



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS

Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**“COSTOS DE SERVICIO Y FIJACIÓN DE PRECIO PARA LOS BAÑOS
TERMALES DE AGUAS CALIENTES DE OCCOBAMBA DEL DISTRITO DE
MARANGANÍ, PROVINCIA DE CANCHIS-CUSCO 2017”**

Presentado por:

Bach. Edith Laura Cutire

Bach. Kely Arosquipa Quispe

Para optar al título profesional
de Contador Público

Asesor:

C.P.C.C. Juan José Girón Gutiérrez

CUSCO- PERÚ

2019



Presentación

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco. Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, pongo a vuestra distinguida consideración el presente trabajo de investigación intitulada **“COSTOS DE SERVICIO Y FIJACIÓN DE PRECIO PARA LOS BAÑOS TERMALES DE AGUAS CALIENTES DE OCCOBAMBA DEL DISTRITO DE MARANGANÍ, PROVINCIA DE CANCHIS-CUSCO 2017”**. Con el objeto de optar al título profesional de Contador Público.

El presente trabajo de investigación forma el conocimiento y la formación profesional recibida en el nivel de pre grado, todo ello se resume y expone en el presente Plan de Tesis. Esta Investigación fue realizada con esfuerzo y dedicación. Deseo agradecer de manera especial a la plana de docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad, los cuales han contribuido de manera decidida en mi formación profesional.

Atentamente.

Bach. Edith Laura Cutire

Bach. Kely Arosquipa Quispe



Agradecimientos

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a nuestros padres, por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradecemos a todos los Docentes de la Escuela de Contabilidad por transmitirnos sus enseñanzas y experiencias profesionales durante nuestra estadía en las aulas universitarias.

Atentamente:

Bach. Edith Laura Cutire

Bach. Kely Arosquipa Quispe



Dedicatoria

A Dios quien inspiró mi espíritu para la realización de este estudio, por darme salud y bendición para alcanzar mis metas como persona y como profesional.

A mi abuelita Justa y mamita Florentina por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este, a mí querido hermano por confiar y creer en mí.

Finalmente a ti pedacito de mi vida, aunque el tiempo que estuviste conmigo fue demasiado breve, fue suficiente para grabar tu recuerdo en mi alma y corazón, te amare por siempre.

Edith Laura Cutire



Dedicatoria

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida, por los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mis padres Delia y Javier, por haberme brindado su comprensión y apoyo incondicional durante toda mi carrera, por sus consejos que me orientaron a tomar las mejores decisiones, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, a mis queridos hermanos por su apoyo moral y las palabras de aliento que me brindaron.

A mí querida hija Amaya, motivo para superarme y alcanzar mis metas; hija gracias por ser mi compañía, mi apoyo y mi fuerza para seguir adelante.

Kely Arosquipa Quispe



Nombres y Apellidos de los Jurados de la Tesis y del Asesor

DICTAMINANTES:

- Dr. Rubén Tito Mariño Loaiza
- Mgt. José Luis Gonzales Zarate

REPLICANTES:

- Dra. Nery Porcel Guzmán
- Mgt. Magna Cusimayta Quispe

ASESOR:

- C.P.C.C. Juan José Girón Gutiérrez



Índice

Presentación.....	i
Agradecimientos.....	ii
Dedicatoria	iii
Nombres y Apellidos de los Jurados de la Tesis y del Asesor	v
Índice	vi
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras	x
Resumen	xi
Abstract.....	xiii

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.

1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del Problema.....	3
1.2.1 Problema General	3
1.2.2 Problema Específico	3
1.3 Objetivos de la Investigación.....	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos Específico	3
1.4 Justificación del problema	3
1.4.1 Relevancia social	3
1.4.2 Implicancias prácticas.....	4
1.4.3 Valor Teórico.....	4
1.4.4 Unidad Metodológica	4
1.4.5 Viabilidad o Factibilidad	5
1.5 Delimitaciones de la Investigación	5
1.5.1 Delimitación Temporal	5
1.5.2 Delimitación Espacial	5
1.5.3 Delimitación Conceptual	5

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes de la Investigación.....	6
2.1.1 Antecedente Internacional	6
2.1.2 Antecedente Nacional	7



2.1.3	Antecedente Local	9
2.2	Base Legal	11
2.3	Bases Teóricas	14
2.3.1	Costo	14
2.3.2	Empresa	20
2.3.3	Servicio	21
2.3.4	El precio	22
2.3.5	Demanda	23
2.3.6	Oferta	24
2.3.7	Ingreso	24
2.3.8	Baños Termales	25
2.3.9	Distrito de Maranganí	25
2.3.10	Aguas calientes de Occobamba	26
2.4	Marco conceptual.....	26
2.5	Formulación de Hipótesis	28
2.5.1	Hipótesis General.....	28
2.5.2	Hipótesis Específicas	28
2.6	Variables de estudio.....	29
2.6.1	Variables	29
2.6.2	Conceptualización de variables	29
2.6.3	Operacionalización de variables	30

