

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**TURISMO WELLNESS Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LAS
AGUAS TERMALES DE LARES, PROVINCIA DE CALCA, CUSCO - 2023**

PRESENTADO POR:

Br. YADY SALLO QUISPE

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADA EN TURISMO**

ASESOR:

Dra. ISELA MOSCOSO PARICOTO

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: TURISMO WELLNESS Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LAS AGUAS TERMALES DE LARES, PROVINCIA DE CALCA, CUSCO - 2023

presentado por: YADY SALLO GUISPE con DNI Nro.: 72017377 presentado por: con DNI Nro.: para optar el título profesional/grado académico de LICENCIADA EN TURISMO

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 7%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 22 de NOVIEMBRE de 2024



Firma

Post firma ISELA MOSCOSO PARICOTO

Nro. de DNI 40684613

ORCID del Asesor 0000-0001-5129-9590

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:407052250

NOMBRE DEL TRABAJO

Turismo Wellness y satisfaccion del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusc

AUTOR

YADY SALLO QUISPE

RECUENTO DE PALABRAS

27434 Words

RECUENTO DE CARACTERES

162976 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

139 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.8MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 19, 2024 7:05 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 19, 2024 7:07 AM GMT-5

● 7% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)

Dedicatoria

Expreso mi gratitud a Dios, quien me ha dado la salud, la energía y el conocimiento necesario para continuar creciendo en mi formación profesional.

Con mucho amor para mis queridos padres Luis Sallo Choque y Aurelia Quispe Quispe, por su esfuerzo, atención y respaldo que me inspiran a seguir con mi ascenso profesional.

A mi apreciado hermano Rodrigo quien me brinda su apoyo y motivación en cada momento eres mi compañero de batallas y alegrías.

A mis mentores de vida Dra. Felicia Elena Valer Lopera y Dra. Isela Moscoso Paricoto, quienes me permiten tener las esperanzas que existen dentro de mí, me siento afortunada de tenerlos como mis mentores y agradecerles por su tiempo y su compromiso.

A las personas que la vida puso en mi camino, mis amigos, compañeros de estudios y mi familia particularmente a mi apreciada abuela Ana Choque de Sallo quien desde el cielo guía mi camino.

Yady Sallo Quispe

Agradecimiento

Mi afectuoso agradecimiento a mi casa de estudios, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por brindarme la oportunidad de ser parte de ella y permitirme crecer como profesional universitaria, compartiendo experiencias e ilusiones.

A mis apreciados docentes de la escuela profesional de Turismo, personas de gran sabiduría quienes me han transmitido sus conocimientos y me han formado para mi vida profesional.

A mi asesora Dra. Isela Moscoso Paricoto, por accederme la valiosa oportunidad de recurrir a su conocimiento científico; por el interés, motivación y acompañamiento a lo largo del proceso de elaboración de mi trabajo de investigación.

A la Municipalidad Distrital de Lares, particularmente a los encargados de la División de Turismo y Artesanía por permitirme realizar mi trabajo de investigación.

Yady Sallo Quispe

Resumen

La presente investigación sobre Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023, cuyo objetivo principal es determinar la relación entre el turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023, lo cual permite proporcionar evidencia empírica sobre como las actividades de bienestar impactan en la experiencia del turista, fundamentando así estrategias para mejorar la oferta turística y promover el desarrollo sostenible en el destino. Por consiguiente, se estableció la hipótesis general: Existe una correlación significativa entre el turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023. Se empleó una metodología de tipo básico con un enfoque cuantitativo, llevando a cabo un análisis de nivel correlacional, un diseño no experimental y transversal. La muestra fue conformada por 365 turistas entre nacionales y extranjeros que visitan las aguas termales de Lares. Para recopilar datos se empleó la técnica que es la encuesta, el instrumento utilizado fue el cuestionario. Para filtrar la información y ejecutar la comprobación de la hipótesis se hizo uso del programa SPSS. V27, mediante el cual los resultados dan a conocer una correlación positiva significativa (Rho de Spearman = 0.684**) entre el turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, sugiriendo que la participación en las actividades Wellness mejora la satisfacción de los turistas en el destino.

Palabras claves: Turismo Wellness, bienestar, satisfacción del turista, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.

Abstract

The present research on Wellness Tourism and tourist satisfaction at Lares Hot Springs, province of Calca, Cusco - 2023, whose main objective is to determine the relationship between Wellness Tourism and tourist satisfaction at Lares Hot Springs, province of Calca, Cusco - 2023, which allows providing empirical evidence on how wellness activities impact on the tourist experience, thus basing strategies to improve the tourism offer and promote sustainable development in the destination. Therefore, the general hypothesis was established: There is a significant correlation between Wellness tourism and tourist satisfaction at Lares hot springs, province of Calca, Cusco - 2023. A basic methodology was used with a quantitative approach, carrying out a correlational level analysis, a non-experimental design and cross-sectional. The sample included 365 national and international tourists visiting at Lares hot springs. A survey technique was used to collect data, the instrument used was the questionnaire. For filtering the information and verification of the hypothesis, it was used the SPSS program, through which the results make known a significant positive correlation (Spearman's Rho = 0.684**) between Wellness tourism and tourist satisfaction in Lares hot springs, suggesting that participation in Wellness activities improves tourist satisfaction in the destination.

Keywords: Wellness tourism, well-being, tourist satisfaction, tangible elements, reliability, responsiveness, safety, empathy.

Índice general

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Resumen.....	iii
Abstract.....	iv
Índice general.....	v
Índice de tablas	xi
Índice de figuras.....	xii
Introducción	xiii
Capítulo I	1
Planteamiento del problema.....	1
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	5
1.2.1. Problema general.....	5
1.2.2. Problemas específicos	5
1.3. Justificación de la investigación	5
1.3.1. Justificación teórica.....	5
1.3.2. Justificación práctica	5
1.3.3. Justificación metodológica.....	6
1.4. Delimitación y limitación de la investigación	6
1.4.1. Delimitación temporal.....	6
1.4.2. Delimitación espacial	6
1.4.3. Limitación de la investigación	6

1.5.	Objetivos de la investigación	7
1.5.1.	Objetivo general	7
1.5.2.	Objetivos específicos.....	7
Capítulo II	8
Marco teórico conceptual.....		8
2.1.	Antecedentes de estudio.....	8
2.1.1.	Antecedentes internacionales	8
2.1.2.	Antecedentes nacionales	10
2.1.3.	Antecedentes locales	13
2.2.	Marco legal	15
2.2.1.	Ley general del turismo (Ley 29408).....	15
2.2.2.	Principio de la actividad turística	16
2.2.3.	Licencia de aguas medicinales	16
2.3.	Bases teóricas.....	16
2.3.1.	Turismo Wellness	16
2.3.2.	Tipos de viajeros de bienestar	19
2.3.3.	Turismo de salud	20
2.3.4.	Cuadro comparativo de turismo Wellness y turismo médico.....	20
2.3.5.	Categorías del Turismo Wellness	21
2.3.6.	Satisfacción del turista	23
2.3.7.	Importancia de la satisfacción del turista	24
2.3.8.	Niveles de satisfacción del turista	24
2.3.9.	Pasos a seguir para lograr la satisfacción del turista	25

2.4. Marco conceptual.....	26
Capítulo III.....	31
Hipótesis y variables.....	31
3.1. Hipótesis	31
3.1.1. Hipótesis general.....	31
3.1.2. Hipótesis específicas	31
3.2. Variables.....	31
3.2.1. Variable I.....	31
3.2.2. Variable II.....	31
3.3. Identificación de variables y Dimensiones	31
3.3.1. Variable Turismo Wellness.....	31
3.3.2. Variable satisfacción del turista.....	35
3.4. Operacionalización de variables	42
Capítulo IV.....	44
Metodología.....	44
4.1. Diagnóstico situacional del ámbito de estudio.....	44
4.1.1. Aspectos geográficos.....	44
4.1.2. Límites.....	44
4.1.3. Organización política	44
4.1.4. Descripción.....	44
4.1.5. Accesibilidad.....	46
4.1.6. Equipamiento turístico	47
4.1.7. Instalaciones turísticas.....	48

4.1.8.	Inventario del recurso turístico Aguas termales de Lares	50
4.1.9.	Diagnóstico del atractivo aguas termales de Lares	53
4.2.	Tipo y nivel de investigación	56
4.2.1.	Tipo de investigación	56
4.2.2.	Enfoque de investigación	56
4.2.3.	Alcance de investigación.....	57
4.2.4.	Diseño de la investigación.....	57
4.3.	Población de estudio	57
4.4.	Tamaño de muestra	58
4.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de información	59
4.5.1.	Técnica	59
4.5.2.	Instrumentos	59
4.6.	Análisis e interpretación de datos	59
4.7.	Confiabilidad del instrumento.....	60
Capítulo V	61
Resultados y discusión	61
5.1.	Análisis descriptivo de los resultados de la variable Turismo Wellness	61
5.1.1.	Análisis descriptivo de la dimensión condición física	61
5.1.2.	Análisis descriptivo de la dimensión estado mental.....	62
5.1.3.	Análisis descriptivo de la dimensión estado espiritual.....	63
5.2.	Análisis descriptivo de los resultados de la variable satisfacción del turista.....	65
5.2.1.	Análisis descriptivo de la dimensión elementos tangibles	65
5.2.2.	Análisis descriptivo de la dimensión fiabilidad	66

5.2.3.	Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de respuesta	68
5.2.4.	Análisis descriptivo de la dimensión seguridad	69
5.2.5.	Análisis descriptivo de la dimensión empatía	70
5.3.	Prueba de normalidad	72
5.3.1.	Análisis de la prueba de normalidad	72
5.4.	Prueba de hipótesis	73
5.4.1.	Prueba de hipótesis general	73
5.4.2.	Prueba de hipótesis específicas	75
5.5.	Discusión de resultados.....	79
Capítulo VI.....		83
Propuestas		83
6.1.	Propuesta 1: Implementación de un salón de masajes terapéuticos en las aguas termales de Lares.	83
6.1.1.	Lugar:	83
6.1.2.	Objetivos	83
6.1.3.	Justificación.....	83
6.1.4.	Descripción de la propuesta	84
6.1.5.	Metodología	84
6.1.6.	Público objetivo.....	85
6.1.7.	Presupuesto.....	85
6.1.8.	Resultados esperados de la propuesta	86
6.2.	Propuesta 2: Plan de formación del equipo humano en turismo Wellness	87
6.2.1.	Lugar:	87

6.2.2. Objetivos	87
6.2.3. Justificación.....	87
6.2.4. Descripción de la propuesta	88
6.2.5. Metodología	88
6.2.6. Público objetivo.....	88
6.2.7. Presupuesto.....	89
6.2.8. Resultados esperados de la propuesta	89
Conclusiones.....	90
Recomendaciones	92
Referencias.....	94
Anexos	106

Índice de tablas

Tabla 1 Cuadro comparativo	20
Tabla 2 Operacionalización de variables	42
Tabla 3 Ficha de registro del recurso turístico	50
Tabla 4 Ficha de jerarquización del recurso turístico	52
Tabla 5 Tabla de equivalencias	53
Tabla 6 Confiabilidad de Alfa de Cronbach	60
Tabla 7 Condición física	61
Tabla 8 Estado mental.....	62
Tabla 9 Estado espiritual.....	63
Tabla 10 Elementos tangibles	65
Tabla 11 Fiabilidad	66
Tabla 12 Capacidad de respuesta	68
Tabla 13 Seguridad	69
Tabla 14 Empatía	70
Tabla 15 Prueba de normalidad	72
Tabla 16 Relación entre Turismo Wellness y Satisfacción.....	73
Tabla 17 Relación entre Condición física y Satisfacción	75
Tabla 18 Relación entre Estado mental y Satisfacción	76
Tabla 19 Relación entre Estado espiritual y Satisfacción	78
Tabla 20 Presupuesto de la propuesta	85
Tabla 21 Presupuesto de la propuesta	89

Índice de figuras

Figura 1	Aguas termales de Lares.....	46
Figura 2	Hospedaje y restaurante.....	47
Figura 3	Transporte público.....	48
Figura 4	Vestuario para mujeres.....	48
Figura 5	Sendero de piedra.....	49
Figura 6	Área para realizar fogata.....	49
Figura 7	Zona de camping.....	50
Figura 8	Condición física.....	61
Figura 9	Estado mental.....	62
Figura 10	Estado espiritual.....	64
Figura 11	Elementos tangibles.....	65
Figura 12	Fiabilidad.....	66
Figura 13	Capacidad de respuesta.....	68
Figura 14	Seguridad.....	69
Figura 15	Empatía.....	71
Figura 16	Salón de masajes en las aguas termales de Lares.....	86

Introducción

Este estudio de investigación busca entender la relación entre el turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco -2023. Las variables estudiadas son esenciales debido a que el turismo está en constante evolución a nivel mundial, hoy en día los turistas buscan experiencias personalizadas que mejoren su estilo de vida, su salud emocional y física, para lo cual necesitan conectarse con el entorno natural y así mismo compartir las vivencias ancestrales de los pueblos, a través de tratamientos espirituales, caminatas, meditación, yoga, masajes, tratamientos de spa, termalismo, entre otros.

El Turismo Wellness o Turismo de Bienestar, es una tendencia que ha generado mayor demanda en los últimos años, debido a que se implementaron diversas actividades relacionadas al bienestar que favorecen tanto a los visitantes y pobladores.

En el Perú el segmento de Turismo Wellness incluye lo que son las caminatas, los masajes, uso de aguas termales y otras actividades que les permite escapar de la rutina estresante de la ciudad.

El contenido de esta investigación está definido en los seis capítulos:

En el primer capítulo, se abordó el problema de investigación, donde se profundiza la problemática en las aguas termales de Lares, así mismo se formulan los problemas de investigación, justificación y objetivos.

En el segundo capítulo, se detalló el marco teórico y conceptual, donde se consignan los antecedentes de estudio tanto a nivel internacional, nacional y local, los cuales sustentan la investigación.

En el tercer capítulo, se plantearon las respectivas hipótesis, definiendo claramente las variables, dimensiones e indicadores.

En el cuarto capítulo, se enfocó el marco metodológico empleado como el tipo, nivel, enfoque y diseño del trabajo de investigación, como también se precisa la población y muestra; los procedimientos para la recolección y análisis de datos.

En el quinto capítulo, se presentaron los resultados obtenidos, seguidos de la discusión de resultados.

Finalmente, en el sexto capítulo, se presentó la propuesta, seguido de las conclusiones y recomendaciones pertinentes para el mejoramiento continuo del turismo Wellness en las aguas termales de Lares.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1. Situación problemática

Los progresos del turismo como elemento esencial de la economía y su capacidad como instrumento de desarrollo son indiscutibles. La información a disposición señala que este sector alberga más del 10% del Producto Interno Bruto (PIB) global y es el encargado de uno de cada diez puestos de trabajo en el ámbito mundial. A pesar de que estas cifras se mantienen consistentes en todos los países de América, la región del Caribe esta continuando como la más vinculada al turismo, como su principal generador de empleo e inversión extranjera directa (IED). Además, en la mayoría de estos países, el turismo es el sector que más aporta al PIB. No solo contribuye al crecimiento económico, sino que también tiene un impacto positivo en la calidad de vida de las personas al fomentar la preservación del medio ambiente, promover la diversidad cultural y respaldar la paz en el mundo (Moreno et al., 2019).

El turismo Wellness, una tendencia en constante evolución, ha venido ganando popularidad en los últimos años, llegando a ser un componente esencial del turismo global. La búsqueda de bienestar, relajación y rejuvenecimiento se ha convertido en una prioridad para muchos viajeros que buscan escapar de las tensiones de la vida cotidiana.

Como señala el Global Wellness Institute, el sector del turismo de bienestar experimenta un crecimiento anual del 7%. Adicionalmente, los turistas que eligen estas experiencias están dispuestos a invertir hasta un 60% más en comparativa con diversos grupos de visitantes. Este incremento, refleja un interés creciente en experiencias que promuevan la salud y el bienestar, como prioridad el turismo Wellness se está consolidando como un segmento resiliente dentro del mercado turístico. Los turistas que buscan bienestar están dispuestos a realizar un gasto

considerablemente mayor, lo que subraya la importancia de ofrecer servicios y experiencias de alta calidad en este segmento de turismo (Tourism Management School, 2021).

En el continente Europeo, España es el país con mayor oferta del turismo Wellness, después de Alemania, así mismo es el quinto país que oferta más el turismo de bienestar a nivel mundial, debido a la gran cantidad de balnearios que se encuentran distribuidos a nivel de todo España y estos a su vez son reconocidos internacionalmente por su gran variedad de propiedades que favorecen al bienestar ya que ayudan con la reducción de peso, cuidado del cuerpo, la relajación, la preparación física y mental, por ende es uno de los principales motivos por los cuales los turistas prefieren visitar España (Diario online del agente de viajes, 2024).

Un informe del Ostelea Institute de Barcelona indica que los países que más utilizan el concepto de bienestar han experimentado una expansión económica de más del 10% en el mercado del bienestar. Los Estados Unidos generan el 36 % de las ganancias en el sector del turismo Wellness, por lo que requiere un trabajo serio y articulado con gestores capaces de liderar proyectos empresariales que tengan como principal objetivo el Wellness y que estos a su vez sean innovadores y de gran envergadura en el sector turístico y hotelero (Castillo, 2022).

En América Latina, México es el país que tiene mayor auge en turismo Wellness debido a la gran variedad de actividades de bienestar que ofrece; de acuerdo a un informe de la Secretaría de Turismo (Sectur) señala que los turistas estadounidenses componen la mayor parte del mercado del turismo de bienestar que elige como destino de visita México, y adicionó que 3% de los turistas estadounidenses se interesan por terapias de relajación, saunas y masajes, 69.5% prefieren por sus aguas termales y balnearios, 23.5% buscan actividades fitness, 18.4% se interesan por tratamientos de belleza y antienvjecimiento, y por último el 18.3% prefieren la cocina saludable y dietética (Secretaría de Turismo, 2023).

En Perú, la popularidad del turismo basado en bienestar está creciendo progresivamente. Las experiencias en aguas termales para relajarse y revitalizarse son una respuesta de las empresas que se dedican al servicio turístico que tienen como segmento a esta tendencia. De acuerdo con el informe del Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico (Ingemmet), existen alrededor de 500 fuentes termales en Perú, lo que ofrece una ubicación ideal para que los visitantes se concentren en su bienestar físico y mental. El turismo de bienestar va más allá de relajarse en aguas termales. Incluye servicios como caminatas y masajes que promueven un estilo de vida saludable. Debido a que los visitantes con frecuencia buscan conocer los rituales y prácticas espirituales únicas de diferentes lugares, el turismo místico también tiende a integrarse con este segmento de turismo (Ferré, 2023).

Cusco representa el destino turístico más destacado en nuestro país, es relevante resaltar la satisfacción de los visitantes que eligen esta ciudad como su destino. Según datos proporcionados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), en una escala de 100 puntos, los turistas que llegan a Cusco expresan un nivel de satisfacción promedio de 87.3, con 82.9 puntos para los turistas nacionales y 88.8 puntos para los turistas extranjeros. Esta satisfacción se deriva de la destacada atracción de la ciudadela de Machu Picchu, la amabilidad local y la riqueza culinaria, a pesar de enfrentar desafíos significativos relacionados con el tráfico urbano, la falta de orden y problemas de limpieza (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019).

Si bien el turismo Wellness promete una experiencia enriquecedora y revitalizante, la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares se ha convertido en un tema de preocupación creciente. A medida que este destino se ha vuelto más popular, surgen una serie de desafíos y problemas que afectan directamente la experiencia del turista y, por ende, la percepción que tienen de su viaje. Entre los que destacan son problemas como la sobrecarga turística en especial los fines

de semana y feriados, así mismo la carencia de medidas de higiene en áreas comunes. Los visitantes a menudo se enfrentan a la falta de disponibilidad en los hostales, restaurantes y aglomeraciones en las piscinas termales, lo que afecta negativamente su satisfacción.

Otro desafío importante está relacionado con la conservación del entorno natural. El aprovechamiento inadecuado de los recursos que nos ofrece la naturaleza y la ausencia de prácticas sostenibles pueden tener un impacto perjudicial en el entorno natural de Lares, lo que a su vez influye en la satisfacción del turista que busca un ambiente limpio y saludable. Además, la excelencia en los servicios que se presta y el adecuado entrenamiento del equipo que labora también son áreas de preocupación debido a que es administrado por la municipalidad distrital de Lares, el cual contrata personal para las distintas áreas de forma temporal, motivo por el cual los colaboradores no brindan un adecuado servicio, seguida por la ausencia de capacitación; esto conlleva a una experiencia insatisfactoria de los visitantes.

La carencia de estrategias para incrementar la satisfacción de los turistas en las aguas termales de Lares podría dar lugar a una disminución en la demanda turística, un impacto ambiental negativo, conflictos locales y un efecto perjudicial en la economía regional, lo que en última instancia puede deteriorar el atractivo y la viabilidad a largo plazo de Lares como destino turístico.

Para mejorar la satisfacción de los turistas que visitan las aguas termales de Lares es esencial abordar los límites de ingreso a las pozas, con apoyo de un personal capacitado el cual instruya a cada visitante o turista, promover la sostenibilidad ambiental con prácticas de conservación, elevar los estándares de calidad en servicios y formación del personal, involucrar a la comunidad local en la gestión turística y desarrollar campañas de concienciación para fomentar un turismo responsable y respetuoso con el entorno.

Para desarrollar el problema de investigación se plantearon las siguientes preguntas.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- PG. ¿Cuál es la relación entre el turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- PE1. ¿Qué relación existe entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023?
- PE2. ¿Cuál es la relación entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023?
- PE3. ¿De qué manera se relaciona el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación teórica

La investigación permitirá aportar información al conocimiento ya existente para lo cual es de suma importancia comprender y abordar los desafíos del turismo Wellness en el contexto de las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023. La tendencia del turismo Wellness ha cobrado relevancia global, y el caso de Lares proporciona un estudio de caso relevante para analizar cómo la débil consideración hacia la satisfacción del turista puede tener impactos negativos en la actividad turística.

1.3.2. Justificación práctica

La presente investigación proporcionará información, orientación y soluciones aplicables a las autoridades locales, operadores turísticos y comunidades de Lares. Al abordar los diferentes problemas que repercuten en la satisfacción de los turistas, esta investigación ayudará a mejorar la

gestión del destino, promover experiencias únicas y beneficiar a la economía local, garantizando la viabilidad de los destinos Wellness.

1.3.3. Justificación metodológica

Mediante este trabajo investigación se considerará conveniente emplear enfoques científicos y metodologías rigurosas para analizar los desafíos del turismo Wellness en Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023. La recopilación de datos ayudará a tener una comprensión óptima de los problemas y factores involucrados. Por lo tanto, los conocimientos obtenidos permitirán desarrollar estrategias de mejora que podrán ser aplicados en otros destinos turísticos similares.

1.4. Delimitación y limitación de la investigación

1.4.1. Delimitación temporal

El trabajo de investigación se realizó durante el año 2023.

