienestar en la región Cundinamarca. *Perspectiva Geográfica*, 20 (1). Recuperado de: <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/perspectiva/article/view/4506/3837>

Buitrago, M. (2008). *teoría de la estrategia y la competitividad: estado del arte desde la perspectiva de michael porter y su aplicación en colombia* (Trabajo de grado, Universidad de la salle) Recuperado de: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4114/T11.08%20B868t.pdf;jsessionid=E75A36C92940377448BC8B5620BCEE25?sequence=1>

Wallance, S., Doyle, J., Colley, J., Y Wood, R.(2009). Plan de negocio como diseñarlo e implantarlo. España: Editorial Profit

Zorrilla, S. (1992). Introducción a la metodología de la investigación. (6) Mexico

Lizarralde, E. (2013). Turismo de salud en España. Escuela de organización industrial. Recuperado de: [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:80152/EOI\\_TurismoSalud\\_2013.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80152/EOI_TurismoSalud_2013.pdf)

Maria Pineda, P. F. (01 de 11 de 2016). *Turismo termal como opcion de Turismo de bienestar en Colombia*. Obtenido de <https://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ed/article/view/3749/3144>

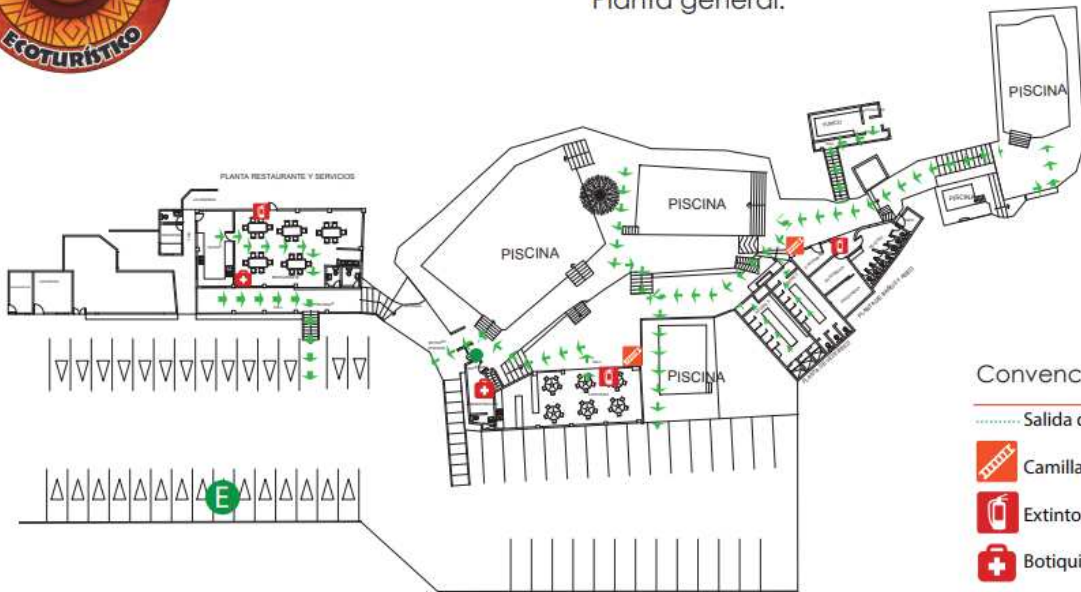
Anexos

Plano de evacuación termales Nápoles



Ruta de evacuación.

Planta general.




Convenciones.

..... Salida de evacuación.

 Camilla

 Extintor

 Botiquin

 Punto de encuentro

Usted esta aqui











CHECK LIST DE APLICACION DE OBSERVACION A LAS TAREAS DEL MINISTERIO DE EDUCACION CUNDINAMARCA					
INSTITUTO AGROPECUARIO					
PROCESO NETAMENTE EDUCATIVO					
FECHA DE APLICACION:			26 mar 11		
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		TERMINALES MAROLIS		AREA DE APLICACION	
NOMBRE DEL GERENTE VO REPRESENTANTE LEGAL		JEREMY DONATO		FISICAS	
REGISTRACION DE FUNCIONAMIENTO DE PERSONAS		AREA DE RESERVISTAS		DOCUMENTO DE VERIFICACION	
INDICADORES		COMPLET	NO COMPLET	NO APLICA	OBSERVACIONES
Disponer de proteccion y control de acceso a la piscina		X			
Contador de matricula visible desde la piscina durante las horas de atencion, los estudiantes de la piscina relacion a sus padres, en especial de los niños de atencion desde el inicio de atencion y disponibilidad de documentos, equipos y plan de cada un estudiante		X			LEY 1299 DE 2009
Disponibilidad maxima de la piscina debe estar abierta en todas las horas y en forma gratuita, visible con claridad para cualquier persona		X			
Pais uniforme con mantenimiento permanente donde se esta el agua y visible que proteja tiempo a la vida del usuario				X	RESOLUCION 1310 DE 2011
En el fondo de la piscina debe existir un matadero o colchon volador las demarcaciones, colchon flotante para cada usuario				X	LEY 1299 DE 2009
Exteriores se debe contar como minimo con una redera para estado y vida		X			RESOLUCION 1310 DE 2011
Condiciones o estado de las empujones con un ancho minimo de 1.20m con piso en material antideslizante		X			RESOLUCION 1310 DE 2011
Cerramiento: Ingreso la puerta o cerramiento a otro medio que permita el control de acceso al estacionamiento de la piscina o estructuras anexas		X			DECRETO 2179 DE 2009
Inspeccion de personal anexo con material para contorneo		X			
Inspeccion a area para recibir primera ayuda dentro de edificio para comunicacion con el exterior y visible		X			LEY 1299 DE 2009
Personal adiestrada		X			
Presencia en el área de la piscina por lo menos dos (2) monitores educadores con credencial y un tablero con horario		X			RESOLUCION 1310 DE 2011
Requisitos de uso del estacionamiento		X			
Bases de piedra de empujones		X			
Verificar independencia entre muros y piso del estacionamiento, evitando acumulacion de residuos y facilidades de limpieza		X			
Zonificación: pasillos y poses en unidades independientes		X			
Preparacion de instalaciones sanitarias		X			
Ducha (1) por cada 40 personas		X			
Wáteros para hombre (1) por cada 40 personas		X			
Wáteros para mujer (1) por cada 50 personas		X			RESOLUCION 1310 DE 2011
Ducha (1) por cada 50 personas		X			
Lavamanos (1) por cada 30 personas		X			