1.4.2. Delimitación espacial

La investigación tuvo como delimitación espacial el sector “Q`oñi unu” donde se sitúan las aguas termales pertenecientes al distrito de Lares, provincia de Calca, región Cusco.

1.4.3. Limitación de la investigación

El tiempo reducido que disponían los turistas en especial extranjeros para responder las encuestas, debido a que ellos tenían que cumplir el horario establecido por las agencias de viaje, así mismo la limitación económica que implicó costos adicionales que fueron desde la adquisición de equipos, los gastos de viaje, alojamiento y alimentación durante la investigación en campo.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

- OG. Determinar la relación entre el turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023

1.5.2. Objetivos específicos

- OE1. Evaluar el grado de relación entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023
- OE2. Determinar el grado de relación entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023
- OE3. Establecer el grado de relación entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023

Capítulo II

Marco teórico conceptual

2.1. Antecedentes de estudio

2.1.1. *Antecedentes internacionales*

Moreno (2021) en su estudio denominado “Tourist’s perceptions, behaviours and preferences in health and wellness tourism”, cuyo objetivo principal de esta tesis fue investigar la imagen de los destinos asociadas a la salud, con la intención de conocer el perfil y las preferencias de los visitantes que optan por el turismo termal. El estudio se estructuró en tres capítulos: el primero evaluó el impacto de los rasgos de salud y bienestar en la percepción del destino; el segundo se centró en las convicciones de salud y la autoeficacia percibida como aspectos que influye en la adherencia a conductas saludables entre el lugar de origen y el destino, particularmente en situaciones como los centros termales; y el tercer capítulo examinó variables que influyen en la elección de productos turísticos de salud y en las preferencias personales respecto a la distancia interpersonal, crucial para la gestión de servicios turísticos y la salud pública. La metodología de estudio incluyó métodos cuantitativos como diseños de ecuaciones estructuradas, múltiples regresiones logísticas y experimentos de elección discreta, además de un enfoque combinado que incorporó análisis cualitativo mediante grupos focales, proporcionando una comprensión integral de las interacciones entre atributos del destino, factores personales de salud, comportamientos y preferencias turísticas.

Guanoluisa (2019) en su tesis titulada “Turismo de termalismo y bienestar como motivación turística, caso de estudio: Baños de Agua Santa” cuyo objetivo fue estudiar el turismo de termalismo y bienestar como motivación turística, caso de estudio: Baños de Agua Santa., el estudio también permitió revelar el nivel de conformidad que tienen los turistas y las deficiencias

que tienen las instalaciones al momento de ofrecer un turismo de bienestar. El tipo de investigación fue exploratoria, descriptiva. El total de la población fue de 40.000 turistas, por lo cual se determinó una muestra de 96 turistas con el nivel de confianza al 90%. Los resultados señalaron que el 77.1 % de los turistas se encuentran de acuerdo con los servicios complementarios tales como: piscinas, sauna, hidromasaje y masajes, un 15,6% se encontraron indecisos y un 7.3% en desacuerdo debido que a la mayoría de los servicios complementarios se encuentran carentes de mantenimiento y remodelación de sus instalaciones. En relación al turismo Wellness que se desarrolla en las aguas termales, los servicios complementarios son imprescindibles para los turistas debido a que les permite experimentar nuevas actividades que contribuyan a su bienestar físico, mental y espiritual.

Moreno (2019) realizó la investigación titulada “Turismo de bienestar como aporte al desarrollo turístico de la parroquia Químiag, cantón Riobamba” planteo como objetivo general establecer la influencia del turismo de bienestar en el desarrollo turístico de la parroquia Quimiag cantón Riobamba. Por lo cual tuvo como metodología la aplicación de un nivel descriptivo correlacional, de tipo aplicada documental y de campo, con un diseño no experimental. La población de estudio estuvo conformada por turistas nacionales e internacionales y la muestra fue de 384 turistas. Los resultados del estudio identificaron la influencia significativa del turismo de bienestar en el crecimiento turístico de la parroquia de Quimiag, cantón Riobamba. Los resultados sugirieron desarrollar un plan de marketing turístico que aproveche el potencial del turismo de bienestar para impulsar el crecimiento turístico en Quimiag. Esto conlleva elevar la excelencia de los servicios y la diferenciación de los establecimientos locales, en línea con las expectativas de los visitantes.

García y Segre (2019) realizaron el estudio titulado “Estrategias para potencializar el turismo de bienestar en las termas los Chorros en el Municipio de Agua de Dios Cundinamarca” y plantearon como meta establecer estrategias para potencializar el Turismo de Bienestar en las aguas termales de Agua de Dios, Cundinamarca. La metodología se basó en un enfoque mixto, la población estuvo conformada por turistas que visitan las Termas Los Chorros de Cundinamarca. Los resultados señalaron que el nivel de satisfacción de los turistas que acudieron a la fuente termal fue bueno con un 67 % debido a que los turistas mencionaron que al hacer uso de estas aguas termales sienten comodidad y alivio, el 27 % califica como regular esto se debió a la inadecuada administración del sitio, el 3 % de los visitantes califica como excelente y malo por los motivos de la falta de reestructuración del sitio. En conclusión, destacaron el potencial del Turismo de Bienestar en Agua de Dios como una oportunidad para el desarrollo local y la conservación de recursos naturales, debido a que esta agua termal tiene importantes beneficios para el ser humano.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Bautista y Sanchez (2023) realizaron el estudio titulado “Motivación y satisfacción de los visitantes en los baños termales de Monterrey y Chancos, Huaraz, Ancash, 2023”, en el cual plantearon como objetivo general determinar la relación entre la motivación y satisfacción de los turistas que visitan los baños termales de Monterrey y Chancos – Huaraz. La metodología de investigación fue básica correlacional, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal. Para dicho estudio consideraron una muestra de 384 turistas que llegaron a los baños termales de Monterrey y Chancos, por lo que analizaron con la técnica de la encuesta con su respectivo cuestionario en escala Likert conformada por 29 ítems. Como primer resultado que mencionaron fue en concordancia con la seguridad que brinda el personal dentro del establecimiento, los resultados muestran que el 88% de los visitantes estuvieron satisfechos con la

seguridad que les brindo el personal; aun así, el 12% se encontraron insatisfechos con el comportamiento del personal. En el segundo resultado mostraron sobre la seguridad de la infraestructura en el cual encontraron que el 95% de los visitantes estaban satisfechos con la seguridad en la infraestructura del establecimiento tomando en cuenta las señales de prevención, evacuación y otros puntos que le permitan al turista visualizar y tomar precauciones en caso de incidentes, solo el 5% de los visitantes se manifestaron como insatisfechos con la seguridad de la infraestructura. En conclusión, la satisfacción de los turistas que visitan un centro termal se debió a la buena actitud del personal esto implica que generen confianza y empatía a la hora de dar solución a las distintas necesidades de los visitantes, como también la infraestructura debe estar adecuada para todo tipo de situaciones.

Palomino (2021) en su estudio titulado “Turismo de bienestar: factores de motivación, satisfacción y customer engagement”, el objetivo de esta investigación fue explorar la relación entre la motivación de los turistas por elegir servicios de turismo de bienestar, su satisfacción al hacerlo y su compromiso con la experiencia del cliente. El estudio fue de nivel correlacional por lo cual se aplicó un cuestionario a 308 visitantes interesados en el bienestar durante sus viajes. Para el análisis de datos emplearon el coeficiente de correlación de Pearson, revelando que la motivación está positivamente relacionada con la satisfacción, la cual a su vez influyó en el Customer Engagement. Los resultados destacaron que la generación de sentimientos positivos fue crucial para la satisfacción, mientras que el compromiso del cliente en turismo de bienestar se refleja principalmente en recomendaciones positivas y una percepción favorable del costo-beneficio. Este estudio proporciona información relevante para los profesionales del sector, facilitando el desarrollo de estrategias efectivas de marketing y promoción del turismo de bienestar.

Ascensión y Mendoza (2021) realizaron la investigación titulada “Turismo Wellness aplicado a la hotelería” en el cual plantearon como objetivo general es analizar el turismo Wellness aplicado a la hotelería. La metodología fue de enfoque integrador en el cual utilizaron diversas fuentes bibliográficas del tema que les sirvió como referencia, en cuanto a la población estuvo conformada por la industria hotelera de Asia. Los resultados del estudio revelaron que el turismo Wellness en hoteles especialmente en Asia, es una industria en fuerte crecimiento a nivel mundial. Esta tendencia se enfoca en el bienestar del cuerpo y la mente de los huéspedes, ofreciendo experiencias basadas en tratamientos en aguas termales, spas, uso de prácticas ancestrales y recursos naturales como las plantas nativas. En conclusión, el turismo Wellness en hoteles es una tendencia en crecimiento a nivel global, centrada en el bienestar integral de los huéspedes por ende recomendaron que en el Perú se implemente actividades Wellness que se relacionen con el uso de plantas, sesiones de spa, chamanismo y comida saludable.

Goldez (2020) en su investigación titulada “Yo vine a curarme”: El turismo de bienestar en Tarapoto (San Martín, Perú) y las experiencias de los turistas extranjeros que llegan a esa ciudad.” Planteó como objetivo general realizar un mapeo de los lugares donde se ofrecen servicios y productos de bienestar en la ciudad de Tarapoto. La metodología fue cualitativa y de corte etnográfico, se obtuvo los datos a través de un cuaderno de campo, guía de entrevista y observación directa. La población y muestra estuvo conformada por los turistas nacionales y extranjeros que viajaban con fines de sanación y bienestar integral. Los resultados demostraron que la actividad del turismo de bienestar en Tarapoto ha presenciado un notable auge a lo largo de estos años, los viajeros internacionales buscan mejoras físicas, mentales y espirituales mediante actividades de ayahuasca, consumo de plantas exóticas, alimentación vegana, yoga y meditación. En conclusión, Tarapoto posee un gran potencial para el turismo de bienestar, pero enfrenta desafíos, como la falta

de un sector formalizado y la ausencia de agencias de viajes especializadas. A pesar de esto, existe una demanda creciente de servicios de bienestar, particularmente entre los turistas extranjeros. Tarapoto tiene la oportunidad de desarrollar trabajos relacionados con el turismo de bienestar y aprovechar su potencial de crecimiento en este sector.

2.1.3. Antecedentes locales

Castro y Yapu (2023) en su trabajo de investigación titulada “Gestión de las aguas termales en el centro experimental La Raya de la Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco – Distrito de Marangani - Provincia de Canchis y la satisfacción del turista – 2019” propusieron como objetivo general determinar en qué medida la gestión de las aguas termales en el centro experimental la Raya UNSAAC influye en la satisfacción del turista. Donde la metodología empleada fue descriptiva con enfoque mixto, diseño no experimental y transversal. La población fue de 12,000 turistas que visitaron las aguas termales en el periodo 2018 por lo cual consideraron una muestra de 100 turistas. Los resultados mostraron en la dimensión de elementos tangibles en el cual consideraron el orden, limpieza e iluminación de las instalaciones, por lo que el 73% de turistas se mostraron poco satisfechos con estos aspectos, así mismo el 16% se mostraron nada satisfechos, y solo el 11% estuvieron satisfechos. Con respecto a la dimensión seguridad tomando en cuenta la señalización dentro del sitio, el 68% de turistas mencionaron estar poco satisfechos, el 21% de los turistas estuvieron nada satisfechos, y el 11% de los turistas estuvieron satisfechos. Así mismo con respecto a la dimensión capacidad de respuesta consideraron la atención del personal que labora en el cual los resultados mostraron que el 48% de turistas se sintieron poco satisfechos, el 38% de turistas manifestaron estar satisfecho con la atención del personal, y el 14% estuvieron nada satisfechos. Por ultimo los resultados de la dimensión empatía consideraron la confianza e información del personal por lo tanto el 44% de los turistas estuvieron poco

satisfechos, el 38% de los turistas nacionales y extranjeros manifestaron estar satisfechos y el 18% de los encuestados se mostraron nada satisfechos. En conclusión, aspectos como la infraestructura, mantenimiento de las instalaciones y el personal que atiende influyen directamente en la satisfacción de los turistas tanto nacionales y extranjeros.

Durand (2023) en su investigación “Servicios turísticos y la satisfacción del turista en la comunidad Ausangate, anexo Pacchanta del distrito de Ocongate provincia de Quispicanchis Cusco – 2023” formuló como objetivo general determinar el nivel de relación del servicio turístico y la satisfacción del turista en la comunidad Ausangate anexo Pacchanta del Distrito de Ocongate provincia de Quispicanchis Cusco-2023. Su investigación fue correlacional cuantitativo y diseño no experimental, para la población considero a 100 visitantes y para la muestra considero el total de la población debido a que esta era reducida. Al instrumento que recurrió fue el cuestionario con escala Likert. Los resultados de la variable satisfacción en la dimensión elementos tangibles señalaron que el 40% percibió como regular, el 24% calificaron como malo, el 15% de los encuestados expresaron como bueno, el 11% de los encuestados calificaron como muy buenos, por último el 10% de los encuestados manifestaron como muy malos, dichos resultados se manifestaron debido a que la infraestructura e instalaciones son básicos los cuales requieren de mantenimiento y promoción adecuada de las actividades que se realizan en el destino. Con respecto a la dimensión capacidad de respuesta el 52% indicaron que es regular, el 25% calificaron como mala, el 13% de los encuestados calificaron como buena, finalmente, el 7% manifestaron como muy buena, solo el 3% de los encuestados manifestaron que es muy mala, los resultados que se mostraron de debió a la inadecuada implementación de medidas de seguridad en los establecimientos, así mismo la capacitación del personal que atiende. En conclusión, la satisfacción del turista que visita un destino se debe a que las instalaciones, infraestructura, la

capacitación del personal y la adecuada implementación de medidas de seguridad influyen directamente en su disfrute.

Dueñas (2022) en su investigación titulada “El Servicio de turismo de bienestar en el Hotel Belmond Palacio Nazarenas en la ciudad del Cusco 2020” propuso como objetivo general Conocer cómo es el servicio de turismo de bienestar en el spa del Hotel Belmond Palacio Nazarenas en la ciudad de Cusco 2020. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo, con una población de 600 turistas nacionales y extranjeros de los cuales la muestra fue constituida por 80 turistas nacionales y extranjeros. En su hallazgo evidencia que el 85% de turistas califica como muy bueno los servicios de turismo de bienestar; el 81.3% sostiene que son muy buenos los tratamientos holísticos-terapéuticos; similar calificación se evidencia que el 81.3% de turistas consideran como muy bueno la medicina alternativa y/o terapéutica, por último, el 65% indica que son muy buenos los tratamientos de belleza y cuidado. Se concluyó que el Hotel Belmond Palacio Nazarenas ofrece un servicio de turismo de bienestar de alta calidad, con excelentes calificaciones en lo que respecta al servicio de tratamiento holístico-terapéutico, medicina alternativa y/o tradicional, así como tratamiento de belleza y cuidado personal.

2.2. Marco legal

2.2.1. Ley general del turismo (Ley 29408)

Mincetur (2022) señala que la Ley establece el marco jurídico para la promoción y control de la industria turística, delineando los aspectos fundamentales de esta actividad y los propósitos de la política gubernamental, designando al Mincetur como la entidad líder a nivel nacional en asuntos turísticos. En cuanto al estudio, se presenta una lista de los títulos y artículos pertinentes que están relacionados con la calidad y la seguridad en el turismo.

2.2.2. Principio de la actividad turística

El Estado, en coordinación con los distintos actores de la actividad turística, debe promover e incentivar la calidad de los destinos turísticos para la satisfacción de los turistas, así como acciones y mecanismos que permitan la protección de sus derechos (Mincetur, 2022, p. 2).

2.2.3. Licencia de aguas medicinales

En el artículo 1° del Decreto Ley N° 25533 publicado en el Diario Oficial El Peruano el día 07.06.1992, se establecía que: “El otorgamiento de licencia para el uso de las fuentes de aguas minero medicinales y el control de su explotación con fines turísticos es de competencia del Ministerio de Industria, Comercio Interior, Turismo e Integración”. El Ministerio de Salud proporcionara toda la información que posea sobre los estudios, inventarios, clasificaciones y evaluaciones de dichas fuentes al Ministerio de Industria, Comercio Interior, Turismo e Integración (hoy MINCETUR) (ANA, 2021).

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Turismo Wellness

La palabra “Wellness” se refiere al estado integral de una persona, este concepto implica un enfoque consciente hacia la búsqueda y mantenimiento de una calidad de vida óptima en diversos aspectos, incluyendo la salud física, mental, emocional y social. A menudo se relaciona con la adopción de hábitos y prácticas que promueven la vitalidad, el equilibrio y la armonía en la vida cotidiana. Aunque se asemeja a conceptos como salud y felicidad, el "Wellness" destaca por su enfoque holístico, lúdico y recreativo abordando todas las dimensiones del bienestar para lograr un estado de plenitud y realización personal.

“El turismo Wellness se define como una forma de turismo que busca mejorar y equilibrar diversos aspectos fundamentales de la vida de un individuo, abarcando dimensiones físicas,

mentales, emocionales, ocupacionales, intelectuales y espirituales” (Organización Mundial del Turismo, 2019).

Rojas indica que los turistas de bienestar consideran tres factores clave: la oferta de ocio, que les permite conectarse con la cultura, naturaleza y gastronomía local; los costos de la oferta, que abarcan alojamiento, transporte y actividades complementarias; y la imagen del destino, buscando una experiencia auténtica que garantice seguridad, buena infraestructura turística y un entorno natural atractivo (2020).

Por lo tanto, el “turismo Wellness” es una alternativa del sector turismo cuyo propósito es optimizar y mantener equilibrados varios aspectos fundamentales en la vida de las personas, los cuales incluyen lo físico, la parte mental, emocional, ocupacional, lo intelectual y lo espiritual. La principal motivación de quienes participan en el turismo de bienestar es involucrarse en actividades que tienen un enfoque preventivo, proactivo y de mejora del estilo de vida. Estas actividades pueden incluir ejercicios físicos, una alimentación saludable, prácticas de relajación, cuidado personal y tratamientos terapéuticos. Se fundamenta en la noción de que los viajeros no solo se enfocan en descansar, sino también mejorar su bienestar en múltiples aspectos. Esto puede incluir la participación en retiros de bienestar, visitas a balnearios, centros de fitness o lugares que ofrecen terapias y tratamientos específicos para la salud física y mental. Esta forma de turismo se ha vuelto cada vez más popular, ya que las personas reconocen la importancia de cuidar su salud y bienestar en un entorno de viaje. Además, el turismo de bienestar a menudo se asocia con la relajación y la desconexión del estrés de la vida cotidiana, lo que contribuye a una experiencia de viaje más completa y enriquecedor (Rojas, 2020).

Según Hernandez et al., el turismo Wellness se precisa como un conjunto de experiencias derivadas de un viaje cuyo propósito principal es fomentar y preservar la salud y el bienestar en

sus dimensiones físicas, mentales, espirituales y sociales. Este tipo de turismo engloba diversas actividades diseñadas para promover el equilibrio y la armonía en la vida de los viajeros. Algunas de las prácticas y servicios asociados a este enfoque incluyen el yoga, meditación, tratamientos de belleza, actividades deportivas fitness, masajes, así como cuidados específicos para las uñas, como la pedicura y manicura, que va más allá de las típicas vacaciones de relajación, ya que se centra en la búsqueda activa y consciente de la salud y la felicidad. Los viajeros que se sumergen en esta experiencia buscan revitalizar su cuerpo y mente, encontrar la paz interior y fortalecer sus conexiones sociales y espirituales. A lo largo de su viaje, participan en una variedad de actividades destinadas a mejorar su bienestar general, lo que les permite regresar a sus vidas cotidianas con un mayor equilibrio y sensación de bienestar. Esta forma de turismo se vuelve cada vez más considerado en la sociedad moderna, debido a que los individuos valoran más la importancia de cuidarse de sí mismas y de encontrar momentos de calma en medio del ajetreado estilo de vida. El turismo de bienestar ofrece una oportunidad para escapar de las tensiones diarias y enfocarse en el autocuidado, el cual lo convierte en una tendencia relevante en la industria del turismo (2020).

El turismo Wellness se enfoca en el cuidado preventivo de la salud a través de tratamientos alternativos. Estas prácticas buscan mantener el bienestar físico y mental, para así prevenir afecciones médicas futuras. Entre los tratamientos comunes se encuentran el termalismo, que implica el uso de aguas termales y lodos terapéuticos, la talasoterapia que utiliza elementos marinos, como el agua de mar, lodos, algas, spas que proporcionan un ambiente dedicado al bienestar y relajación. También se incluyen masajes terapéuticos, acupuntura medicina indígena basada en hierbas. Estas prácticas promueven un enfoque integral para el autocuidado y prevención de enfermedades, brindando a los individuos la oportunidad de mejorar su salud en un entorno relajante y rejuvenecedor (Díaz y Regueros, 2023).

La importancia del turismo Wellness radica en que este tipo de turismo es motivado por la prevención y el mantenimiento de la salud, ofreciendo una variedad de actividades como yoga, meditación, tratamientos de belleza, fitness, nutrición saludable y terapias de curación. Los Turistas Wellness buscan no solo mejorar su salud sino también conectarse con la cultura, la historia, gastronomía y las tradiciones del destino, haciendo que su experiencia sea completa y enriquecedora (Crespo, 2021).

El turismo Wellness se refiere a una novedosa oportunidad de negocio a nivel global que ofrece un valor significativo al adentrarse en un segmento de mercado cuyo objetivo principal es atender las demandas de sus clientes para contrarrestar afecciones como el estrés, exceso de peso y depresión a través de enfoques terapéuticos y médicos no convencionales. Esto incluye la utilización de entornos naturales propicios para mejorar la estabilidad mental y espiritual, así como terapias no invasivas para recuperar la energía y tratamientos curativos basados en la medicina natural (Diaz y Regueros, 2023).

En los últimos años, el Turismo Wellness ha experimentado un notable auge a nivel global, emergiendo como una industria en constante crecimiento. Este fenómeno se atribuye al creciente interés de las personas en adoptar un estilo de vida saludable y equilibrado, lo que ha impulsado el aumento significativo de viajes centrados en experiencias de bienestar. Este segmento de turismo incluye una amplia variedad de actividades y servicios diseñados para mejorar la salud física, mental y emocional de los viajeros, lo que a su vez ha contribuido a la expansión de esta próspera industria turística (De la cruz et al., 2023).

2.3.2. Tipos de viajeros de bienestar

Como menciona Crespo (2021) existen dos tipos de turistas Wellness los primarios, motivados específicamente por actividades de bienestar, y los secundarios, que participan en

actividades Wellness durante su viaje, aunque no sea su motivación principal. Los factores más influyentes en el turismo Wellness incluyen la oferta de ocio del destino, los costos asociados al turismo de bienestar y la imagen del destino, que debe ser segura, relajante y con buena infraestructura. Las características y componentes esenciales de este turismo son la oferta de bienestar básico (como masajes y saunas), los aspectos intangibles (como la atmósfera y el servicio) y las opciones de bienestar extra (como programas detox y de meditación).

2.3.3. Turismo de salud

El turismo de salud se refiere a la categoría de turismo cuya finalidad primordial es mejorar la salud física, el estado mental y lo espiritual de los individuos, a través de iniciativas de atención médica y bienestar que fortalecen su habilidad para cubrir sus propias necesidades y actuar de manera más eficiente en su espacio y en la comunidad.

El turismo médico y de bienestar están integrados en el término turismo de salud (ONU Turismo, -).

2.3.4. Cuadro comparativo de turismo Wellness y turismo médico

Tabla 1

Cuadro comparativo

Turismo Wellness	Turismo Médico
<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del bienestar integral y equilibrio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prevención, tratamiento y recuperación de enfermedades.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la calidad de vida y el bienestar general. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento médico específico y cuidado de la salud.
<ul style="list-style-type: none"> • Personas que buscan relajación, equilibrio y revitalización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuos con necesidades de atención médica, pacientes.

-
- Resorts, centros de bienestar, destinos naturales.
 - Hospitales, clínicas de rehabilitación, centros médicos.
-

Fuente: Elaborado por la tesista

2.3.5. Categorías del Turismo Wellness

- **Turismo de bienestar holístico**

Los seguidores del turismo de bienestar holístico buscan experiencias espirituales y de bienestar a través de actividades como yoga, tai chi, meditación y terapias alternativas. Se caracteriza por un enfoque personalizado, la búsqueda de un viaje interior y la conexión con lo sagrado o espiritual. Estos viajes pueden implicar desplazamientos a lugares lejanos con culturas distintas y la participación en experiencias sensoriales exóticas. En resumen, el turismo de bienestar holístico se enfoca en el desarrollo espiritual, el autoconocimiento y el crecimiento personal a través de experiencias no convencionales y enriquecedoras (Rodrigo, 2020).

El turismo de bienestar holístico, se caracteriza por ser una modalidad de viaje que ha surgido en la era postmoderna. En este enfoque, los viajeros buscan experiencias que van más allá de lo convencional. Viajan con el propósito de experimentar sensaciones únicas, conectar con la naturaleza, explorar diversas culturas y tradiciones. Estas manifestaciones culturales se convierten en un atractivo para los turistas, quienes cada vez valoran más la combinación de la naturaleza con técnicas ancestrales de salud y bienestar. El turismo de bienestar holístico se basa en la idea de que, a través de los viajes, las personas pueden lograr una conexión profunda entre la naturaleza, cultura y su propio ser interior, lo que les permite escapar, al menos temporalmente, de las tensiones y responsabilidades cotidianas que suelen causar estrés. Además, la importancia de las terapias de bienestar en este enfoque, que buscan mejorar tanto la salud emocional como física de los individuos. Estas terapias son consideradas parte del patrimonio inmaterial de las sociedades y

a menudo se transmiten de generación en generación, representando la autenticidad sociocultural de las comunidades (Rojas, 2020).

- **Turismo de bienestar lúdico – recreativo**

El turismo lúdico - recreativo es una categoría del turismo que abarca una amplia gama de actividades físicas y deportivas relacionadas con la naturaleza y el ocio. Estas actividades no se adhieren a reglas deportivas tradicionales, sino que se caracterizan por ser autónomas las cuales a menudo son individualizadas como las actividades realizadas en aguas termales, spa, jacuzzi, salones de masajes y talasoterapia en el cual se hace uso agua de mar. El énfasis recae en la experiencia lúdica – recreativa al aire libre, donde los turistas no son meros espectadores, sino que se convierten en participantes activos de su experiencia de viaje. Esta modalidad de turismo se ha desarrollado como resultado de una serie de factores, como la creciente disponibilidad de tiempo libre, el mayor poder adquisitivo, la atracción por la aventura deportiva y la conexión con la naturaleza. Además, contribuye a la diversificación de la oferta turística en destinos, enriqueciendo la relación entre los turistas, el entorno cultural y natural. En resumen, el turismo recreativo se caracteriza por proporcionar experiencias deportivas al aire libre, no competitivas y motivadas por el disfrute, lo que transforma la concepción tradicional de los destinos turísticos (Rivera, 2018).

El turismo creativo, en un enfoque turístico derivado del contexto posmoderno. Se caracterizan por experimentar momentos fantásticos y espectaculares, priorizando la distinción social sobre la autenticidad cultural local. Esta nueva forma de turismo se adapta a diferentes segmentos de viajeros por lo cual se enfoca en proporcionar experiencias únicas y personales. En este contexto, el turismo creativo se presenta como un producto turístico que ofrece autenticidad cultural que permite a los turistas participar, probar y crear actividades personalizadas, que les

ofrezcan experiencias distintivas pero atractivas para un viajero que valora la singularidad de un determinado destino turístico (Alberca, 2019).

2.3.6. Satisfacción del turista

La “satisfacción del turista” hace referencia al grado de contento, complacencia o gratificación que experimenta un viajero o turista después de apreciar un servicio turístico. En otras palabras, es el índice de cumplimiento de las expectativas y requerimientos del turista durante su estancia o viaje. La satisfacción del turista es un indicador crucial para evaluar la calidad de los servicios turísticos, la hospitalidad, infraestructura y otros aspectos relacionados con la industria del turismo (Paladines et al., 2020).

Así mismo, Huamán y Ochoa (2023) sostienen que la satisfacción del turista depende de la excelente asistencia del personal, lo que refleja una productividad positiva dentro del atractivo turístico la mayoría de los turistas, nacionales o extranjeros consideran que una atención eficaz, confiable, individualizada y de excelencia hará posible que la percepción sea óptima y que esto a su vez influye en la imagen del destino.

Sin embargo, Paladines et al. (2020) argumenta que la satisfacción del turista se apoya en el modelo de calidad del servicio SERVQUAL, en el cual constituye cinco dimensiones las cuales son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Estas dimensiones dependen directa o indirectamente del capital humano que presta el servicio; a excepción de los elementos tangibles. Por lo tanto, es evidente que el factor humano es fundamental y esencial dentro del lugar de trabajo lo cual conlleva a la buena atención y predisposición.

2.3.7. Importancia de la satisfacción del turista

La “satisfacción del turista” hoy en día es imprescindible porque de ella depende su fidelización así mismo las recomendaciones positivas que ellos pueden dar a futuros visitantes. Entonces un turista satisfecho será nuestra mejor carta de presentación para otros turistas que deseen los mismos servicios o productos en un determinado destino. Por otro lado, un turista insatisfecho retornara frustrado a su ciudad de origen y la experiencia que tuvo lo comentará a muchas personas a través de sus redes sociales o también de manera personal, lo cual afectara a la imagen del destino, por tal motivo muchos de los turistas inclusive pueden optar por visitar otros destinos para hacer uso de los servicios o productos turísticos (Bernaola Timoteo, 2017).

2.3.8. Niveles de satisfacción del turista

Los turistas experimentan tres niveles de satisfacción después de disfrutar de los servicios o productos en un determinado destino turístico.

- **Insatisfacción**

Se genera cuando el visitante o turista percibe algo diferente a lo ofrecido lo cual no cumple con sus expectativas por ende repercute de manera negativa en la imagen de un destino.

- **Satisfacción**

Surge cuando la percepción de un turista o visitante respecto a un servicio se alinea con sus expectativas lo cual contribuye a la buena imagen del destino.

- **Complacencia**

Surge cuando la percepción del turista supera ampliamente sus expectativas frente a un producto o servicio, por lo cual el turista sentirá una atracción emocional hacia el destino.

2.3.9. Pasos a seguir para lograr la satisfacción del turista

Como lo menciona Pérez (2017) “existen una serie de métodos para poder lograr satisfacer plenamente las necesidades de los turistas durante su visita a un destino turístico”.

- **Fomenta una relación apropiada con el turista**

Al momento de interactuar con un turista uno debe transmitir seguridad y confianza, para captar su interés, por medio de ello se puede conocer lo que realmente necesitan y así poder resolver sus dudas de manera eficiente.

- **Actúa de manera dinámica y eficiente**

Al recibir una queja o solicitud se debe actuar a la brevedad para dar una solución pertinente y no permitir que los turistas se incomoden porque no se les atiende a tiempo.

- **Ser amable y respetuoso**

Ser tolerante, empático y respetuoso para así poder atender las necesidades de los turistas de manera adecuada y que ellos se sientan valorados al momento hacer uso de un servicio o producto turístico.

- **Crear una política de servicio**

Los reglamentos de servicio tienen que ser informadas y aplicadas por todo el personal que presta el servicio turístico, lo cual permitirá que ante una situación fortuita sabrán como actuar y que protocolos seguir para dar una solución rápida, lo cual evita que los turistas se sientan desprotegidos e inseguros.

- **Ser detallista**

Los pequeños detalles hacen la diferencia y crean una percepción diferente del destino, en la actividad turística no se trata de solo vender y ver números, sino que se trata de crear

experiencias positivas y únicas que contribuyan en su bienestar, a través de la personalización del servicio o producto para que los turistas se sientan queridos y valorados.

- **Anticiparse a las necesidades del turista**

Para anticiparse a las necesidades de un turista lo primero que se debe tomar en cuenta son las sugerencias y reclamos o quejas de los turistas que ya hicieron uso del servicio o producto ya que a través de ello no seguimos cometiendo el mismo error. Así mismo algunas empresas crean encuestas de satisfacción que son aplicadas al finalizar el servicio en el cual se obtiene información necesaria para saber qué aspectos se debe mejorar.

2.4. Marco conceptual

Agüista

“Es la persona que asiste a un establecimiento de aguas minero medicinales con fines curativos” (Real Academia Española, 2014).

Ambientación

La ambientación se refiere a la creación de un entorno específico, generalmente en instalaciones turísticas, con el propósito de brindar una experiencia única a los visitantes. Puede abarcar tanto aspectos naturales como materiales, lo cual busca proporcionar un ambiente agradable y auténtico que integre los recursos locales, tradiciones culturales y naturaleza circundante para ofrecer a los huéspedes un ambiente distintivo (Azze y Ochoa, 2017).

Calidad

La noción de calidad puede variar en su interpretación según el enfoque que se adopte. De manera amplia, se refiere a una forma de trabajar eficientemente, en algunos casos, se considera incluso un modo de vida dentro del ámbito empresarial. Esta perspectiva busca guiar a la organización hacia la excelencia (Díaz y Salazar, 2021).

Calidad del agua Termal

La calidad del agua termal es la evaluación de diversos parámetros físicos, químicos y microbiológicos en las aguas termales con el propósito de determinar la seguridad para su uso en actividades terapéuticas o recreativas. Esto implica controlar la temperatura, pH, concentración de sustancias químicas y la presencia de microorganismos. La calidad del agua termal se evalúa para garantizar que sean seguras y beneficiosas para la salud de las personas que las utilizan (Andueza et al., 2020).

Calidad de las instalaciones

La calidad de las instalaciones se refiere a la medida en que los servicios y recursos turísticos, como hoteles, restaurantes, centros artesanales y otros establecimientos, cumplen con los estándares y requisitos necesarios para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas. Esto incluye aspectos como la seguridad, higiene, infraestructura, así como la ética, transparencia y respeto por el entorno natural y cultural (Zamora, 2019).

Comodidad

Se refiere a una sensación de bienestar, alivio y satisfacción experimentada por las personas. Esta sensación abarca varios aspectos, como la tranquilidad física, emocional, social y ambiental, donde se busca satisfacer las necesidades y expectativas. La comodidad implica brindar momentos de paz y tranquilidad que lleven al bienestar general (Gonzales et al., 2020).

Conexión con la naturaleza

"Establecer un vínculo con el entorno natural se refiere a la gama de emociones y posturas que los individuos adoptan hacia la naturaleza. Esto implica apreciarla, maravillarse por su grandeza y velar por su preservación" (Gipuzkoa, 2021).

Interacción

La interacción social, que abarca las diversas influencias mutuas que se manifiestan cuando dos o más individuos comparten un espacio físico cercano, constituye un aspecto crucial en la dinámica humana. Este fenómeno implica la interconexión de comportamientos, emociones y percepciones, influidos por factores contextuales y culturales, dando forma a las experiencias sociales y a la construcción de relaciones interpersonales significativas (Gonnet, 2020).

Meditación

La meditación es una técnica que nos ayuda a ser conscientes de percibir lo que está aconteciendo en nuestro cuerpo y a su vez en nuestra mente, aceptando de manera integral todas las vivencias que se van efectuando día a día. Su objetivo es desarrollar una actitud diferente hacia los pensamientos y sentimientos que surgen en la mente, busca promover una mirada de la realidad libre de prejuicios y estereotipos, desarrollando una capacidad de análisis integral de las experiencias cotidianas (Fernandez et al., 2019).

Medidas de prevención de accidentes

Las medidas de prevención de accidentes son estrategias y acciones implementadas para reducir y evitar situaciones que puedan causar accidentes o lesiones en el entorno. Estas medidas incluyen la identificación y mitigación de riesgos, la regulación de las jornadas laborales, la implementación de la seguridad y salud en el trabajo y el desarrollo de políticas efectivas para la prevención (Ramon et al., 2023).

Orientación y asesoramiento

La Orientación y asesoramiento se refiere a un conjunto de prácticas y roles desempeñados por profesionales en cualquier ámbito, centrados en guiar y apoyar a quienes lo necesiten. Estas funciones abarcan desde proporcionar asesoramiento en estrategias pedagógicas y prácticas

inclusivas hasta ayudar en la gestión de la diversidad, mediante el cual se busca enriquecer los conocimientos (Zheng et al., 2023).

Personalización de experiencias

La personalización de experiencias se refiere a la adaptación de contenidos y servicios según las preferencias individuales de los usuarios o clientes, ofreciendo una experiencia única y adaptada a cada usuario. En esencia, la personalización de experiencias implica proporcionar a cada usuario una experiencia que se ajuste a sus gustos, maximizando su satisfacción y compromiso (Mejia, 2018).

Relajación

La relajación es una técnica que se utiliza en la actualidad para reducir y aliviar el estrés y la ansiedad, el cual consiste en inspirar y contraer un grupo muscular durante un momento, así mismo se practica mediante la exhalación para alcanzar una completa experiencia de relajación (Tamayo, 2019).

Termalismo

El termalismo se refiere al uso terapéutico de aguas mineromedicinales con propiedades curativas debido a su temperatura o composición química específica. Estas aguas se utilizan en tratamientos estacionales que involucran desplazamientos. El termalismo favorece la salud a través de la aplicación de técnicas y tratamientos relacionados con estas aguas, promoviendo la recuperación, la relajación y el bienestar (Rodríguez, 2017).

Tiempo de espera

El tiempo de espera se refiere al período en el que las personas aguardan para recibir atención en algún servicio antes de ser atendidos. Durante este tiempo, estas personas pueden experimentar demoras en la obtención de respuesta y la duración de este tiempo puede variar

significativamente, los estudios han demostrado que, esto puede tener un impacto significativo en la calidad de atención y la satisfacción de los clientes (Taype et al., 2019).

Tradiciones indígenas

Las tradiciones indígenas, representan las costumbres, celebraciones, rituales, mitos, signos y símbolos que han sido cultivados por comunidades, pueblos y tribus indígenas a lo largo de la historia. Estas tradiciones no solo son manifestaciones culturales, sino también un legado de conocimiento y sabiduría que ha permitido el legado social, el intercambio de experiencias y valores entre diferentes grupos étnicos (Yepez, 2015).

Capítulo III

Hipótesis y variables

3.1. Hipótesis

3.1.1. *Hipótesis general*

- HG. Existe una relación significativa entre el Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

3.1.2. *Hipótesis específicas*

- HE1. Existe una relación significativa entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.
- HE2. Existe una relación significativa entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.
- HE3. Existe una relación positiva entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

3.2. Variables

3.2.1. *Variable I*

Turismo Wellness

3.2.2. *Variable II*

Satisfacción del turista

3.3. Identificación de variables y Dimensiones

3.3.1. *Variable Turismo Wellness*

En cuanto a las dimensiones de la variable turismo Wellness indicadas por Diaz y Regueros (2023), el turismo Wellness se centra en el cuidado integral del individuo mediante tratamientos alternativos que promueven la condición física, mental y espiritual.

A. Dimensión condición física

En el ámbito del turismo de bienestar, la condición física es una de las dimensiones más desarrolladas en los servicios y atracciones turísticas, ya que muchas actividades requieren ejercicio físico, como yoga, senderismo y pilates, lo que activa los músculos y libera endorfinas en los turistas. Estos beneficios no solo se manifiestan de manera inmediata, ofreciendo una mayor energía y alivio del estrés, sino que también pueden tener un impacto duradero en la calidad de vida, un mejor estado físico general y una sensación prolongada de bienestar. Esta mejora tangible en la salud no solo enriquece la experiencia turística, sino que también fomenta la lealtad y la probabilidad de que los turistas regresen al destino, consolidando así la condición física como un elemento central en el turismo de bienestar (Ramos y Chávez, 2023).

Según Vega et al. (2023) promover el bienestar físico en el turismo, es indispensable que las instalaciones hoteleras sean accesibles e inclusivas, garantizando que todos los elementos físicos estén adaptados para facilitar la actividad física de los visitantes. Esto incluye la implementación de señalización clara en áreas clave como puntos de llegada, estacionamientos y accesos, así como la adaptación de la infraestructura con rampas y accesos acordes a las necesidades de los turistas. Además, es importante que espacios como los baños y otras instalaciones estén diseñados para permitir un uso cómodo y seguro por parte de todas las personas, lo que favorece a la condición física de los turistas y refuerza su experiencia de bienestar.

Según Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2022) señala que los aspectos físicos de un atractivo turístico hacen referencia a los elementos tangibles y medibles del ámbito que influyen en la capacidad del sitio para recibir a los visitantes de manera adecuada. Estos factores incluyen la topografía del área, la calidad del terreno y la infraestructura disponible, como caminos, servicios higiénicos y áreas de estacionamiento. También abarca el estado de los

recursos naturales presentes, como la vegetación y formaciones geológicas, así como cualquier estructura construida que pueda afectar la experiencia del visitante. Evaluar estas condiciones es fundamental para establecer cuántas personas pueden visitar el atractivo sin causar deterioro, asegurar que el sitio pueda soportar el flujo de visitantes sin perder su valor y garantizar que el atractivo siga siendo seguro y agradable para todos. Estos elementos son cruciales para realizar un análisis completo sobre la capacidad del atractivo y para implementar medidas de manejo adecuadas que preserven su integridad y sostenibilidad.

Según Pin (2020) menciona que las condiciones físicas en el turismo de bienestar incluyen los elementos tangibles y estructurales que son esenciales para el éxito de estas iniciativas. Esto abarca la infraestructura necesaria, como caminos, accesos, y servicios básicos, así como el estado del entorno natural, lo que influye en la experiencia física de los turistas. La integración adecuada de estos elementos permite que el turismo de bienestar se adapte a las características específicas de cada territorio, optimizando los recursos para mejorar tanto la experiencia turística como la calidad de vida, sin comprometer la sostenibilidad del entorno.

B. Dimensión estado mental

Según Jacob et al. (2021) señalan que el estado mental en el contexto del turismo y el bienestar es un aspecto clave que abarca la atención plena y la conciencia en el momento presente. En su estudio trataron la actividad del Mindfulness, el cual contribuye directamente con atención mental. Este enfoque mental se centra en observar estímulos internos y externos, aceptar las experiencias tal como son, sin distorsiones emocionales o intelectuales. La práctica de mindfulness promueve una mayor claridad y aceptación de la realidad actual, lo cual facilita una toma de decisión más consciente y evita patrones de comportamiento disfuncionales. En el ámbito del

turismo, este enfoque puede enriquecer la experiencia del turista al fomentar un mayor compromiso con el presente, contribuyendo así a una mayor satisfacción y bienestar.

Según Rosemberg et al. (2021) el estado mental se define como una condición integral que refleja la interrelación dinámica entre el lenguaje, la cognición y las emociones. Este estado no solo abarca los procesos internos de pensamiento y percepción, sino también está intensamente definido por el entorno de interacción común en el que una persona se encuentra. En otras palabras, el estado mental es el resultado de la interacción constante entre nuestros pensamientos, sentimientos, nuestra comunicación, las circunstancias sociales y culturales en las que vivimos.

Según Aranibar y Patiño (2022) relacionan el turismo y la salud mental, debido a que es una actividad que permite a las personas desconectarse de sus rutinas diarias a través de viajes a los distintos destinos, para así poder conocer nuevas culturas, lugares, paisajes y experimentar nuevas vivencias el cual les permite reducir el estrés. Como también el contacto social durante los viajes mejora el estado de ánimo y proporciona un sentido de pertenencia. En conjunto, estas experiencias contribuyen a una mayor satisfacción mental y emocional.

C. Dimensión estado espiritual

Según Alves et al. (2023) dan a conocer que el turismo espiritual, busca la conexión con el entorno natural lo cual está en auge y se caracteriza por la búsqueda de experiencias espirituales que facilitan la conexión con lo más sagrado del ser. También concluyeron que la India lidera la investigación en este campo, seguida por Perú e Indonesia, debido a su rica herencia espiritual y paisajes impresionantes. Este tipo de turismo no solo ofrece experiencias transformadoras, sino que también promueve la sostenibilidad al fomentar la conservación de la naturaleza y el patrimonio cultural, ya que este segmento de turistas, suelen ser más conscientes ecológicamente y practican un turismo responsable.

Según Albert (2020) en la última década, el ámbito espiritual ha experimentado una notable transformación, manifestándose a través de una diversificación de prácticas y enfoques que se alejan de las estructuras religiosas tradicionales. Este fenómeno se caracteriza por un creciente interés en formas espirituales que enfatizan la individualidad y la experiencia personal. La proliferación de prácticas como el yoga, la meditación, y diversas terapias alternativas refleja un auge en la búsqueda de bienestar y autoconocimiento. Esta evolución se complementa con la expansión del turismo espiritual, donde los viajeros buscan experiencias que combinan exploraciones internas con la inmersión en culturas ancestrales y la naturaleza, generando un fenómeno global.

La espiritualidad se presenta como una categoría que trasciende las estructuras rígidas de la religión, permitiendo a los individuos explorar lo más sagrado del ser, de manera más flexible y personal. Esta perspectiva se aleja de las definiciones tradicionales y normativas, ofreciendo un enfoque donde lo espiritual no se opone a lo institucional, sino que se manifiesta en una variedad de prácticas y experiencias culturales diversas. En este contexto, la espiritualidad se convierte en un conjunto de prácticas sociales que permiten a los turistas conectar con lo trascendente y lo sagrado, sin necesidad de adherirse a normas religiosas estrictas (Giop, 2022).

3.3.2. Variable satisfacción del turista

En cuanto a las dimensiones de la variable "satisfacción del turista" indica Paladines et al. (2020) se basa en el modelo de calidad del servicio, que identifica cinco dimensiones clave en la satisfacción del turista: "elementos tangibles", "fiabilidad", "capacidad de respuesta", "seguridad" y "empatía".

Las cuales se desarrollan de la siguiente manera.

A. Elementos tangibles

Se refiere a la combinación del grupo de elementos tangibles e intangibles que conforman parte de la experiencia que se ofrece a los turistas. Estos elementos pueden incluir aspectos físicos, como la geografía, el clima, la infraestructura, los alojamientos, los monumentos, las atracciones naturales y culturales, entre otros. También involucra elementos intangibles, como la hospitalidad, cultura local, gastronomía, actividades recreativas y la calidad de los servicios. El producto turístico es una oferta integral que se diseña para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas. Esto implica no solo proporcionar información sobre los lugares de interés y las actividades disponibles, sino también crear una experiencia enriquecedora y placentera para los visitantes (Arce et al., 2020).

El sector de alojamiento es parte esencial de la industria turística, que abarca una amplia variedad de servicios como hoteles, hostales, resorts, condominios y apartamentos para alquilar, donde los turistas se hospedan durante sus viajes. Este sector combina elementos tangibles, como las habitaciones, comodidades (piscinas, gimnasios, restaurantes), y la ubicación del alojamiento en relación con lugares de interés turístico, en cuanto a los elementos intangibles, se considera la excelencia del servicio, el trato al cliente, la experiencia general de confort y bienestar proporcionados a los huéspedes. Los elementos tangibles e intangibles influyen en la percepción del destino y en la satisfacción de los visitantes, desempeñando un papel fundamental en la promoción del turismo y el crecimiento económico local (Yurtor y Salazar, 2019).

Según García el destino turístico ofrece una combinación de elementos tangibles que enriquecen la experiencia de los visitantes, tomando como ejemplo la iglesia de la Inmaculada Concepción y la ex hacienda Cuauhtepac representan estructuras históricas y arquitectónicas de valor, que atraen a turistas interesados en la cultura y la historia del lugar. Además, la fiesta anual

de la mojiganga, con su fecha y lugar definidos, agrega una dimensión social y cultural al destino, convocando a multitud de visitantes y enriqueciendo la oferta turística con elementos tangibles, como festividades y celebraciones únicas. Estos componentes combinados hacen de este destino un lugar atractivo para aquellos que desean explorar su patrimonio cultural y sumergirse en sus tradiciones (2023).

B. Fiabilidad

La fiabilidad se refiere a la confiabilidad y consistencia de la experiencia ofrecida a los turistas por un establecimiento o destino. En otras palabras, se trata de la capacidad de un destino turístico. La fiabilidad implica que los turistas puedan confiar en que recibirán un servicio o experiencia similar en cada visita, lo que contribuye a su satisfacción y fidelidad. Por lo tanto, la fiabilidad en el caso de un hotel se mide a través de la satisfacción de los clientes, evaluando la consistencia de los atributos y dimensiones que componen la experiencia turística, como la limpieza, seguridad y otros servicios ofrecidos por el hotel. La mejora de la fiabilidad implica identificar y abordar las causas subyacentes de las deficiencias en la experiencia del cliente para garantizar que el servicio sea confiable y consistente en el tiempo (Perez et al., 2018).

En el turismo, la fiabilidad se refiere a la consistencia y confiabilidad de los servicios, las experiencias y las expectativas ofrecidas por los destinos turísticos, esto implica que los turistas pueden depender de la calidad, la consistencia de los servicios y las atracciones disponibles en un destino turístico en diferentes momentos y situaciones. En el turismo la fiabilidad se relaciona con la capacidad de un destino o servicio turístico para cumplir de manera consistente con las expectativas y necesidades de los turistas, brindando experiencias satisfactorias y seguras en todo momento (Lopez et al., 2019).

La fiabilidad se refiere a la percepción de seguridad y confianza que un turista tiene respecto a un destino turístico específico. Esta percepción está vinculada a la creencia de que el destino ofrece experiencias consistentes, seguras y satisfactorias, tanto en términos de servicios como de entorno. Lo cual implica que los turistas que visitan un destino estarán seguros de que cumplirá con sus expectativas y que pueden disfrutar de su viaje sin preocupaciones sobre la atención, disponibilidad de servicios, seguridad entre otros aspectos. La fiabilidad afronta un rol importantísimo en la formación de la imagen turística de un lugar, ya que una percepción positiva puede llevar a actitudes favorables, recomendaciones y la fidelización de turistas. En el caso de Mazatlán, Sinaloa, México, la fiabilidad se ha convertido en un factor crucial para atraer y retener visitantes después de superar desafíos relacionados con la seguridad y la percepción negativa en el pasado (Sanchez et al., 2018).

C. Capacidad de respuesta

Según Martínez la capacidad de respuesta es una cualidad esencial en la industria de la hospitalidad y el turismo. Aspectos como la ambientación, la higiene, el estado de habitaciones y la acogida del prestador de servicio son indispensables para satisfacer las expectativas de los clientes y brindar una experiencia positiva. La decoración contribuye a crear un ambiente acogedor y atractivo, la limpieza asegura un entorno higiénico y bien mantenido, el estado de las habitaciones influye en la comodidad de los huéspedes y la cortesía del personal es fundamental para la interacción satisfactoria con los visitantes. En conjunto, estos elementos representan un aspecto clave en la satisfacción del cliente y en la construcción de una reputación positiva para el establecimiento (2021).

La habilidad para asistir a solicitudes específicas y la exigencia de disponer con personal calificado y entrenado son aspectos críticos en la industria del turismo. En el turismo, los clientes

a menudo tienen necesidades específicas, como dietas especiales o solicitudes personalizadas, por ende, la capacidad de respuesta implica atender estas peticiones de manera eficiente y considerada. Además, un personal competente y profesional, con habilidades de atención al cliente y conocimiento del destino, es esencial para brindar una experiencia positiva. Esta combinación asegura la satisfacción del cliente, fomenta opiniones positivas y promueve la repetición de visitas, lo que beneficia tanto a la empresa turística como al destino (Díaz y Regueros, 2023).

La “capacidad de respuesta” también se atribuye a la combinación de atención y competencia de los empleados, evidenciada en su habilidad para generar confianza en los clientes. En términos más simples, se trata de la disposición de los trabajadores para asistir a los clientes de manera rápida y efectiva, asegurando que las empresas turísticas no comprometan la credibilidad que han construido en diversos mercados. En la industria turística, es de suma importancia para mantener la satisfacción del cliente y la imagen positiva de la empresa. Cuando los empleados demuestran un deseo genuino de ayudar a los clientes de manera eficiente, se refuerza la confianza del cliente en la empresa. Esta confianza es esencial para retener a los clientes existentes y atraer a nuevos, contribuyendo al éxito sostenible de las empresas turísticas en diversos mercados (Marchan et al., 2023).

D. Seguridad

Garantizar la seguridad es crucial para la satisfacción de los turistas y para mantener la reputación positiva de una región como destino turístico. Un sistema de transporte eficiente y seguro es un elemento fundamental para atraer y fidelizar a los turistas, por lo tanto, es esencial para el éxito de la industria turística (Marchan et al., 2023).

La seguridad dentro de un destino turístico es un factor crucial para la satisfacción de los

visitantes. Los visitantes desean sentirse seguros durante su estadía y visita a los distintos atractivos turísticos. Esto implica implementar medidas de seguridad como la iluminación, señalización clara y comprensible los cuales son importantes dentro y fuera de un atractivo turístico, así mismo la presencia policial y centros de atención médica que son elementos esenciales para que los turistas se sienten seguros y puedan disfrutar plenamente de su viaje y experimentar menos preocupaciones (Moreno et al., 2019)

E. Empatía

Según Marchan la empatía implica proporcionar un servicio al cliente personalizado con la intención de superar las expectativas de compra. En otras palabras, se trata de brindar una atención que se adapta a las necesidades individuales de los clientes y vaya más allá de lo que esperan al comprar un producto o servicio. En el servicio al cliente implica escuchar activamente a los clientes, comprender sus preocupaciones y deseos, para luego responder de manera acorde. Cuando el personal muestra empatía, se puede establecer una conexión más profunda con los clientes, lo que a menudo resalta en una mayor satisfacción. Además, la empatía no solo se trata de resolver problemas, sino también de anticipar las necesidades de los clientes y brindar un servicio proactivo que supere sus expectativas (2023).

En la empatía se abarca dos habilidades fundamentales: Como menciona Arjona (2022) una habilidad cognitiva que implica entender los estados mentales de otras personas, incluyendo sus pensamientos, perspectivas y emociones internas, como preocupaciones, deseos y motivaciones. Por otro lado, la respuesta emocional que consiste en experimentar emociones relacionadas al prójimo, como simpatía, compasión y alegría en sintonía sus emociones. La empatía es, en esencia, la capacidad de comprender profundamente a los demás y conectarse emocionalmente con sus experiencias (pág. 56).

La empatía se define como una comprensión social y emocional que implica la habilidad de percibir y comprender las emociones, las situaciones, las intenciones, los pensamientos y requerimientos de las personas ajenas, permitiendo así ofrecer una comunicación, un apoyo sensible, que sea perceptivo y apropiado. Esta habilidad abarca tanto la comunicación verbal y la no verbal lo cual es esencial en las interacciones humanas. La empatía no solo implica entender las experiencias y emociones de otras personas, sino también responder de manera adecuada a estas percepciones para ofrecer apoyo y comprensión (Arjona, 2022).

3.4. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023				
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Turismo Wellness	El turismo Wellness se refiere a una novedosa oportunidad de negocio a nivel global que ofrece un valor significativo al adentrarse en un segmento de mercado cuyo objetivo principal es atender las demandas de sus clientes para contrarrestar afecciones como el estrés, el exceso de peso, la depresión y otras, a través de enfoques terapéuticos y médicos no convencionales. Esto incluye la utilización de entornos naturales propicios para mejorar la estabilidad mental y espiritual, así como terapias no invasivas para recuperar la energía y tratamientos curativos basados en la medicina natural (Díaz y Regueros, 2023).	Es una forma de actividad turística con el propósito de mejorar y armonizar todos los aspectos fundamentales de la experiencia humana, a incluir lo físico, mental, emocional, ocupacional, intelectual y espiritual.	Condición física	<ul style="list-style-type: none"> Índice de participación en actividades Actividades recreativas Calidad del entorno
			Estado mental	<ul style="list-style-type: none"> Relajación percibida Grado de satisfacción
Satisfacción del turista	La satisfacción del turista hace referencia al grado de contento, complacencia o gratificación que experimenta un viajero o turista después de haber experimentado un servicio turístico o una experiencia de viaje. En otras palabras, es el nivel de cumplimiento de las expectativas y necesidades del turista durante su estadía o viaje. La satisfacción del turista es un indicador crucial para evaluar la calidad de los servicios	La satisfacción del turista puede estar influenciada por una variedad de factores, como la calidad del alojamiento, la atención al cliente, la comida, las atracciones turísticas, la seguridad, la accesibilidad, el clima y otros aspectos	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> Limpieza y mantenimiento Calidad de las instalaciones Comodidad Equipamiento Ambientación
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Calidad del agua termal Horario de servicio

turísticos, la hospitalidad, la infraestructura y otros aspectos relacionados con la industria del turismo. (Paladines y otros, 2020)	que contribuyen a una experiencia positiva.	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de reserva • Cumplimiento de promociones y ofertas
		<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de espera • Respuesta a solicitudes específicas • Disponibilidad de personal • Personalización de experiencias
		<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de personal de seguridad • Iluminación y seguridad nocturna • Medidas de prevención de accidentes • Cumplimiento de normativas de seguridad • Seguridad de las aguas termales
		<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento post visita • Capacidad de crear ambiente de confianza • Feedback • Orientación y asesoramiento

Capítulo IV

Metodología

4.1. Diagnóstico situacional del ámbito de estudio

4.1.1. Aspectos geográficos

Las aguas termales de Lares están situadas en el distrito del mismo nombre. El distrito de Lares forma parte de los ocho distritos de la provincia de Calca, ubicada en la región Cusco. Geográficamente las aguas termales de Lares están ubicadas entre los 13°,01',5" de Latitud Sur y a los 72°,01',20" de longitud Oeste con una altitud de 3250 m.s.n.m (Municipalidad Distrital de Lares, 2023).

4.1.2. Límites

El distrito de Lares limita por el norte con el distrito de Occobamba y distrito de Yanatile, por el sur con el distrito de Urubamba y distrito de Calca, por el este con el distrito de Challabamba, por el oeste con el distrito de Ollantaytambo (Municipalidad Distrital de Lares, 2023).

4.1.3. Organización política

El distrito de Lares es gobernado por el señor Valentín Benavides Huamanhuillca. El distrito resalta por sus atractivos turísticos como: las aguas termales de Lares, las siete cataratas de Quishuarani, las puyas de Raymondi, sitio arqueológico de catorce portadas de Choquecancha, las pinturas rupestres de Mantto, también destaca por su gran variedad de artesanía autóctona.

4.1.4. Descripción

Aguas termales de Lares

Las aguas termales de Lares es uno de los principales atractivos turísticos del distrito de Lares, así mismo es uno de los lugares preferidos tanto por los turistas extranjeros, nacionales y locales debido a sus propiedades curativas que permiten combatir enfermedades como artritis,

osteoporosis, reumatismo, dolores de hueso, dolores musculares y estrés. El color de las aguas es amarillento debido a la presencia de minerales como el Calcio, Magnesio, Sodio, Potasio, Cloruros, Sulfatos, Bicarbonatos, Hierro, Manganeso, Zinc, Boro y Cobre; la temperatura del agua oscila entre 36° y 44° grados, que están distribuidos entre las 5 pozas de agua termal, también se tiene la presencia de una poza con agua fría (Municipalidad Distrital de Lares, 2023).

Situación actual

El estado actual de las aguas termales de Lares es bueno, actualmente es administrado por la municipalidad distrital de Lares, el cual contrata personal tanto para atención, mantenimiento, limpieza y seguridad.

Aspecto turístico

De acuerdo al trabajo de campo realizado en las aguas termales de Lares se observó la presencia del turismo receptivo, una parte de su demanda está conformada por los turistas provenientes de Estados Unidos, de acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, ellos buscan destinos que les permitan conectarse con el entorno natural y a su vez suelen visitar aguas termales para que puedan complementar su experiencia. Por otro lado, el turismo interno conforma la mayor parte de su demanda provenientes de las regiones de Puno y Arequipa, además se tiene la presencia de visitantes locales los cuales se interesan por sus propiedades medicinales.

Las aguas termales de Lares son ofertadas por diversas agencias de viajes que ofrecen tours de aventura, una de las principales es la agencia Alpaca Expeditions el cual ofrece el tour camino valle de Lares a Machu Picchu por un periodo de 4D/3N, también es ofertada por la municipalidad distrital de Lares a través de sus redes sociales el cual es administrado por la división de turismo y artesanía.

Figura 1

Aguas termales de Lares



4.1.5. Accesibilidad

El trayecto hacia el distrito de Lares implica un desplazamiento de la ciudad de Cusco a Calca en bus público y/o taxi con un intervalo de 52 kilómetros, aproximadamente a una hora con 20 minutos; A partir de Calca a Lares se toma combi y se realiza una desviación hacia la derecha a través de una carretera afirmada a una distancia de 60 kilómetros, a un tiempo de llegada aproximado a una hora con 30 minutos. Las aguas termales se ubican aproximadamente a 1 kilómetro del poblado de Lares, en una zona conocida como Q'oñi unu (agua caliente).

Otra modalidad de acceso es a pie que dura un promedio de 4 días y 3 noches por la ruta Cusco, Calca y como punto de partida es la localidad de Huaran, del cual se inicia una caminata por medio de paisajes únicos con abundancia de flora y fauna, hasta llegara a la comunidad de Canchacancha, y el segundo día se realiza un trayecto por medio de lagunas, y montañas hasta llegar a la comunidad de Quishuarani, el tercer día se realiza una caminata de 4 horas aproximadamente hasta llegar a la comunidad de Cuncani, del cual se transporta en medio de vehículo hasta llegar a las aguas termales de Lares esta ruta es preferida mayormente por los

turistas extranjeros, ya que es un punto de paso para que puedan llegar al centro arqueológico de Machu Picchu.

4.1.6. Equipamiento turístico

Hospedaje

Dentro del atractivo aguas termales de Lares se encuentra un hospedaje básico que cuenta con habitaciones simples y matrimoniales, así mismo fuera del atractivo se aprecia varios hospedajes con servicios básicos los cuales no cumplen con los estándares de calidad, también se observó que estos establecimientos ofrecen servicios de restaurante.

Figura 2

Hospedaje y restaurante



Estacionamiento

Se observa una amplia playa de estacionamiento con su respectiva señalización, así mismo se aprecia un personal de seguridad quien esta al pendiente del ingreso y salida de vehículos, la debilidad en este sitio es que al lado del estacionamiento se expende alimentos, los cuales no cumplen con las normas de higiene.

Figura 3

Transporte público



4.1.7. Instalaciones turísticas

Vestuarios

El atractivo aguas termales de Lares cuenta con 3 ambientes para vestuario los cuales también cuentan con lockers para que los visitantes puedan guardar sus objetos personales, en muchas oportunidades se observó que en estos ambientes hace falta la limpieza y mantenimiento, lo cual es imprescindible para los visitantes.

Figura 4

Vestuario para mujeres



Senderos

En la margen derecha de las aguas termales se aprecia un sendero de piedras que permite llegar al mirador así mismo se considera una ruta alterna ya sea para la llegada o el retorno, durante el recorrido se aprecia gran variedad de flora lo que permite tener un contacto directo con la naturaleza.

Figura 5

Sendero de piedra



Área para realizar fogata

Ubicado en la parte superior de las piscinas termales, adecuado para un grupo pequeño de visitantes que desee disfrutar de otras actividades durante la noche.

Figura 6

Área para realizar fogata



Zona de camping

Cuenta con dos ambientes implementados con techo, generalmente hacen uso de estos ambientes los turistas extranjeros, así mismo está autorizado el uso de las áreas verdes para que los visitantes locales pueden armar sus carpas.

Figura 7

Zona de camping




4.1.8. Inventario del recurso turístico Aguas termales de Lares

Tabla 3

Ficha de registro del recurso turístico

A. Datos generales				
Nombre del recurso (*)	Aguas termales de Lares			Ficha N° 001
Ubicación	Datos de georeferencia (*)			
Región (*)	Cusco	Coordenadas	Latitud	13°,01',5" S
Provincia (*)	Calca	Geográficas (WGS 84)	Longitud	72°,01',20" W
Distrito (*)	Lares	Altitud (m.s.n.m)	3250 m.s.n.m	
Referencia:	Sect. Q'oñi unu	Ruta de acceso al recurso		

Clasificación del recurso turístico		Transporte público o privado	Desde Cusco un aproximado de 3 horas
Categoría (*)	Sitios naturales	Caminata	Duración 4D/3N
Tipo de ingreso			
Tipo (*)	Agua termo - mineral	Previa presentación del boleto (tarifa: niños, adultos nacionales y extranjeros)	
Sub-Tipo (*)	Ojo de agua	Época propicia para visitar	Época de secas de Mayo a Octubre
Tipo de visitante		Fotografía actual	
Turistas extranjeros	X		
Turistas nacionales	X		
Turistas locales	X		
Descripción (*)			
Atractivo turístico predominante del distrito de Lares, cuenta con seis pozas, de los cuales cinco son de color amarillento debido a la composición química que presenta, así mismo cuenta con una poza de agua fría. La temperatura oscila entre 36° y 44°, la profundidad de cada poza no supera los 1.5 metros.			

Particularidades (*)	Reconocimientos (*)
Recomendada para tratamientos de enfermedades como artritis, osteoporosis, reumatismo, dolores de hueso, dolores musculares y estrés.	Ninguno
Estado actual	Observaciones (*)
Es administrado por la municipalidad distrital de lares. El estado actual es bueno	Ninguno

Fuente: Elaborado por la tesista

Tabla 4

Ficha de jerarquización del recurso turístico

Nombre del recurso		N° Ficha de categorización		
Aguas termales de Lares		001		
Región	Cusco	Categoría	Sitios naturales	
Provincia	Calca	Tipo	Agua termo - mineral	
Distrito	Lares	Sub tipo	Ojo de agua	
Código	Criterio de evaluación	Valor asignado	Ponderación	Sub total

A	Particularidad	2	2	4
B	Publicaciones	1	0.5	0.5
C	Reconocimiento	2	1.5	3
D	Estado de conservación	4	1.5	6
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Facilidades	2	1	2
G	Representatividad	2	1	2
H	Inclusión en la visita turística	2	0.5	1
Puntaje total				22.5
Jerarquía				2

Fuente: Elaborado por la tesista

Tabla 5

Tabla de equivalencias

Valoración total	Jerarquía
De 50 a 60 puntos	4
De 40 a 49 puntos	3
De 20 a 30 puntos	2
De 10 a 19 puntos	1

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018, p. 47).

4.1.9. Diagnóstico del atractivo aguas termales de Lares

De acuerdo al desarrollo y análisis respecto al diagnóstico situacional del atractivo aguas termales de Lares, como también a las manifestaciones de los visitantes se encontró algunas brechas las cuales se identificaron en la presente investigación.

a) Vías de acceso

- Vía Calca a Lares se encuentra en mal estado.
- En el trayecto hace falta la construcción de puentes debido a que el agua que discurre en diferentes zonas pasa sobre la vía y en temporada de lluvia incrementa su caudal.
- Viajar en época de lluvias es peligroso ya que el abra de Lares está cubierta de neblina y en ocasiones también hay presencia de nieve.
- En el transporte público existen demoras puesto que esperan llenar todos los asientos.

b) Atractivos turísticos

- Centro arqueológico de Calispuquio, se encuentra a la salida de Calca y tiene regular estado de conservación.
- Centro arqueológico de Ancasmarka, ubicado al costado de la pista principal y se toma como primer punto de parada, cuenta con un pequeño estacionamiento así mismo en la puerta de ingreso se aprecia artesanía local.
- Bosque de las puyas de Raymondi, se encuentra en la comunidad de Pampacorral y es considerada como área de conservación privada.
- Pinturas rupestres de Mantto se encuentra en buen estado, se observa una gama de representaciones como camélidos, monos, jaguares y serpientes.
- Las catorce portadas de Choquecancha, se encuentra en estado regular debido a que los pobladores construyeron sus viviendas alrededor.
- Cataratas de Quishuarani, se encuentra en buen estado, es administrado por la comunidad del mismo nombre.

c) Calidad de servicios turísticos

- Los restaurantes son básicos y no cuentan con las medidas de higiene.
- Los hospedajes no cuentan con la debida infraestructura ni personal capacitado en el área.
- Las agencias de viaje de alguna manera si cumplen con lo que ofrecen por ende no se tiene quejas por parte de los turistas.
- Para el transporte es recomendable el uso de vehículos como sprinters o minivan debido a la vía de acceso.

d) Seguridad

- La señalización en distintas áreas es comprensible para cualquier visitante.
- La vía principal de acceso es accidentada debido a la geografía.
- Se observó presencia de personal de seguridad en la plaza principal de Lares así mismo en las aguas termales.
- Lares cuenta con una posta de salud el cual se encarga de primeros auxilios en caso de accidentes.

e) Quejas de los visitantes

- Personal poco capacitado en temas de atención.
- El personal de las distintas áreas solo habla español.
- Áreas como los servicios higiénicos y piscinas termales les hace falta mantenimiento y limpieza.
- Las barandas del sendero que se implementó se encuentran deterioradas
- No se tiene un control para el uso adecuado de las piscinas termales
- Poca iluminación en áreas comunes, durante la noche

4.2. Tipo y nivel de investigación

4.2.1. Tipo de investigación

Se consideró pura o básica debido a que el estudio busca diversas fuentes documentadas con la única intención de aportar más comprensión sobre las variables y fundamentar un mejor entendimiento sobre estos mismos y averiguar si existe alguna relación entre ambas variables en el ámbito las aguas termales de Lares.

Un estudio se considera de tipo pura o básica cuando se busca adquirir nuevas percepciones de carácter sistemático y documental, con el propósito exclusivo de comprender y profundizar el entendimiento acerca de las variables objeto de estudio en un contexto práctico Álvarez (2020).

4.2.2. Enfoque de investigación

El enfoque de investigación de este estudio sobre Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las Aguas Termales de Lares, 2023 fue cuantitativo debido a su idoneidad para medir y cuantificar de manera precisa la satisfacción de los turistas. Este enfoque permite la recopilación de datos objetivos y estadísticos a través de encuestas y mediciones cuantitativas, al emplear el enfoque cuantitativo, el estudio puede identificar patrones, tendencias y relaciones numéricas, proporcionando resultados cuantificables que ayudarán a comprender en profundidad la satisfacción de los turistas.

El enfoque cuantitativo, comprende un conjunto de procedimientos que sigue un proceso secuencial y de verificación cuando se quiere estimar la ocurrencia de los fenómenos de estudio y probar la hipótesis. Cada etapa se desarrolla de manera sucesiva, sin la posibilidad de omitir ningún paso, el orden se mantiene de manera estricta y existe la flexibilidad para redefinir alguna fase si es necesario (Hernández y Mendoza, 2018, pp. 5-7).

4.2.3. Alcance de investigación

Se consideró de alcance correlacional, porque se buscó determinar el grado de asociación entre ambas variables. Tomando en cuenta lo expuesto, se relacionó las dimensiones del Turismo Wellness y la satisfacción del turista en el contexto de las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

“Un estudio correlacional tiene como propósito conocer la relación que existe entre dos o más variables, en conclusión, primero se mide cada variable, seguidamente se cuantifica y analiza su relación en términos estadísticos” (Hernández y Mendoza, 2018, pp. 109-110).

4.2.4. Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental debido a que el estudio se realizó sin la alteración de ninguna de las variables, los fenómenos se observaron y analizaron en su forma natural. En un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza; así mismo la investigación es de corte transeccional o transversal debido a que el estudio se realizó en un solo momento o periodo único (Hernández y Mendoza, 2018, pp. 174-176).

4.3. Población de estudio

La población de la investigación se define como el total de las instancias que cumplen con un conjunto de características particulares, con límites específicos y fácilmente accesibles, lo cual sirve como punto de partida para la elección de la muestra, siguiendo criterios previamente establecidos (Hernández y Mendoza, 2018, p. 238).

Para la población de estudio, se tomó en cuenta el número de turistas que visitaron las aguas termales de Lares durante el año 2023, para lo cual se recurrió a la División de turismo y

artesanía de la municipalidad distrital de Lares; según el registro de visitas y venta de boletos el movimiento turístico asciende a 6998 turistas nacionales y extranjeros.

4.4. Tamaño de muestra

Desde el punto de vista de Hernández y Mendoza (2018) la muestra es un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta, si se desean generalizar los resultados.

Por consiguiente, la muestra del presente trabajo de investigación estuvo conformada por un grupo representativo de turistas nacionales y extranjeros que visitan las aguas termales de Lares. Para su hallazgo se tomó en consideración los siguientes criterios

Se utilizó la fórmula para población finita.

fórmula

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza al 95%, por lo tanto, el valor de: $Z=1.96$

p: Probabilidad de ocurrencia del fenómeno, por lo tanto, el valor de: $p=0.5$

q: Probabilidad de ausencia del fenómeno, por ende, el valor de: $q=1-p=0.5$

e: Margen de error del 5% o su equivalente igual 0.05

Entonces, Reemplazando los datos en la fórmula muestral:

$$n = \frac{6998 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (6998 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 365$$

Por lo tanto, la muestra estuvo conformada por 365 turistas nacionales y extranjeros que visitan las aguas termales de Lares.

4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de información

4.5.1. Técnica

La técnica seleccionada para recopilar datos e información fue la encuesta que se aplicó a 365 turistas tanto nacionales y extranjeros que visitan las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

4.5.2. Instrumentos

El instrumento de estudio utilizado fue el cuestionario. Este cuestionario consiste en un conjunto de preguntas estructuradas que se administraron a los turistas que visitan las aguas termales de Lares durante el año 2023.

La herramienta a emplear en este estudio fue el cuestionario, de acuerdo a lo mencionado por Hernández Sampieri (2018) es un conjunto de preguntas relacionadas con una o más variables que se pretenden evaluar y administrar un cuestionario que abarque las variables y dimensiones específicas del estudio.

4.6. Análisis e interpretación de datos

Para su análisis y respectiva comprensión se hizo uso del software estadístico SPSS V.27. el cual nos posibilita la generación de estadísticas descriptivas mediante tablas y gráficos, también ayuda con la obtención coherente de pruebas estadísticas. Esta metodología de procesamiento y análisis de datos garantiza resultados precisos y contribuye a comprender en profundidad las variables objeto de estudio en el ámbito de las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco en el año 2023.

4.7. Confiabilidad del instrumento

De acuerdo con lo indicado por Hernández, Fernández y Batista (2014) se sugiere que el investigador solo acepte si el valor de Alfa de Cronbach es mayor a 0.70. Si el valor es inferior, se aconseja rechazar o ajustar los ítems para garantizar que el instrumento cumpla con los estándares requeridos para recolectar datos adecuados para la investigación.

Tabla 6

Confiabilidad de Alfa de Cronbach

VARIABLES	Ítems	Alfa de Cronbach
Turismo Wellness	7	0.89
Satisfacción del turista	22	0.96

Fuente: Elaborado por la tesista

Capítulo V

Resultados y discusión

5.1. Análisis descriptivo de los resultados de la variable Turismo Wellness

5.1.1. Análisis descriptivo de la dimensión condición física

Tabla 7

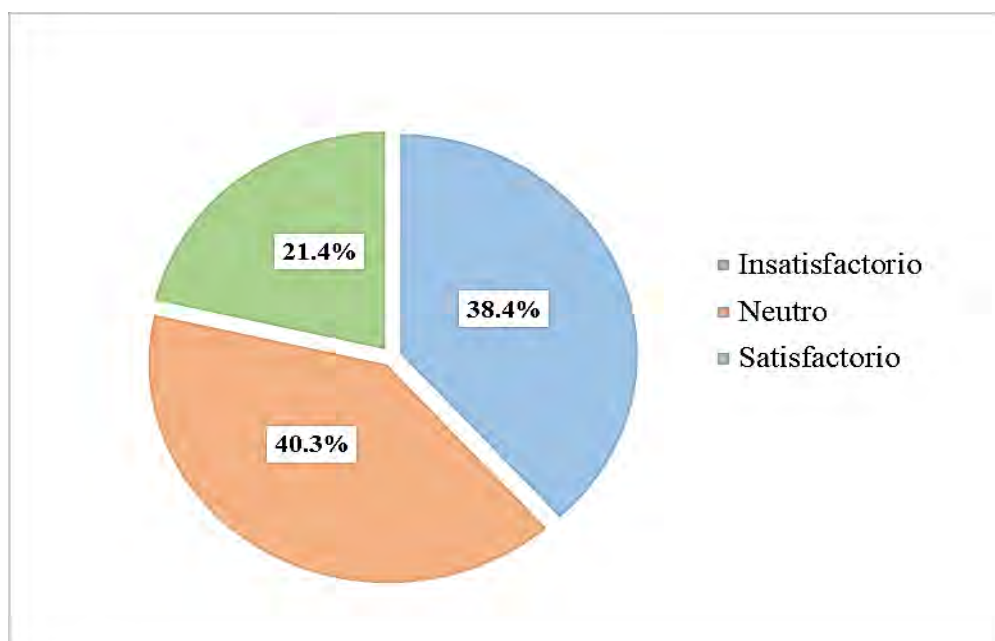
Condición física

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfactorio	140	38,4
Neutro	147	40,3
Satisfactorio	78	21,4
Total	365	100,0

Fuente: Elaborado por la tesista

Figura 8

Condición física



Análisis e interpretación:

Los resultados muestran que la mayoría de los turistas tienen una percepción que se encuentra en un punto medio respecto a su condición física durante la experiencia de turismo Wellness en las aguas termales de Lares. Un 40,3% de los encuestados calificaron como neutro, lo que señala que una gran parte de los turistas no experimentaron cambios significativos ni positivos ni negativos en su condición física. Un 38,4% de los turistas evaluó su condición física como insatisfactoria, lo que indican la presencia de ciertas deficiencias en los servicios y actividades complementarias que se ofrecen. Por otro lado, solo un 21,4% de los turistas consideraron su condición física como satisfactoria, debido a que participaron de las actividades como la realización de fogatas grupales, caminatas y visitas al mirador, en el cual tuvieron contacto con el entorno natural.

5.1.2. Análisis descriptivo de la dimensión estado mental

Tabla 8

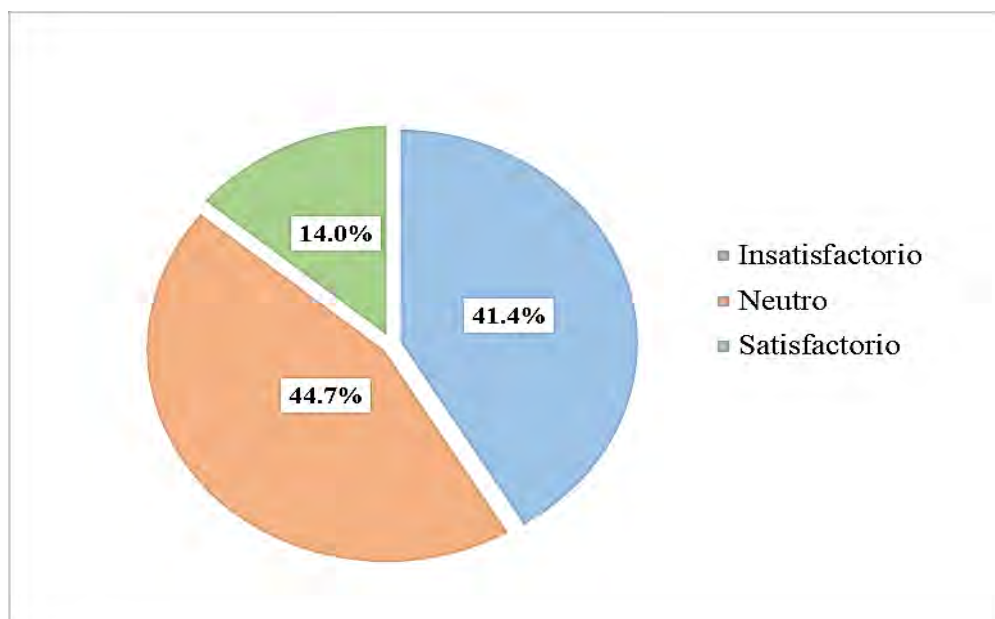
Estado mental

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfactorio	151	41,4
Neutro	163	44,7
Satisfactorio	51	14,0
Total	365	100,0

Fuente: Elaborado por la tesista

Figura 9

Estado mental



Fuente: Elaborado por la tesista

Análisis e interpretación:

La tabla muestra una distribución significativa entre las respuestas de los turistas respecto al estado mental en las aguas termales de Lares, los datos indican que el 44,7% de los turistas encuestados adoptan una postura neutral respecto a su experiencia en las aguas termales de Lares, lo que menciona que, si bien no han tenido una experiencia negativa, tampoco han sentido que su visita haya superado sus expectativas. Un porcentaje significativo de 41,4%, de los turistas, calificaron como insatisfactorio, debido a que no sintieron sensación de relajación profunda por lo que sugieren renovar los servicios y las instalaciones que se ofrecen. Solo el 14,0% de los encuestados se mostró satisfecho ya que experimentaron una sensación de relajación profunda lo cual conlleva a un cambio en su estado mental después de su visita a las aguas termales de Lares.

5.1.3. Análisis descriptivo de la dimensión estado espiritual

Tabla 9

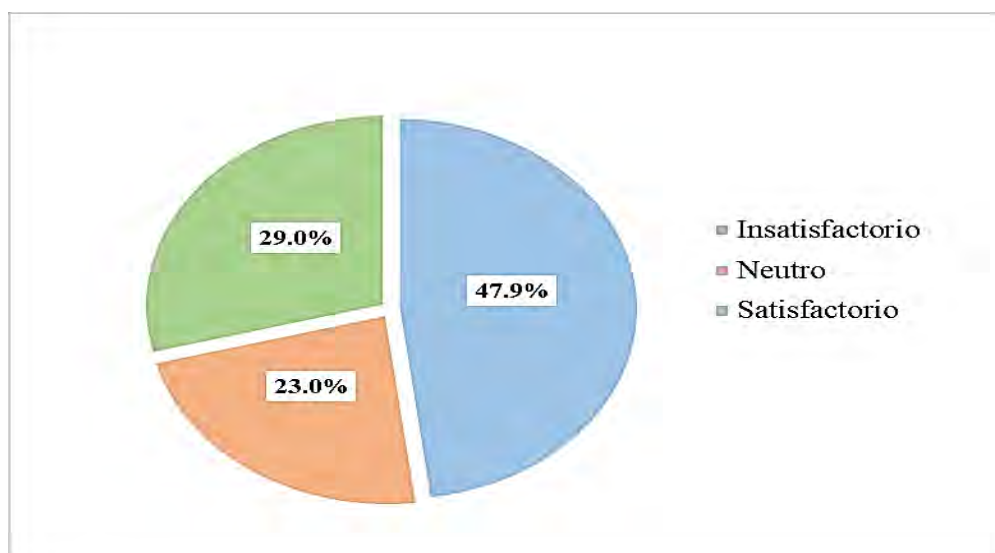
Estado espiritual

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfactorio	175	47,9
Neutro	84	23,0
Satisfactorio	106	29,0
Total	365	100,0

Fuente: Elaborado por la tesista

Figura 10

Estado espiritual



Análisis e interpretación:

El análisis de los datos revela que el 47,9% de los turistas experimentaron un estado espiritual insatisfactorio durante su visita a las aguas termales de Lares. Este porcentaje señala que muchos visitantes no sintieron mejoras en su estado espiritual ya que hace falta la implementación de actividades que contribuyan a la paz interior y a la revitalización espiritual. El 29,0%, reportó un estado espiritual satisfactorio, lo que muestra que una parte de los turistas sí encontraron la experiencia espiritual gratificante, mediante el contacto directo con el entorno natural. Por otro

lado, el 23,0% de los turistas mantuvieron un estado espiritual neutro, lo que indica que su experiencia no fue ni negativa ni positiva en términos espirituales.

5.2. Análisis descriptivo de los resultados de la variable satisfacción del turista

5.2.1. Análisis descriptivo de la dimensión elementos tangibles

Tabla 10

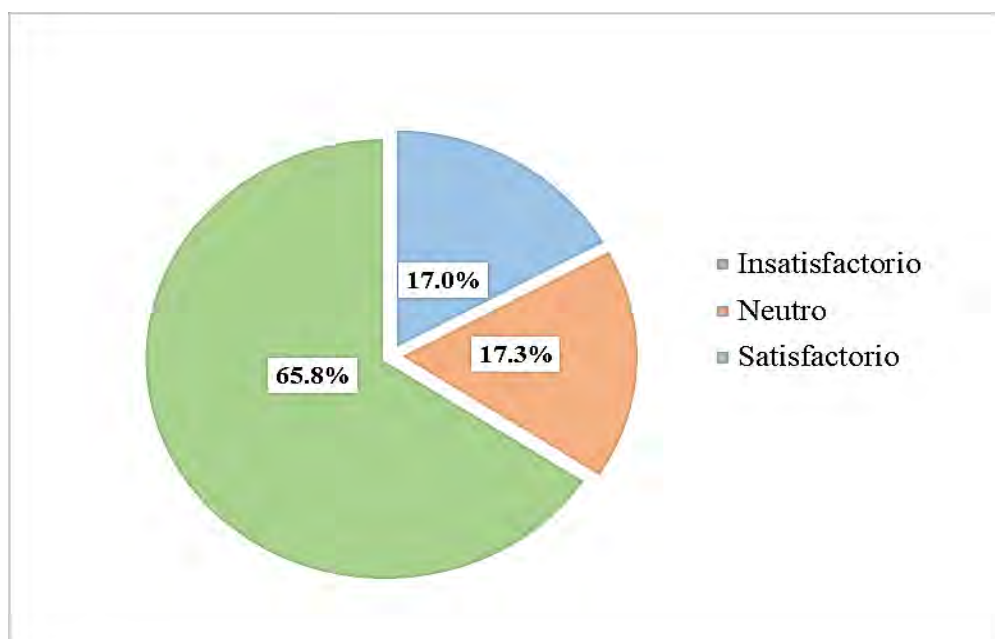
Elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfactorio	62	17,0
Neutral	63	17,3
Satisfactorio	240	65,8
Total	365	100,0

Fuente: Elaborado por la tesista

Figura 11

Elementos tangibles



Análisis e interpretación:

La gran parte de los turistas evaluaron los elementos tangibles de las aguas termales de Lares como satisfactorio, con un 65.8% de los encuestados expresando esta opinión. Este alto porcentaje refleja una fuerte satisfacción con aspectos como el diseño de las instalaciones y el equipamiento. Por otro lado, aunque en menor medida, un 17.0% de los encuestados reportaron una experiencia insatisfactoria en cuanto a estos elementos tangibles, y un 17.3% la calificaron como neutral. Estos porcentajes sugieren que se debe mejorar en aspectos como el mantenimiento y limpieza de las instalaciones motivo por el cual los turistas no quedaron completamente satisfechos.

5.2.2. Análisis descriptivo de la dimensión fiabilidad

Tabla 11

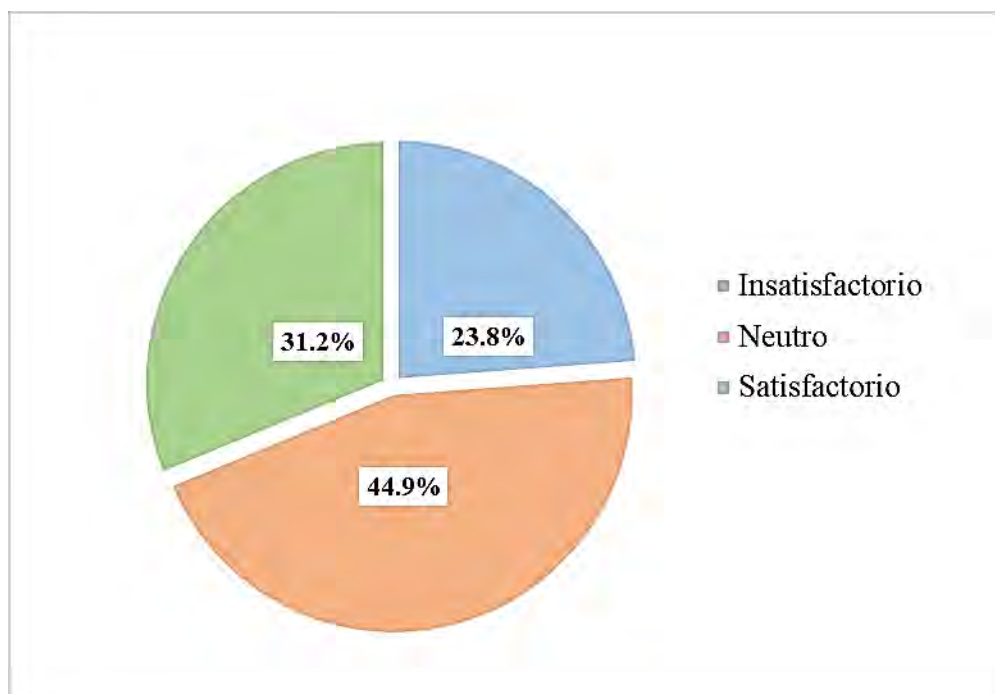
Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfactorio	87	23,8
Neutral	164	44,9
Satisfactorio	114	31,2
Total	365	100,0

Fuente: Elaborado por la tesista

Figura 12

Fiabilidad



Análisis e interpretación:

La tabla muestra una distribución relativamente equilibrada en las respuestas de los turistas respecto a la fiabilidad en las aguas termales de Lares. El 44.9% de los encuestados calificaron la fiabilidad como neutral, lo que indica que los visitantes perciben que el destino cumple en cierta medida las expectativas básicas en términos de confiabilidad y consistencia en la oferta de servicios y experiencias Wellness. Sin embargo, el 31.2% la consideró satisfactorio, debido a que al hacer uso de estas aguas termales sintieron los efectos de las propiedades medicinales, mientras que el 23.8% reportó una experiencia insatisfactoria, este resultado muestra que aún hay aspectos que deben mejorarse como la adecuada información sobre las propiedades y el uso adecuado de las aguas termales así mismo el control de aglomeraciones en fines de semana y feriados. Es crucial abordar estas preocupaciones para fortalecer la reputación del destino como un lugar confiable y atractivo para el turismo Wellness.

5.2.3. Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de respuesta

Tabla 12

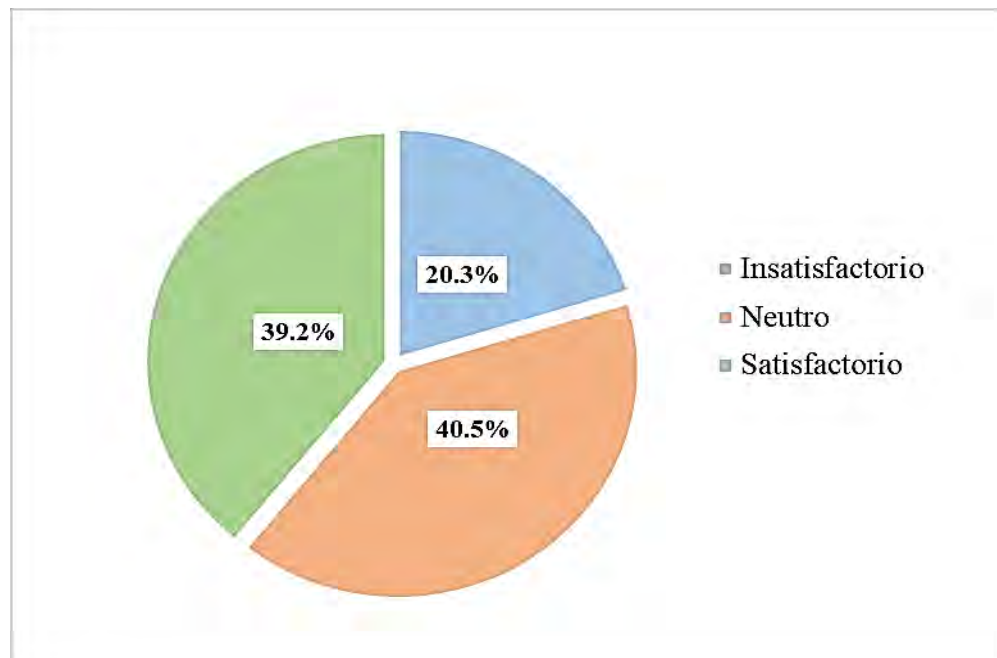
Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfactorio	74	20,3
Neutral	148	40,5
Satisfactorio	143	39,2
Total	365	100,0

Fuente: Elaborado por la tesista

Figura 13

Capacidad de respuesta



Análisis e interpretación:

Los resultados revelan una distribución equilibrada de las respuestas de los turistas en cuanto a la “capacidad de respuesta”, el 40.5% de ellos calificaron la capacidad de respuesta como

neutral, por lo que mencionaron que el destino cuenta con poca cantidad de personal suficientemente capacitado que atienda a sus solicitudes. Por otro lado, el 39.2% de los turistas la calificaron como satisfactorio, reflejando que una proporción considerable experimenta una respuesta sobresaliente por parte del personal y los servicios disponibles del lugar. Sin embargo, el 20.3% reportó una experiencia insatisfactoria en cuanto a la capacidad de respuesta, mediante el cual un notable número de visitantes mencionaron que sus necesidades no fueron atendidas de manera oportuna o efectiva por lo que subrayan la importancia de mejorar la comunicación, la disponibilidad de servicios y la eficiencia con la que se atienden las solicitudes de los turistas.

5.2.4. Análisis descriptivo de la dimensión seguridad

Tabla 13

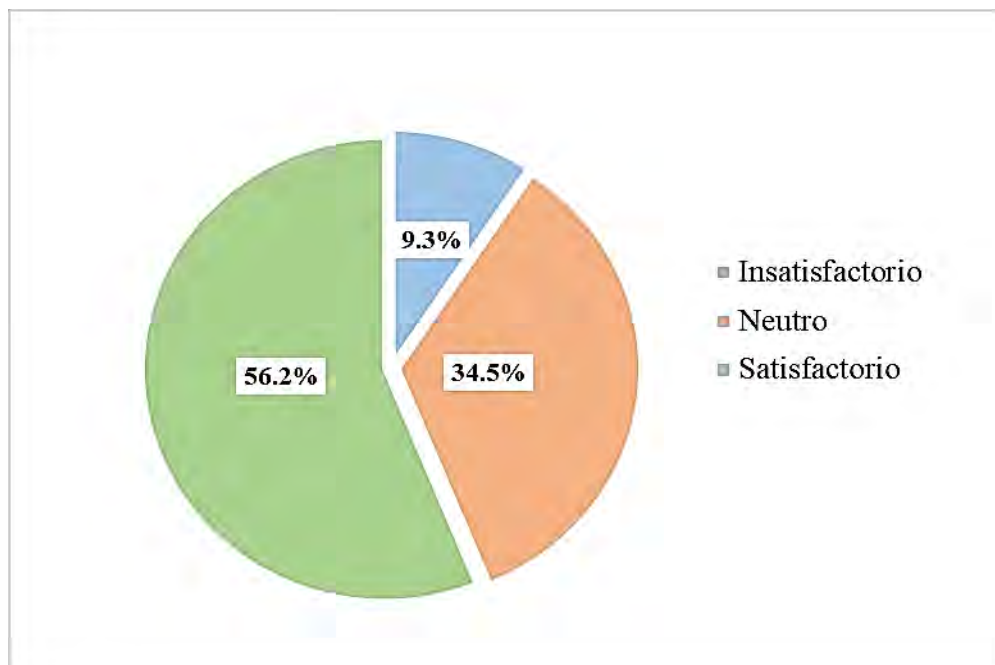
Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfactorio	34	9,3
Neutral	126	34,5
Satisfactorio	205	56,2
Total	365	100,0

Fuente: Elaborado por la tesista

Figura 14

Seguridad



Análisis e interpretación:

En la tabla y figura se observa que la mayor parte de los turistas evaluaron positivamente la “seguridad” en las aguas termales de Lares. El 56.2% de los encuestados calificaron la seguridad como satisfactorio, lo que indica que la mayoría percibe que el destino ofrece un ambiente seguro y protegido con presencia de personal de seguridad en todo momento los cuales actúan de manera efectiva y cumplen con sus expectativas. Además, el 34.5% de los encuestados consideraron la seguridad como neutro, debido a que hay poca señalización en zonas de riesgo, así mismo la inadecuada iluminación en áreas comunes. Por otro lado, aunque en menor medida, un 9.3% de los turistas reportaron una experiencia insatisfactoria en cuanto a seguridad ya que dieron a conocer que se debe cumplir con las medidas o normas de seguridad implementadas.

5.2.5. Análisis descriptivo de la dimensión empatía

Tabla 14

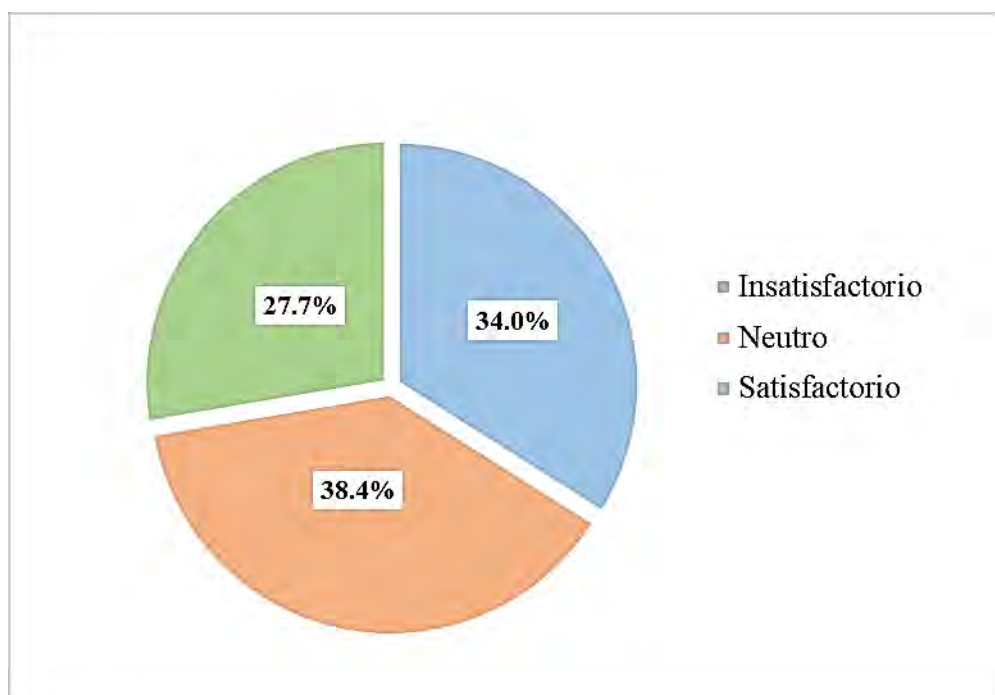
Empatía

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfactorio	124	34,0
Neutral	140	38,4
Satisfactorio	101	27,7
Total	365	100,0

Fuente: Elaborado por la tesista

Figura 15

Empatía



Análisis e interpretación:

Los resultados revelan que el 38.4% de los encuestados consideraron la empatía como neutral, debido a que hubo escasa orientación e información sobre los servicios ofrecidos y las instalaciones. Por otro lado, el 34.0% de los encuestados calificaron la empatía como insatisfactorio, indicando que las quejas o sugerencias no fueron atendidas de manera eficiente por

parte del personal. Finalmente, el 27.7% la calificaron como satisfactorio, lo que muestra que una menor parte de los turistas experimentaron una relación positiva y un trato personalizado durante su visita a las aguas termales de Lares.

5.3. Prueba de normalidad

5.3.1. Análisis de la prueba de normalidad

Tabla 15

Prueba de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Turismo Wellness	,092	365	,000
Condición física	,114	365	,000
Estado mental	,181	365	,000
Estado Espiritual	,160	365	,000
Satisfacción del turista	,074	365	,000
Elementos tangibles	,133	365	,000
Fiabilidad	,095	365	,000
Capacidad de respuesta	,101	365	,000
Seguridad	,095	365	,000
Empatía	,108	365	,000

Fuente: Elaborado por la tesista

La tabla da a conocer los resultados de “la prueba de normalidad utilizando el estadístico de Kolmogórov-Smirnov” para ambas variables y respectivas dimensiones. “La prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov se utiliza para evaluar si una muestra de datos sigue una

distribución normal”. En este caso, se aplicó esta prueba a dos variables, V1 y V2, con un total de 365 observaciones cada una. Los resultados de la prueba se presentan en forma de estadístico (Kolmogórov-Smirnov), grados de libertad (gl) y el valor de significancia (Sig.).

Para ambas variables, V1 y V2, el valor del estadístico de Kolmogórov-Smirnov es pequeño (0.092 para V1 y 0.074 para V2), lo cual señala que las distribuciones de estas variables “no siguen una distribución normal”. Además, “los valores de significancia (Sig.)” son muy bajos (0.000), lo que precisa que hay evidencia significativa “para rechazar la hipótesis nula de que los datos siguen una distribución normal”. En otras palabras, las variables V1 y V2 no cumplen con el supuesto de normalidad. Por esta razón, se optó por llevar a cabo el análisis no paramétrico, la Prueba de Correlación de Spearman nos es útil para medir la relación de dichas variables.

5.4. Prueba de hipótesis

5.4.1. Prueba de hipótesis general

Cabe mencionar que la “correlación no implica causalidad”. A pesar que dos variables de estudio pueden estar relacionadas entre sí.

Teniendo en cuenta esta mención se procede con la prueba de hipótesis.

Ho: No existe una relación significativa entre el Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

Hi: Existe una relación significativa entre el Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

Tabla 16

Relación entre Turismo Wellness y Satisfacción

			Turismo	Satisfacción
			Wellness	del turista
Rho de Spearman	Turismo Wellness	Coefficiente de correlación	1,000	,684**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	365	365
	Satisfacción del turista	Coefficiente de correlación	,684**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	365	365

Fuente: Elaborado por la tesista

Los resultados de la correlación entre las variables Turismo Wellness y Satisfacción del Turista, empleando el “coeficiente de correlación de Spearman (Rho de Spearman)”, muestran una correlación significativa y positiva entre ambas variables.

El “coeficiente de correlación de Rho de Spearman” entre las variables Turismo Wellness y satisfacción del turista es de 0.684** lo cual nos da a conocer que existe una correlación positiva moderada entre el Turismo Wellness y satisfacción del turista en el contexto de las aguas termales de Lares, dicho de otra manera a medida que los servicios y actividades relacionadas al Turismo Wellness mejoran, también tiende a elevarse el nivel de satisfacción de los turistas que visitan las aguas termales o viceversa.

Es prescindible mencionar que “si el valor de p es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna”. En los resultados se observa un valor p (bilateral) de 0,000 que es sustancialmente menor al valor estándar de 0,05. Estos resultados nos dan a conocer

que la relación entre el Turismo Wellness y la satisfacción del turista no es casual, sino que se basa en una relación sólida entre ambas variables de estudio en el entorno de las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco durante el periodo 2023.

5.4.2. Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Ho: No existe una relación significativa entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

Hi: Existe una relación significativa entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

Tabla 17

Relación entre Condición física y Satisfacción

		Condición física		Satisfacción del turista
Rho de Spearman	Condición física	Coefficiente de correlación	1,000	,639**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	365	365
	Satisfacción del turista	Coefficiente de correlación	,639**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	365	365

Fuente: Elaborado por la tesista

Los resultados señalan un “coeficiente de correlación de Spearman” de 0.639** por lo que señala una correlación positiva, lo cual nos da a conocer que a medida que mejora la condición física de los turistas, también tiende a incrementar su satisfacción.

La significancia estadística es igual a 0,000 lo que señala que está muy por abajo del nivel de significancia. Por lo tanto, se lleva a rechazar la hipótesis nula y se infiere que existe una significativa relación entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares.

Los resultados proporcionan una base sólida para promover actividades orientadas al bienestar físico de los visitantes y así incrementar su satisfacción en este aspecto.

Hipótesis específica 2

Ho: No existe una relación significativa entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

Hi: Existe una relación significativa entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

Tabla 18

Relación entre Estado mental y Satisfacción

			Estado mental	Satisfacción del turista
Rho de Spearman	Estado mental	Coeficiente de correlación	1,000	,648**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	365	365

Satisfacción del turista	Coefficiente de correlación	,648**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	365	365

Fuente: Elaborado por la tesista

La correlación entre el estado mental de los turistas y su satisfacción en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco en el periodo 2023, revela una relación estadísticamente positiva y significativa. “El coeficiente de correlación de Spearman” que muestra la tabla es de 0,648** lo cual da a conocer una correlación positiva. Dicho de otra manera, que a medida que mejora el estado mental de los turistas, también aumenta su satisfacción con la experiencia en las aguas termales de Lares.

La significancia estadística de 0,000 señala que la correlación es estadísticamente significativa a un nivel por debajo del 0.05, motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se llega a concluir que existe una relación significativa entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares.

Para maximizar la satisfacción del turista, podría ser beneficioso implementar y promover actividades que apoyen la salud mental, como sesiones de meditación, relajación guiada por especialistas en espacios tranquilos que permitan a los visitantes desconectarse del estrés cotidiano. Mejorar el ambiente y las ofertas de servicios que fomenten el bienestar mental no solo podría aumentar la satisfacción general de los turistas, sino también consolidar la reputación de Lares como un destino de turismo Wellness integral.

Hipótesis específica 3

Ho: No existe una relación positiva entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

Hi: Existe una relación positiva entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023.

Tabla 19

Relación entre Estado espiritual y Satisfacción

		Estado espiritual	Satisfacción del turista
Rho de	Estado	1,000	,670**
Spearman	espiritual		
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	365	365
	Satisfacción del turista	,670**	1,000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	365	365

Fuente: Elaborado por la tesista

Los resultados de correlación de Spearman muestran un valor de 0,670** por lo que señala una correlación positiva entre el estado espiritual de los turistas y su satisfacción con la experiencia en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco en el periodo 2023. Este resultado da a conocer que, a medida que los turistas experimentan un estado espiritual más elevado o más positivo, tienden a reportar niveles más altos de satisfacción con su visita.

La significancia estadística muestra el valor de (Sig. = 0,000) por lo tanto, la correlación es estadísticamente significativa ya que se encuentra a un nivel por debajo del 0.05. este hallazgo conduce al rechazo de la hipótesis nula y se infiere que existe una relación positiva entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares.

La correlación positiva y significativa entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares subraya la importancia del bienestar espiritual en la experiencia turística. Este hallazgo sugiere que los turistas que encuentran un mayor sentido de conexión espiritual durante su visita son más propensos a estar satisfechos con su experiencia en este destino de turismo Wellness.

Para maximizar la satisfacción de los turistas, sería beneficioso desarrollar y promover actividades que nutran el bienestar espiritual, como sesiones de meditación, rituales de sanación, o simplemente crear espacios tranquilos donde los visitantes puedan conectarse con su espiritualidad. Al integrar estos elementos en la oferta turística, Lares puede fortalecer su atractivo como un destino de turismo Wellness, donde el bienestar espiritual es tan valorado como el físico y mental.

5.5. Discusión de resultados

En la presente investigación el resultado que se consiguió en el análisis del turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023 señala una correlación positiva moderada por parte de los encuestados.

Los resultados adquiridos de la variable turismo Wellness en la dimensión estado físico, se observó un nivel regular, puesto que el 40,3% de los encuestados calificaron como neutro y un 38,4% de los turistas evaluó su condición física como insatisfactoria, Resultados similares fueron observados por Goldez (2020) donde se concluyó que los viajeros internacionales buscan mejoras

físicas a través de diversas actividades, En tal sentido al analizar los resultados se confirma que la mejora de la condición física de los turistas depende de la variedad de servicios y actividades que ofrece un destino lo cual les permite mayor motivación para su visita. Por el contrario, en los resultados obtenidos por Guanoluisa (2019) el 77.1 % de los turistas indicaron niveles altos y solo el 15,6% se encontraron indecisos por lo que se concluyó que a los servicios complementarios les hace falta mantenimiento y restauración de sus instalaciones para que favorezcan la salud física, mental y espiritual de todos los visitantes.

Referido a la dimensión estado mental, el 44,7% de los encuestados señalan una postura neutral respecto a su experiencia, así mismo se observó un nivel bajo lo que representa el 41,4%, de los encuestados. Resultados similares fueron hallados por Ascensión y Mendoza (2021) donde se recomendó que en Perú se implemente actividades Wellness que se relacione con la mejora del estado del cuerpo y la mente. En tal sentido al observar los resultados se constata que en los destinos Wellness hay ausencias de actividades que contribuyan al bienestar integral de los turistas. Por el contrario, en el estudio realizado por García y Segrera (2019) el resultado demuestra que el 67 % mencionaron un nivel alto de contribución a su estado mental. En relación a lo mencionado por este último autor el uso de aguas termales contribuye al estado mental debido a que los turistas sienten la sensación de comodidad y alivio.

En cuanto a la dimensión estado espiritual, se observa que el 47,9% experimentaron niveles bajos, mientras el 29,0%, reportó un nivel alto con respecto a su estado espiritual. En tal sentido se confirma que no se está cumpliendo con las expectativas espirituales de los visitantes. Del mismo modo, estos hallazgos son similares a lo mencionado por Goldez (2020) en el cual menciona que los viajeros internacionales buscan mejoras espirituales a través de actividades como yoga y meditación, los cuales enfrenta desafíos debido a la ausencia de agencias de viajes

especializadas en el bienestar espiritual y a informalidad de las personas que se dedican a este rubro. Situaciones que se presentan debido al inadecuado conocimiento del sector y a la falta de integración de actividades que favorezcan la paz interior y revitalización espiritual. Por el contrario, los resultados mencionados por Dueñas (2022) evidencian que el 81.3% de los encuestados sostienen que los tratamientos holísticos-terapéuticos son muy buenos; lo que se concluye que cuando un servicio de turismo de bienestar es de alta calidad, se recompensa con excelentes calificaciones.

En lo referido a las dimensiones de satisfacción del turista, se observa que para los elementos tangibles el 65.8% expresan un alto nivel de satisfacción respecto a las instalaciones, la limpieza, el mantenimiento y la comodidad. En cuanto a la seguridad el 56.2% calificaron con un nivel alto, en conclusión, la mayor parte de los turistas perciben que el destino ofrece un ambiente seguro. En la capacidad de respuesta el 40.5% calificaron con un nivel regular y el 39.2% de los turistas la calificaron con un nivel alto, estos resultados se deben a la buena predisposición del personal. Resultados diferentes fueron hallados en los estudios de Castro y Yapu (2023) donde el 73% de los turistas mostraron niveles bajos con respecto a los elementos tangibles. Con respecto a la dimensión seguridad el 68% se mostraron poco satisfechos, el 21% de los turistas estuvieron con niveles muy bajos, debido a la inadecuada señalización en las distintas áreas. En cuanto a la capacidad de respuesta el 48% de los turistas se sintieron poco satisfechos, el 38% de los turistas mostraron niveles altos de satisfacción con respecto a la atención del personal. Por último, en la dimensión empatía el 44% de los turistas estuvieron poco satisfechos, el 38% de los turistas calificaron nivel alto de satisfacción. En conclusión, aspectos como la infraestructura, mantenimiento de las instalaciones y el personal que atiende influyen directamente en la satisfacción del turista. Así mismo en el estudio de Durand (2023) los resultados en la dimensión

elementos tangibles señalaron que el 40% percibieron un nivel regular y finalmente el 24% de encuestados calificaron como un nivel bajo, dichos resultados se manifestaron porque la infraestructura e instalaciones son básicos los cuales requieren de mantenimiento general. Referente a la dimensión capacidad de respuesta el 52% calificaron como un nivel regular, el 25% calificaron un nivel bajo. En conclusión, la satisfacción del turista que visita un destino se debe a las instalaciones, infraestructura, la capacitación del personal y la adecuada implementación de medidas de seguridad.

Capítulo VI

Propuestas

6.1. Propuesta 1: Implementación de un salón de masajes terapéuticos en las aguas termales de Lares.

6.1.1. Lugar:

Región: Cusco

Provincia: Calca

Distrito: Lares

6.1.2. Objetivos

Objetivo general

- Implementar un salón de masajes terapéuticos en las aguas termales de Lares.

Objetivos específicos

- Fomentar la diversificación de servicios complementarios que contribuyan a las experiencias de bienestar del turista.
- Incrementar la demanda de turismo Wellness en el destino Lares
- Contribuir al desarrollo económico del distrito de Lares, mediante la generación de ingresos directos o indirectos.

6.1.3. Justificación

La implementación de un salón de masajes terapéuticos en las aguas termales de Lares, se justifica por su potencial demanda en el que muchos de los turistas buscan servicios complementarios muy aparte del uso de las pozas de agua termal, así mismo hay turistas que realizan caminatas largas, por ende, necesitan un lugar adecuado donde les permita reducir la

tensión en los pies y piernas, por lo cual contarán con la presencia de terapeutas especialistas en el área que personalizarán los tratamientos de acuerdo a las necesidades del turista.

6.1.4. Descripción de la propuesta

La propuesta se basa en la implementación de un salón de masajes terapéuticos en las aguas termales de Lares con la finalidad de aprovechar al máximo este atractivo de la región para así poder ofrecer servicios adicionales que mejoren la percepción del turista que visita las aguas termales de Lares.

Los masajes terapéuticos están orientados para aliviar dolores puntuales, alivio del estrés, y permite brindar al cuerpo emociones positivas que generan tranquilidad y relajación, el cual permite que los turistas tengan un equilibrio en lo físico, mental y espiritual, existen diferentes tipos de masajes terapéuticos los cuales varían de acuerdo a las maniobras y técnicas que aplica el terapeuta.

Para respaldar esta propuesta, se plantea la mejora de las instalaciones y equipamiento lo que implica la remodelación del hospedaje que se encuentra dentro, puntos de descanso, servicios de terapeutas especializados en tratamientos alternativos, implementar medidas de seguridad e higiene, habilitar un área de tópico e incentivar el cuidado del entorno natural.

6.1.5. Metodología

La metodología de implementación de un salón de masajes terapéuticos en las aguas termales de Lares, se realizará en cuatro etapas programadas. Durante la primera etapa, se llevará a cabo un estudio exhaustivo del perfil del visitante objetivo, reconociendo sus gustos. Seguidamente se diseñará el salón de masajes en el cual se incorporará elementos auténticos que destaque de manera singular a Lares. Durante la ejecución se realizará un seguimiento continuo

para garantizar el cumplimiento de las normas establecidas, por último, se implementará encuestas de satisfacción y un buzón de sugerencias el cual permitirá resolver las inquietudes de manera rápida.

6.1.6. Público objetivo

El público objetivo estará compuesto por turistas extranjeros, nacionales y locales que buscan actividades que contribuyan a su bienestar físico, mental y espiritual.

6.1.7. Presupuesto

Tabla 20

Presupuesto de la propuesta

Cantidad	Elementos	Costo unitario	Costo Total
1	Especialista en turismo	s/.9,000.00	s/.9,000.00
2	Salarios de los especialistas en áreas de ejecución	s/.8,000.00	s/.16,000.00
1	Especialista en estudio de mercado	s/.6,000.00	s/.6,000.00
	Útiles de escritorio	s/.500.00	s/.500.00
	Total		s/.31,500.00

6.1.8. Resultados esperados de la propuesta

Con esta iniciativa se enriquecerá la oferta turística en el distrito de Lares:

Incremento de la afluencia turística: Se captará mayor demanda de turistas que buscan un bienestar integral.

Fidelización de visitantes: El salón de masajes terapéuticos está diseñado especialmente para generar experiencias únicas en los turistas y a su vez contribuirán en recomendaciones positivas y motivarán el retorno de los turistas.

Impacto económico positivo: La implantación de este servicio, generara un impacto económico positivo a nivel del distrito de Lares, debido a que los entes involucrados directa o indirectamente en el turismo mejoraran su rentabilidad.

Mejora de la imagen del atractivo: La implementación del salón de masajes terapéuticos mejorará la imagen del atractivo debido a que será reconocido como el único lugar donde se brinda el servicio de bienestar integral.

Diversificación de la oferta turística: La implementación del salón de masajes terapéuticos diversificara los servicios que se ofrece en el atractivo aguas termales de Lares, lo cual mejorara la satisfacción del turista.

Figura 16

Salón de masajes en las aguas termales de Lares



Fuente: Elaborado con IA

6.2. Propuesta 2: Plan de formación del equipo humano en turismo Wellness

6.2.1. Lugar:

Región: Cusco

Provincia: Calca

Distrito: Lares

6.2.2. Objetivos

Objetivo general

- Capacitar al equipo humano en técnicas de atención al turista.

Objetivos específicos

- Capacitar al equipo humano en servicios relacionados al Wellness.
- Proporcionar información relevante sobre el estilo de vida saludable y equilibrada en un entorno de viaje.
- Estimular la creatividad entre el equipo humano, alentándolos a realizar diferentes actividades que contribuyan al estado físico, mental y espiritual de los turistas.

6.2.3. Justificación

El plan de formación en turismo Wellness para el equipo humano, se justifica por la necesidad de contar con personal idóneo que actúe de manera eficiente frente a las necesidades de los turistas actuales que buscan relajarse y revitalizarse durante su visita a un destino. Esta propuesta ayudara a mejorar la calidad de servicio, llamando la atención de los turistas que buscan experiencias únicas que les permita desconectarse de lo cotidiano, por lo cual las aguas termales de Lares se destacaran como un destino ideal para el segmento Wellness.

6.2.4. Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en la elaboración y ejecución de un plan de formación en turismo Wellness para el equipo humano, con la finalidad de elevar los estándares de calidad de servicio en las aguas termales de Lares lo cual contribuirá a mejorar la satisfacción del turista.

El plan de formación esta orientado a proporcionar información relevante sobre el segmento Wellness así mismo ayudará a tener un conocimiento profundo sobre la importancia del bienestar integral de una persona tanto en lo físico, mental y espiritual durante su viaje a un determinado destino.

6.2.5. Metodología

La metodología del plan de formación en turismo Wellness para el equipo humano, se realizará de forma integral abordando la teoría y la práctica. Inicialmente, se realizará un análisis profundo sobre el turismo Wellness y sus características. Seguidamente se procederá a detallar los productos y servicios ofrecidos a este segmento lo cual se realizará a través de sesiones teóricas y se complementará con talleres prácticos en el cual se fomentará la participación de todo el equipo humano para así garantizar la comprensión de los conocimientos adquiridos. Finalmente, se diseñará un sistema de retroalimentación para evaluar el progreso de cada participante.

6.2.6. Público objetivo

El público objetivo de este plan de formación en turismo Wellness para el equipo humano estará conformado por el equipo humano que atiende en diferentes áreas como recepción, seguridad, limpieza y otros. También estará dirigido a emprendedores del sector turismo que buscan adecuar sus productos o servicios al segmento Wellness.

6.2.7. Presupuesto

Tabla 21

Presupuesto de la propuesta

Cantidad	Elementos	Costo unitario	Costo Total
1	Elaboración del plan	s/.9,000.00	s/.9,000.00
3	Capacitación	s/.15,000.00	s/.15,000.00
1	Evaluación teórica y práctica	s/.3,000.00	s/.3,000.00
	Certificación	s/.2,000.00	s/.1,000.00
	Total		s/.28,000.00

6.2.8. Resultados esperados de la propuesta

Con esta iniciativa se espera:

- Mejorar la calidad de servicio
- Fidelizar al turista que busca un equilibrio en su vida
- Diferenciar el atractivo aguas termales de Lares
- Mejorar la satisfacción de los turistas
- Implementar técnicas de atención
- Profundizar el conocimiento sobre el turismo Wellness

Conclusiones

Primero: Se determinó que existe una relación positiva moderada entre el turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023, dicha relación es positiva con intensidad moderada con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.684** y una significancia estadística de 0,000. Esta relación pudo darse en vista de que las aguas termales de Lares ha sido un destino ideal para el turismo Wellness debido a las propiedades medicinales de sus aguas y al entorno natural que transmite tranquilidad. Además, cuando los turistas experimentan actividades en el entorno natural se sienten aliviados y relajados, lo que puede incrementar su satisfacción.

Segundo: Se logró comprobar una relación positiva moderada entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023 con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0.639** y una significancia estadística de 0,000. Esto significa que la condición física que sienten los turistas tiene un impacto positivo en su satisfacción. Lo que implica que la implementación de actividades en el atractivo aguas termales de Lares, contribuyen a la condición física de los turistas, lo cual les permitió participar de ello para tener una mayor satisfacción.

Tercero: Se determinó una relación positiva moderada entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023, con una correlación Rho de Spearman de 0.648** y una significancia estadística de 0,000. Esta relación indica que el estado mental que experimenta un turista al momento de visitar un destino Wellness tiene un impacto positivo en su satisfacción. Es decir, los turistas perciben que hay actividades que contribuyen a su estado mental durante su visita a las aguas termales de Lares, lo que les permite estar más satisfechos con el destino.

Cuarto: Se estableció que existe una relación positiva moderada entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023 con una correlación de Rho de Spearman de 0.670** y una significancia estadística de 0,000. Esto implica que en el atractivo aguas termales de Lares, los turistas que participaron en actividades que aporten a su estado espiritual tienden a estar más satisfechos con su visita. Las actividades que estimulan el bienestar físico, mental y espiritual del turista, brindan un sentido de calma y comodidad lo que incrementa su satisfacción frente a un destino Wellness.

Recomendaciones

Primero: Se recomienda al gerente de la división de turismo y artesanía de la municipalidad distrital de Lares, invertir en la implementación y mejora continua de los servicios complementarios lo cual incluye la modernización de las instalaciones de baños termales de acuerdo a las necesidades del turista actual, mejorar áreas de descanso e implementar actividades relacionadas con el bienestar. Además, se debe prestar especial atención a la formación del personal para asegurar una atención de calidad, lo que contribuirá significativamente a la satisfacción general de los turistas. Lares puede posicionarse como un destino líder en turismo Wellness si se garantiza que cada aspecto de la experiencia del visitante esté orientado a maximizar su bienestar integral.

Segundo: Se recomienda al gerente de la división de turismo y artesanía de la municipalidad distrital de Lares, ampliar la oferta de actividades físicas y deportivas que complementen a la experiencia de los turistas. Esto podría incluir opciones como caminatas, ciclismo, masajes con plantas medicinales y otras actividades al aire libre que no solo promuevan la salud física, sino que también permitan a los visitantes disfrutar del entorno natural de Lares. La promoción de estas actividades debe estar alineada con una estrategia de marketing que resalte los beneficios de un hábito de vida equilibrado, atrayendo a un público interesado en el turismo Wellness. De esta manera, se fortalece la posición de Lares como un destino turístico que ofrece una experiencia completa y enriquecedora.

Tercero: Se recomienda al gerente de la división de turismo y artesanía de la municipalidad distrital de Lares, diseñar y ofrecer experiencias que contribuyan a la salud mental de los visitantes. Esto puede incluir la creación de espacios tranquilos para la meditación, yoga, masajes y organización de actividades grupales como observación de estrellas, fogatas con reseñas de

historias ancestrales lo cual permite aprovechar el entorno sereno de Lares. Así mismo la capacitación del personal en técnicas de atención plena y apoyo emocional puede ser una estrategia valiosa para garantizar que los turistas se sientan cuidados y valorados durante su estancia. Al priorizar el bienestar mental, Lares puede diferenciarse como un destino que ofrece una experiencia revitalizante y transformadora.

Cuarto: Se recomienda al gerente de la división de turismo y artesanía de la municipalidad distrital de Lares, integrar actividades que promuevan la conexión espiritual en este destino. Actividades como meditaciones guiadas, rituales de yoga, técnicas de concentración, respiración y ceremonias tradicionales que honren la cultura local pueden enriquecer la experiencia del visitante, proporcionando una dimensión espiritual que complemente los beneficios físicos y mentales del turismo Wellness.

Referencias

- Alberca, F. (2019). El turismo creativo. Conceptualización y características. *Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería*, 33(08), 145-159.
https://doi.org/file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/RCU_33_turismo-creativo.pdf
- Albert, M. (2020). La búsqueda espiritual a través del turismo. Su articulación desde el dado de la oferta. *Cuadernos de Turismo*(45), 13-32.
<https://doi.org/https://doi.org/10.6018/turismo.426021>
- Alvarez, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. Universidad de Lima.
https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:qtYMXJv9rwYJ:scholar.google.com/+CLASIFICACION+DE+LAS+INVESTIGACIONES+&hl=es&as_sdt=0,5
- Alves, A., Schreinert, I., Pinto, D., Scrivano, P., & Santos, H. (2023). Locais para a prática do Turismo Espiritual: qual é a relação da espiritualidade com a natureza? *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(1), 129-141.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.009>
- ANA. (2021). *RESOLUCIÓN N° 412 -2021-ANA/TNRCH*. Ministerio de desarrollo agrario y riego. <https://www.ana.gob.pe/sites/default/files/normatividad/files/82-RTNRCH-0412-2021-005.pdf>
- Andueza, F. C., Vinuesa, R., escobar, S., Medina, G., & Araque, J. (2020). Calidad microbiológica de las aguas termales del balneario “El Tingo”. Pichincha. Ecuador. *Ars Pharmaceutica (Internet)*, 61(1), 15-25.
https://doi.org/https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2340-98942020000100003

- Araníbar, E., & Patiño, A. (2022). Turismo, camino hacia la sostenibilidad: una aproximación al Lago Titicaca Peruano. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 7(3), 46-62.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33936/rehuso.v7i3.5150>
- Arce, R., Suarez, E., Solis, V., & Argudo, N. (2020). Análisis de los productos turísticos: caso Península de Santa Elena, Ecuador. *Revista UEES*, -(), -.
<https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/download/520/469?inline=1>
- Arjona, M. d. (2022). la incidencia de empatia intercultural en hombres y mujeres que laboran en agencias de viajes en nuevo león. *Turismo y Sociedad*, XXX(1), 51-69.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01207555.n30.03>
- Ascencion, V., & Mendoza, V. (2021). *Turismo wellness aplicado a la hoteleria*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658577/Ascención_VV.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Azze, A., & Ochoa, M. (2017). La gestión ambiental en una entidad hotelera de turismo de naturaleza. Caso Villa Mirador de Mayabe de Holgín, Cuba. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(1), 52-67. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000100052>
- Bautista, K., & Sanchez, J. (2023). *Motivación y satisfacción de los visitantes en los baños termales de Monterrey y Chancos, Huaraz, Ancash*. Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/137805/Bautista_CK-Sanchez_SJLA-SD.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Bernaola Timoteo, M. F. (2017). *Nivel de satisfacción del turista nacional en el producto turístico de la ciudad de Piura, 2017*. Universidad César Vallejo.

- https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25887/Bernaola_TMF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo, B. (2022). Turismo de naturaleza, una tendencia wellness. *Turismo de naturaleza, una tendencia wellness*, (-), -. <https://www.ucv.edu.pe/noticias/turismo-de-naturaleza-una-tendencia-wellness>
- Castro, M., & Yapu, R. (2023). *Gestión de las aguas termales en el centro experimental La Raya de la Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco – Distrito de Marangani - Provincia de Canchis y la satisfacción del turista – 2019*. Cusco. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/8330/253T20230796_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Crespo, I. (2021). *Conceptualización y Caracterización del Turismo Wellness. Oferta y Servicios en la Provincia de Málaga*. Universidad de Sevilla.
- https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/128368/CRESPO_FERNANDEZ_I%28179%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- De la cruz, J., Ferrero, R., Rivas, J., & Cruz, N. (2023). Turismo de bienestar como segmento en crecimiento: una mirada desde los estudios bibliométricos. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, VIII(1), -.
- <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=673174514007>
- Diario online del agente de viajes. (2024). *El Turismo del bienestar, una tendencia cada vez más importante en el Sector*. NEXOTUR.
- <https://www.nexotur.com/noticia/121853/nexotur/el-turismo-del-bienestar-una-tendencia-cada-vez-mas-importante-en-el-sector.html>

- Díaz, C., & Regueros, D. (2023). Análisis de los servicios innovadores para el turismo de bienestar presentes en el hotel Sindamanoy en Zapatoca , Santander. *Turismo y Sociedad*, XXXII, 25-49. <https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01207555.n32.01>.
- Díaz, G., & Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, -(39), 19–36. <https://doi.org/doi:10.31095/podium.2021.39.2>
- Dueñas, L. (2022). “*El Servicio de turismo de bienestar en el Hotel Belmond Palacio Nazarenas en la ciudad del Cusco 2020*”. Universidad Andina del Cusco.
- Durand, W. J. (2023). *Servicios turísticos y la satisfacción del turista en la comunidad Ausangate, anexo Pacchanta del distrito de Ocongata provincia de Quispicanchis Cusco – 2023*. Universidad Andina del Cusco.
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/5842/Whinie_Tesis_bachelor_chiller_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- El Presidente de la República de Colombia. (2022). *Decreto 190*. Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. https://www.bu.com.co/sites/default/files/2022-02/Decreto%20190%20de%202022_0.pdf
- Fernandez, K., Kuhn, J., Lopez, C., Moraga, M., Ortega, P., & Morrison, R. (2019). Meditación: análisis crítico de la experiencia de jóvenes universitarios en su vida cotidiana y salud. *Universidad de Chile*, 27(4), 765-775.
<https://www.scielo.br/j/cadbto/a/dGpHhDD6GMPCNWKbKq99Lnn/?format=pdf&lang=es>
- Ferré, L. (16 de Agosto de 2023). Turismo de Salud y Bienestar en Perú: explorando Aguas Termales y Sonrisas Brillantes. *Universidad César Vallejo*, -(-), -.

<https://www.ucv.edu.pe/noticias/turismo-de-salud-y-bienestar-en-peru-explorando-aguas-termales-y-sonrisas-brillantes>

García, G., Serrano, R. d., Palmas, D., & Ramírez, O. (2023). Turismo comunitario y patrimonio cultural desde la percepción de los residentes: Zacualpan de Amilpas, Morelos. *región y sociedad*, XXXIV(4), -. <https://doi.org/doi: 10.22198/rys2022/34/1554>

García, T., & Segrega, Y. (2019). *Estrategias para potenciar el turismo de bienestar en las termas los Chorros en el Municipio de Agua de Dios Cundinamarca*. Colombia: Universida Piloto de Colombia.
<http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/5673>

Giop, M. (2022). Turismo espiritual y prácticas New Age: una propuesta de abordaje desde la geografía cultural. *Sociedad y religión*, 32(60), -.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-70812022000200004

Gipuzkoa. (2021). *La conexión con la naturaleza*. Gnaturaldia Konekta.
https://www.gipuzkoa.eus/documents/3767975/15514395/1%40ES_CONEXIÓN+CON+LA+NATURALEZA.pdf/c569f9d1-9ead-9f20-21b3-609417546d86#:~:text=AÑOS%20DE%20GIPUZKOA-,%c3%a9Qu%C3%A9%20significa%20conectar%20con%20la%20naturaleza%3F,magnitud%20y%20cuidar%20de%20ella.

Goldez, L. (2020). *"Yo vine a curarme": El turismo de bienestar en Tarapoto (San Martín, Perú) y las experiencias de los turistas extranjeros que llegan a esa ciudad*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17332>

- Gonnet, P. (2020). ¿Por qué la interacción? Una reconstrucción de los escritos tempranos de Erving Goffman. *Revista Reflexiones*, 99(1), 168-188.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.15517/rr.v99i1.35308>
- Gonzales, A., Montalvo, A., & Herrera, A. (2020). Comodidad de los pacientes hospitalizados en unidades de cuidado intensivo e intermedio. *Enfermería Global*, 16(45), 266-294.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.6018/eglobal.16.1.260101>
- Guanoluisa Yano, D. (2019). *Turismo de termalismo y bienestar como motivación turística, caso de estudio: Baños de agua Santa*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30259>
- Hernandez, C., Bohorquez, M., Caballero, I., & Gonzales, H. (2020). Clúster de turismo en salud: Contexto global de este modelo. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 39(1), 43. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.4065004>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Huaman, A. G., & Ochoa, V. (2023). *La calidad de servicio y la satisfacción del turista en el circuito turístico de las salineras de Maras, 2022*. Universidad Norbert Wiener.
https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/8679/T061_74231336_73085280_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Iacob, V., Neves, S., & Carmo, C. (2021). Reflexões sobre os tipos de turismo e o bem-estar na. *Revista AMazônica*, 13(2), 50-69.
<https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/amazonica/article/view/8980/6487>
- Lopez, R., Lalangui, J., Ana, M., & Palmero, D. (2019). Validación de un instrumento sobre los destinos turísticos para determinar las potencialidades turísticas en la provincia de El Oro, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 341-346.
https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200341
- Marchan, C., Moscoso, M., & Vásquez, M. (2023). Estudio de la calidad de los servicios turísticos y seguridad turística en Huanta, Perú. *Revista Universidad y Sociedad*, XV(1), 163-175. <https://doi.org/http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v15n1/2218-3620-rus-15-01-3529.pdf>
- Martínez, L., Pérez, A., & Caamal, I. (2021). Calidad y demanda del servicio de hoteles de tres estrellas en la región petrolera de Ciudad del Carmen, Campeche. *Región y sociedad*, XXXII(2), -. <https://doi.org/https://doi.org/10.22198/rys2020/32/1259>
- Mejia, N. (2018). Usos, hábitos, actitudes y experiencias usuario de jóvenes universitarios en el consumo audiovisual de Netflix. *Revista Aportes de la Comunicación y la Cultura*, --(25), 49-62. https://doi.org/http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-86712018000200005&lang=es
- Mincetur. (2022). Ley General de turismo ley N° 29408. *El peruano*, -(-), 1-21.
<https://doi.org/https://diariooficial.elperuano.pe/Normas/obtenerDocumento?idNorma=70004>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Manual para la Elaboración y Actualización del Inventario Nacional de Recursos Turísticos*. Lima. Impresiones &

Publicidad Viserza S.A.C.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/401761/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (29 de Marzo de 2019). Turismo en el Perú.

Comexperu, (-), -. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/turismo-en-el-peru>

Moreno Gonzáles, A. Á. (2021). *Tourist's perceptions, behaviours and preferences in health and wellness tourism*. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

<https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/112441/1/Tesis%20Doctoral%20Antonio%20%C3%81ngel%20Moreno%20Gonz%C3%A1lez.pdf>

Moreno, J. (2019). *Turism de bienestar como aporte al desarrollo turistico de la parroquia*

Quimiag, Canton Riobamba. Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5765>

Moreno, Z., Ziritt, G., & Harold, S. (2019). Turismo Sostenible: percepciones, bienestar ciudadano y desarrollo local. *Revista Venezolana de Gerencia, II(-)*, 104-130.

<https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446006>

Municipalidad Distrital de Lares. (2023). *Plan de Desarrollo Turístico*. Cusco. Municipalidad Distrital de Lares.

ONU Turismo. (- de - de -). *Glosario de términos de turismo*. Glosario de términos de turismo:

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. UNWTO.

<https://doi.org/doi:10.18111/9789284420858>

- Paladines, G., Suarez, J., & Capa, S. (2020). Gestión de la felicidad y satisfacción del turista en Ecuador. *Conciencia Digital*, 3(4), 122-138.
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/1432>
- Palomino Flores, O. (2021). *Turismo de bienestar: factores de motivación, satisfacción y customer engagement*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/655865/PalominoF_O.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Pérez, J. Y. (2017). *Nivel de satisfacción del turista nacional que visita el distrito de Cajamarca - 2017*. Cajamarca. Universidad Nacional de Cajamarca.
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2505/TESIS%20DE%20JULISSA%20PER%c3%89Z%20P%c3%89REZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Perez, R., Garcia, G., Sanchez, A., & Campdesuñer, I. (2018). La satisfacción de clientes en el sector turístico: metodología seis sigma. *Ciencias Holguin*, 24(1), 29-42.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/1815/181553863004/html/>
- Pin, W. (2020). *Turismo rural en áreas cafetaleras en la zona sur de Manabí, Ecuador*. Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/108769>
- Ramon, A., Merino, P., Guaman, C., & Rodas, A. (2023). Jornadas laborales prolongadas y lesiones por accidentes de trabajo: estimaciones de la Primera Encuesta sobre Condiciones de Seguridad y Salud en el Trabajo en Ecuador. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 26(1), 25-40.
https://doi.org/https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1578-25492023000100003&lang=es

- Ramos, M. E., & Chávez, H. F. (2023). Turismo de bienestar como técnica de fidelización para atractivos turísticos: caso Tungurahua, Ecuador. *Uniandes EPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 10(3), 392-403.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61154/rue.v10i3.3141>
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. -.
<https://doi.org/https://dle.rae.es/ag%C3%BCista>
- Rivera, M. (2018). Turismo activo, recreación al aire libre y deportes de naturaleza: una lectura geográfica. *Universidad de Córdoba*, 77(--), 462-492.
<https://doi.org/file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-TurismoActivoRecreacionAlAireLibreYDeportesDeNatur-6554899.pdf>
- Rodrigo, M. (2020). La búsqueda espiritual a través del turismo. Su articulación desde el lado de la oferta. *Universitat de Valencia*, --(45), 13-32.
<https://doi.org/https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/93217/9/426021-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1455371-2-10-20200720.pdf>
- Rodríguez, J. (2017). Cambiar para perdurar: evolución del termalismo y los establecimientos de aguas minero-medicinales. *Dynamis*, 37(2), 517-528.
https://doi.org/https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0211-95362017000200012
- Rojas, M. (2020). Turismo de bienestar. Nuevas oportunidades en la hotelería. *Revista Cultura*, 34(10), 145-158. https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_34_turismo-bienestar.pdf
- Rosemberg, C., Stein, A., Audisio, C., Resches, M., & Quiroga, M. (2021). Lexico de Estado Mental en Argumentaciones Infantiles. Un Estudio en Hogares Argentinos de Distintos

- Grupos Sociales. *Universidad de Chile*, 23(47), 24-47.
<https://lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/65166/68488>
- Sanchez, V., Felix, B., & Velarde, J. (2018). Percepcion de los turistas nacionales sobre la imagen turistica de Mazatlan, Mexico. *Revista de Investigaciones Turísticas*(18), 121-142.
<https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/50/22>
- Secretaría de Turismo. (2023). *México ocupa el primer lugar en turismo 'wellness' en América Latina*. Gobierno de México. BANCOMEXT. <https://www.bancomext.com/blog-bancomext/mejora-tu-hotel/mexico-ocupa-el-primer-lugar-en-turismo-wellness-en-america-latina/>
- Tamayo, M. (2019). Relajación de jacobson para disminuir la ansiedad originada por evaluaciones e incremento del rendimiento académico en estudiantes de psicología de una universidad privada de lima metropolitana. *Avances en Psicología*, 27(2), 167-176.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33539/avpsicol.2019.v27n2.1795>
- Taype, W., Chucas, L., De la Cruz, L., & Amado, J. (2019). Tiempo de espera para atención médica urgente en un hospital terciario después de implementar un programa de mejora de procesos. *Anales de la Facultad de Medicina*, 80(4), --.
https://doi.org/http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832019000400005
- Tourism Management School. (2021). *Turismo de bienestar: un viaje en busca de la salud y la relajación*. OSTELA. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-de-bienestar-un-viaje-en-busca-de-la-salud-y-la-relajacion>

- Vega , D., Cisneros, Y., & Castillo, Y. (2023). Retos para aplicar la norma internacional de turismo accesible en hoteles cubanos. *Revista trimestral*, 29(3), 1-16.
<http://www.ciencias.holguin.cu/revista/article/view/192/19>
- Yopez, P. (2015). Tradiciones indigenas en el mundo moderno y su incidencia en la educacion intercultural. *Universidad Politécnica Salesiana*, --(18), 231-251.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/4418/441846095013.pdf>
- Yurtor, M., & Salazar, D. (2019). Análisis del clima organizacional y la satisfacción laboral en el sector de alojamiento. Caso ciudades de Quito y Cuenca. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, XV(1), 82-92. <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v15n1/0718-235X-riat-15-01-82.pdf>
- Zamora, R. (2019). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación. *Universidad de Málaga, España*, 17(2), 299-312.
<https://www.redalyc.org/journal/881/88165873004/html/>
- Zheng, H., Chen, X., Bu, X., Qiu, X., Zhang, D., Zhou, Y., . . . Zheng, Y. (2023). Evaluación de la ingesta de nutrientes y su relación con el estado nutricional de los pacientes con enfermedad de Crohn en la provincia de Guangdong de China. *Nutrición Hospitalaria*, 40(2), 241-249.
https://doi.org/https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112023000300002&lang=es

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023						
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Cuál es la relación entre el Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023?	Determinar la relación entre el Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023	Existe una relación significativa entre el Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023				<p>Tipo: Básico</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental – transversal</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas				
PE1 ¿Qué relación existe entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023?	OE1 Evaluar el grado de relación entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023	HE1 Existe una relación significativa entre la condición física y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023	V1 Turismo Wellness	Condición física	<ul style="list-style-type: none"> Índice de participación en actividades Actividades recreativas Calidad del entorno Relajación percibida Grado de satisfacción 	<p>Población: La población de estudio está conformada por los turistas extranjeros y nacionales que visitan las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023</p> <p>Muestra: Estará conformada por un total de 365 turistas que visitan las aguas termales de Lares, 2023</p>
PE2 ¿Cuál es la relación entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023?	OE2 Determinar el grado de relación entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023	HE2 Existe una relación significativa entre el estado mental y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023		Estado mental	<ul style="list-style-type: none"> Conexión de la naturaleza Interacción social 	<p>Técnica de recolección de datos Encuesta</p>
PE3 ¿De qué manera se relaciona el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023?	OE3 Establecer el grado de relación entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023	HE3 Existe una relación positiva entre el estado espiritual y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023		Estado espiritual	<ul style="list-style-type: none"> Limpieza y mantenimiento Calidad de las instalaciones Comodidad Equipamiento Ambientación Calidad del agua termal Horario de servicio 	<p>Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario [preguntas cerradas]</p> <p>Método de análisis de datos Para el procesamiento y análisis de la información se utilizará el software estadístico SPSS V.27</p>
			V2 Satisfacción del Turista	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de reserva Cumplimiento de promociones y ofertas 	

Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none">• Tiempo de espera• Respuesta a solicitudes específicas• Disponibilidad de personal• Personalización de experiencias• Presencia de personal de seguridad• Iluminación y seguridad nocturna
Seguridad	<ul style="list-style-type: none">• Medidas de prevención de accidentes• Cumplimiento de normativas de seguridad• Seguridad de las aguas termales• Seguimiento post visita
Empatía	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de crear ambiente de confianza• Feedback• Orientación y asesoramiento

Anexo 2: Instrumento de aplicación

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

Facultad de Administración y Turismo

Escuela Profesional de Turismo



Encuesta:

Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023

Presentación:

Estimado (a) colaborador (a) de la Sociedad de Beneficencia Cusco, les solicitamos su colaboración sincera y veraz en la siguiente encuesta que tiene como objetivo recopilar información sobre el **Turismo Wellness y la satisfacción del turista en las aguas termales de Lares, provincia de Calca, Cusco - 2023**. Por favor, tómese el tiempo necesario para completar la encuesta de manera individual. Agradecemos enormemente su valiosa contribución.

Para aclarar, queremos enfatizar que esta investigación no divulgará ninguna opinión ni tampoco los datos de los encuestados. La información recopilada se manejará de forma confidencial y será utilizada exclusivamente con fines de investigación.

Datos generales:

1. Género:

a) Masculino

b) Femenino

2. Nacionalidad:

Indicar su nivel de satisfacción en los siguientes ítems. La valoración es de acuerdo a la escala de Likert con una puntuación de 1 a 5, tal como se muestra a continuación:

Calificación:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
Turismo Wellness						
Condición física						
01	La variedad de actividades disponibles en las aguas termales de Lares contribuyó a mi disfrute general	1	2	3	4	5
02	Disfruté participando en las actividades recreativas disponibles en las aguas termales de Lares (fogata, caminatas, visita al mirador etc.)	1	2	3	4	5
03	El entorno natural alrededor de las aguas termales de Lares se encontraba en buen estado y bien conservado	1	2	3	4	5

Estado mental						
04	Experimenté una sensación de relajación profunda durante mi visita a las aguas termales de Lares	1	2	3	4	5
05	Las aguas termales de Lares cumplieron mis expectativas teniendo una experiencia satisfactoria en términos de recreación y bienestar	1	2	3	4	5
Estado espiritual						
06	La belleza natural del área de las aguas termales de Lares contribuyó positivamente a mi estado de ánimo y relajación	1	2	3	4	5
07	Durante mi visita a las aguas termales de Lares, tuve la oportunidad de interactuar con otros turistas o visitantes	1	2	3	4	5
Satisfacción del turista						
Elementos tangibles						
08	Las instalaciones en las aguas termales de Lares estaban limpias durante mi visita	1	2	3	4	5
09	Las instalaciones en las aguas termales de Lares estaban en buen estado y bien cuidadas durante mi visita	1	2	3	4	5
10	Las instalaciones en las aguas termales de Lares fueron diseñadas teniendo en cuenta la comodidad	1	2	3	4	5

	de los visitantes, lo que mejoró mi experiencia como turista					
11	El equipamiento disponible en las aguas termales de Lares cumplió con mis expectativas en términos de calidad y variedad	1	2	3	4	5
12	La ambientación de las instalaciones en las aguas termales de Lares creó un ambiente agradable y relajante durante mi visita	1	2	3	4	5
Fiabilidad						
13	Durante mi estancia, percibí que el agua termal en las aguas termales de Lares era de alta calidad y beneficiosa para mi bienestar	1	2	3	4	5
14	El horario de apertura y cierre de las aguas termales de Lares fue conveniente y me permitió disfrutar plenamente de la experiencia durante mi estancia	1	2	3	4	5
15	El proceso de reserva para acceder a las aguas termales de Lares fue claro y transparente, lo que contribuyó positivamente a mi satisfacción con el destino	1	2	3	4	5
16	Durante mi estancia, encontré que las promociones y ofertas disponibles en las aguas termales de Lares eran beneficiosas y se ajustaban a mis intereses como turista	1	2	3	4	5

Capacidad de respuesta						
17	El tiempo de espera para recibir servicios, como entrar en las piscinas termales, fue mínimo y adecuado durante mi estancia en las aguas termales de Lares	1	2	3	4	5
18	Las solicitudes específicas que realicé durante mi estancia en las aguas termales de Lares fueron atendidas satisfactoriamente por el personal del lugar	1	2	3	4	5
19	La disponibilidad del personal en las aguas termales de Lares contribuyó a una experiencia más satisfactoria como turista, ya que me sentí bien atendido/a durante mi estancia en el lugar	1	2	3	4	5
20	Sentí que las actividades y servicios disponibles en las aguas termales de Lares se adaptaron a mis intereses específicos como turista, lo que mejoró mi experiencia general en el lugar.	1	2	3	4	5
Seguridad						
21	La presencia del personal de seguridad en las aguas termales de Lares me hizo sentir seguro/a y protegido/a durante mi visita al lugar	1	2	3	4	5
22	La iluminación en las áreas comunes y senderos de las aguas termales de Lares durante la noche era	1	2	3	4	5

	adecuada para garantizar la seguridad de los visitantes					
23	Durante mi visita a las aguas termales de Lares, noté la presencia de medidas efectivas para prevenir accidentes en las instalaciones	1	2	3	4	5
24	El cumplimiento de las normativas de seguridad en las aguas termales de Lares me transmitió confianza en la gestión del lugar y en la protección de los visitantes durante mi visita al destino	1	2	3	4	5
25	Durante mi visita a las aguas termales de Lares, percibí que se tomaban medidas adecuadas para garantizar la seguridad de los visitantes en relación con las propias aguas termales (por ejemplo, temperatura adecuada, señalización de zonas peligrosas, etc.)	1	2	3	4	5
Empatía						
26	El seguimiento realizado por el personal del lugar después de mi visita a las aguas termales de Lares me hizo sentir valorado/a como cliente, mostrando interés genuino en mi experiencia y satisfacción	1	2	3	4	5
27	La capacidad del personal del lugar para crear un ambiente de confianza en las aguas termales de Lares contribuyó a una experiencia más placentera	1	2	3	4	5

	y satisfactoria como turista, permitiéndome disfrutar plenamente de las instalaciones y servicios ofrecidos					
28	Durante mi experiencia en las aguas termales de Lares, tuve la oportunidad de proporcionar feedback o comentarios sobre mi visita, los cuales fueron recibidos y valorados por el personal del lugar	1	2	3	4	5
29	Durante mi visita a las aguas termales de Lares, recibí orientación y asesoramiento por parte del personal del lugar, lo cual fue útil para mejorar mi experiencia y maximizar mi disfrute de las instalaciones y servicios ofrecidos	1	2	3	4	5

Anexo 3: Procesamiento de datos SPSS. V.27

Procesamiento de datos turismo Wellness y satisfaccion del turista.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

#	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
8	P6	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	P7	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	B1	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	B2	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	B3	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	B4	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	B5	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	B6	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	B7	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	B8	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	B9	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	B10	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	B11	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	B12	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
22	B13	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	B14	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
24	B15	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
25	B16	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
26	B17	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
27	B18	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
28	B19	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
29	B20	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
30	B21	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
31	B22	Númérico	8	0		{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

Procesamiento de datos turismo Wellness y satisfaccion del turista.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 51 de 51 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8
88	2	1	1	2	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2	2
89	1	2	3	3	4	3	3	2	1	3	2	2	2	2	4
90	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4
91	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
92	3	4	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3
93	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2
94	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
95	4	3	4	4	5	4	5	2	2	1	1	1	3	3	2
96	5	3	4	5	3	5	3	5	5	5	3	3	4	3	3
97	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	4	3	2	2	2
98	3	2	3	3	2	3	2	5	5	3	4	4	3	3	3
99	4	3	3	2	4	3	4	1	2	1	2	2	3	3	4
100	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4
101	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3
102	4	2	5	2	5	5	4	5	5	2	5	5	2	5	4
103	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2
106	2	1	3	3	2	4	1	2	3	2	4	4	4	4	3
107	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
108	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
109	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

Procesamiento de datos turismo Wellness y satisfaccion del turista.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 51 de 51 variables

	V1	V1D1	V1D2	V1D3	V2	V2D1	V2D2	V2D3	V2D4	V2D5	V1SUB	V2SUB	V2D1S
210	20	8	6	6	48	12	8	8	11	9	3	1	1
211	17	7	6	4	56	11	8	10	15	12	3	1	
212	23	10	7	6	52	18	12	8	7	7	3	1	
213	22	9	8	5	52	18	12	8	7	7	3	1	
214	22	9	6	7	49	17	11	8	6	7	3	1	
215	33	13	10	10	91	20	18	17	20	16	3	3	
216	32	14	9	9	85	24	12	17	18	14	3	3	
217	30	13	9	8	77	17	9	16	15	20	2	2	
218	25	10	8	7	78	18	15	14	17	14	3	2	
219	29	12	9	8	73	18	12	13	16	14	2	2	
220	35	15	10	10	67	18	8	16	13	12	1	2	
221	28	12	8	8	85	18	16	16	20	15	2	3	
222	34	14	10	10	97	23	18	17	21	18	3	3	
223	31	13	9	9	86	17	12	20	25	12	3	3	
224	16	8	4	4	51	9	9	12	11	10	3	1	
225	28	12	8	8	71	18	13	11	16	13	2	2	
226	35	15	10	10	110	25	20	20	25	20	1	3	
227	18	9	4	5	47	11	10	8	10	8	3	1	
228	10	4	3	3	44	10	8	8	10	8	1	1	
229	20	9	5	6	72	15	12	15	14	16	3	2	
230	33	15	10	8	102	24	15	19	24	20	3	3	
231	21	9	6	6	70	15	12	12	15	16	3	2	
232	20	9	5	6	66	15	12	14	15	10	3	1	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

Procesamiento de datos turismo Wellness y satisfaccion del turista.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 51 de 51 variables

	V1	V1D1	V1D2	V1D3	V2	V2D1	V2D2	V2D3	V2D4	V2D5	V1SUB	V2SUB	V2D1S
343	29	13	8	8	85	18	16	16	20	15	2	3	
344	34	14	10	10	94	22	18	17	21	16	3	3	
345	27	12	7	8	48	9	9	9	12	9	2	1	
346	16	6	5	5	41	12	7	7	10	5	3	1	
347	29	13	8	8	49	17	12	8	6	6	2	1	
348	18	8	5	5	77	21	13	13	19	11	3	2	
349	24	10	7	7	66	8	14	12	17	15	3	1	
350	32	13	10	9	80	20	16	14	17	13	3	2	
351	20	8	7	5	66	10	11	15	18	12	3	1	
352	27	11	7	9	94	22	13	18	24	17	2	3	
353	23	10	7	6	73	20	16	12	15	10	3	2	
354	23	10	6	7	69	19	13	12	15	10	3	2	
355	16	7	4	5	43	10	8	7	10	8	3	1	
356	16	6	5	5	64	16	12	12	12	12	3	1	
357	33	14	10	9	104	25	19	19	23	18	3	3	
358	26	11	8	7	49	14	7	7	13	8	2	1	
359	22	9	6	7	65	8	14	12	17	14	3	1	
360	34	15	10	9	80	20	16	14	18	12	3	2	
361	28	12	8	8	46	8	8	9	15	6	2	1	
362	31	14	9	8	72	20	14	14	12	12	3	2	
363	29	11	9	9	101	20	20	20	25	16	2	3	
364	26	12	8	6	59	13	9	13	15	9	2	1	
365	27	13	6	8	79	21	13	14	19	12	2	2	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

Anexo 4: Solicitud de permiso

**SOLICITUD: PERMISO PARA REALIZAR TRABAJO
DE INVESTIGACIÓN, EN ÁREA DE TURISMO.**

SEÑOR VALENTIN BENAVIDES HUAMANHUILLCA
AL CALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LARES

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LARES	
MESA DE PARTES	
09 NOV. 2023	
Nº DE REGISTRO	2485
HORA	11:10

Yo, YADY SALLO QUISPE, identificada con DNI: 72017377. Con domicilio ubicado en Urquillos s/n del Distrito de Huayllabamba, Provincia de Urubamba, Región Cusco, con el debido respeto me presento ante Ud. Y expongo lo siguiente.

Que, habiendo culminado mis estudios de pregrado en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, solicito a Ud. Permiso para realizar trabajo de investigación sobre: **"TURISMO WELLNESS Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LAS AGUAS TERMALES DE LARES"**; siendo el tipo de información requerida para dicho trabajo la siguiente: registro de turistas nacionales y extranjeros; para optar el grado de Licenciado en Turismo.

POR LO EXPUESTO:

Ruego a Usted acceder a mi solicitud.

Cusco, 09 de Noviembre del 2023


YADY SALLO QUISPE
DNI: 72017377

Cel. 973 544 054



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LARES
Uc. Ulman G. Huamán Morales
DIVISION DE TURISMO Y ARTERIA
C.L.T. Nº 2424

Anexo 5: Registro fotográfico



Aplicación de encuesta en horas de la mañana a turistas que pernoctaron en el hospedaje ubicado al costado de las aguas termales.



Aplicación de encuesta a turista nacional, proveniente de la Región de Puno.



Aplicación de encuesta a una pareja de visitantes que optaron por el camping.



Aplicación de encuesta a visitante que viaja en familia y opta por el servicio de camping.



Aplicación de encuesta a turistas extranjeros que realizaron caminata (ruta Lares Trek).



Tarifario de ingreso para turistas extranjeros y nacionales.



Puerta de ingreso y boletería.



Personal de seguridad quien está al pendiente de todos los visitantes.



Área de estacionamiento

Two pages from a visitor registration book. The left page is the cover, which is maroon with white text. It features the logos of 'REGIONAL GOBIERNO CUSCO' and 'Dir. cetur' (DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - CUSCO). The title 'RECURSO TURISTICO' is prominently displayed, followed by the handwritten text 'BANOS TERMALES DE LARES'. Below this, there are fields for 'DISTRITO:', 'PROVINCIA:', and 'REFERENCIA:', all of which are blank. At the bottom, it says 'REGION - CUSCO'. The right page is a form with a white background and a black border. It has the same logos at the top. The title 'RECURSO TURISTICO' is followed by the handwritten text 'BANOS TERMALES DE LARES'. Below this, there are several fields: 'INSCRITO EN REGISTROS PÚBLICOS:', 'FOLIO:', 'TOMO:', 'ADMINISTRADO:', 'DISTRITO: LARES', 'PROVINCIA: CALCA', 'REFERENCIA:', 'FECHA DE INICIO ACTIVIDADES:', 'TELEFONO:', and 'CORREO ELECTRONICO:'. At the bottom, it says 'REGION - CUSCO'.

Libro de registro de visitantes

REGISTRO DE VISITANTES				REGISTRO DE VISITANTES			
NOMBRE DEL RECURSO:				Dir. Cetur			
N°	FECHA	NOMBRES Y APELLIDOS	DOCUMENTOS	NACIONALIDAD	EDAD	PROFESION	FIRMA
N°	DATE	FULL NAME	N° DNI/PASSPORT	NATIONALITY	AGE	OCCUPATION	SIGNATURE
239	06/24/23	Maria Ines Juana Quija	7697507	Peru	23	abogado	[Signature]
240	24/06/23	Haydi Hualpa Caceres	71715766	Peru	23	Psicopedagoga	[Signature]
241	24/06/23	Joselin Zapanta Oval	48306053	Peruana	29	Psicopedagoga	[Signature]
242	24/06/23	Cesar Cigros Roman	72005356	Peruana	31	Ingeniero	[Signature]
243	24/06/23	Ken Sung Xu	40917861	China	40	Ingeniero	[Signature]
244	24/06/23	Charly Holguin	42866470	peru	38	Docente	[Signature]
245	24/06/23	Uriel Holguin Urquiza	25064360	peru	64	profesora	[Signature]
246	24/06/23	Tania Holguin Urquiza	46773173	peru	32		[Signature]
247	24/06/23	Roxana Holguin P.	44751059	peru	34	chef	[Signature]
248	24/06/23	Reyna Condori M	76140926	peru	27		[Signature]
249	24/06/23	Francisco Huarcu C.	41439354	peru	42		[Signature]
250	24/06/23	Almivi Caceres S.	45198863	Peru	33	Medico VZ.	[Signature]
251	24/06/23	Carlos Drexler	76106143	Peru	25	Administrador	[Signature]
252	24/06/23	Antonio Ramos Vozza	23958981	Peru	52	Lab	[Signature]

Registro de visitantes del mes de junio del periodo 2023

REGISTRO DE VISITANTES				REGISTRO DE VISITANTES			
NOMBRE DEL RECURSO:				Dir. Cetur			
N°	FECHA	NOMBRES Y APELLIDOS	DOCUMENTOS	NACIONALIDAD	EDAD	PROFESION	FIRMA
N°	DATE	FULL NAME	N° DNI/PASSPORT	NATIONALITY	AGE	OCCUPATION	SIGNATURE
1006	08-07-23	Maria Mercedes Zunis	23895005	Peruana	35	Docente	[Signature]
1007	08-07-23	Yvonne Huarcu Rosa	40572651	Peru	40	Docente	[Signature]
1008	08-07-22	Zena Figueroa Soto	23815007	Peruana	59	Docente	[Signature]
1009	08-07-22	Miguel Angel Herrera	45025141	Peruano	35	Comerciante	[Signature]
1010	08-07-22	Andina Tito Caceres	61803483	Peruana	30	Docente	[Signature]
1011	08-07-22	Hugo Luna Ortiz	25312562	Peruano	16	Estudiante	[Signature]
1012	08-07-22	Carlos Romero Uguangra	60483460	Peruano	16	Estudiante	[Signature]
1013	08/07/2023	Ana MP Quenda Lopez	15519387-7	Peruana	33	Asesora	[Signature]
1014	08/07/2023	Elexy Flores Quijpe	75904527	Peruano	17	Estudiante	[Signature]
1015	08/07/2023	Ellen Loza Palomino	71198077	Cusco	23	Comerciante	[Signature]
1016	08/07/23	Fernandilla Davila	63909828	Peruana	29	Docente	[Signature]
1017	08/07/23	Julia Yapo Condori	71816461	Peruana	23	Comerciante	[Signature]
1018	08/07/23	Silvia Condori Corrales	72837128				
1019	08/07/23	Martha Mercedes Medina	47144480	Arequipa	31	Docente	[Signature]

Registro de visitantes del mes de julio del periodo 2023