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1	Tipo de Investigación	31
3.2	Enfoque de Investigación	31
3.3	Diseño de la Investigación.....	32
3.4	Alcance de la Investigación	32
3.5	Población y Muestra de la Investigación.	32
3.5.1	Población	32
3.5.2	Muestra	33
3.6	Técnicas e Instrumentos Recolección de Datos.....	33
3.6.1	Técnicas	33
3.6.2	Instrumentos	33
3.7	Procesamiento de datos.....	33



CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1	Resultados obtenidos en relación al Objetivo General	34
4.2	Resultados obtenidos en relación al Objetivo específico.	35
4.2.1	Resultados Respecto al Objetivo Específico 1	35
4.2.2	Resultados Respecto al Objetivo Específico 2	38
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN		53
5.1	Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos	53
5.2	Limitaciones del estudio	53
5.3	Comparación con la literatura existente.....	54
5.4	Implicancias del estudio	54
5.4.1	Implicancias prácticas.....	54
5.4.2	Implicancias teóricas	54
5.4.3	Implicancias económicas	55
5.4.4	Implicancias socio culturales	55
CONCLUSIONES.....		61
RECOMENDACIONES		62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		64
ANEXOS.....		66
Anexo 01: Matriz de Consistencia.....		67
Anexo 02: Instrumentos de Recolección de Datos.....		68
Anexo 03: Validación de Instrumentos		73
Anexo 04. Galería Fotográfica		74
Anexo 05. Entrevista		78
Anexo 06. Padrón de la Comunidad Campesina de Occobamba		81



Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Determinación de costos fijos del servicio en los baños termales de aguas calientes de Occobamba</i>	34
Tabla 2. <i>Precios por tipo de servicio en los baños termales de aguas calientes de Occobamba</i>	35
Tabla 3. <i>Determinación de costos fijos del servicio en los baños termales de aguas calientes de Occobamba</i>	36
Tabla 4. <i>Determinación de costos variables del servicio en los baños termales de aguas calientes de Occobamba</i>	37
Tabla 5. <i>Determinación de costos mixtos del servicio en los baños termales de aguas calientes de Occobamba</i>	38
Tabla 6. <i>Precios reales por tipo de servicio de los baños termales de aguas calientes de Occobamba</i>	39
Tabla 7. <i>Determinación de los ingresos en los baños termales de aguas calientes a partir de los datos brindados por la comunidad de Occobamba</i>	39
Tabla 8. <i>Determinación de ingresos, costo y utilidad por tipo de servicio en los baños termales de aguas calientes Occobamba</i>	45
Tabla 9. <i>Comportamiento de la utilidad respecto al promedio mensual</i>	50
Tabla 10. <i>Determinación de utilidad por tipo de servicio en los baños termales de aguas calientes de Occobamba</i>	51
Tabla 11. <i>Determinación del ingreso, costo y utilidad por persona y tipo de servicio, determinación del porcentaje de utilidad real y proyección del precio unitario ideal y su porcentaje de utilidad esperado</i>	55
Tabla 12. <i>Cuadro comparativo de ingreso a nivel mensual</i>	56
Tabla 13. <i>Determinación e costos proyectados en los baños termales de aguas calientes de Occobamba</i>	58
Tabla 14. <i>Cuadro comparativo de costos empíricos y proyectados en los baños termales</i>	59
Tabla 15. <i>Determinación de ingresos, costos y utilidad proyectado versus información empírica</i>	60



Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa de ubicación del Distrito de Maranganí.	26
<i>Figura 2.</i> Participación por tipo de servicio	44
<i>Figura 3.</i> Evolutivo de ingresos y estacionalidad.	44
<i>Figura 4.</i> Ingresos empíricos y proyectados en soles.....	57
<i>Figura 5.</i> Registro de boletos vendidos en el día según tipo de piscina y control del horario de ingreso y salida del personal.....	70
<i>Figura 6.</i> Registro de boletos vendidos en el día según tipo de piscina y control del horario de ingreso y salida del personal.....	71
<i>Figura 7.</i> Registro de boletos vendidos en el día según tipo de piscina y control del horario de ingreso y salida del personal.....	72
<i>Figura 8.</i> Ingreso a Baños Termales en General	74
<i>Figura 9.</i> Piscina General.....	74
<i>Figura 10.</i> Piscina General para niños	75
<i>Figura 11.</i> Duchas Generales	75
<i>Figura 12.</i> Tópico de Primeros Auxilios.....	76
<i>Figura 13.</i> Vestidores generales.....	76
<i>Figura 14.</i> Personal realizando limpieza en las fuentes	77
<i>Figura 15.</i> Personal realizando limpieza en piscina.....	77



Resumen

En el presente trabajo de investigación intitulado **COSTOS DE SERVICIO Y FIJACIÓN DE PRECIO PARA LOS BAÑOS TERMALES DE AGUAS CALIENTES DE OCCOBAMBA DEL DISTRITO DE MARANGANÍ, PROVINCIA DE CANCHIS-CUSCO 2017**. Consideramos aspectos metodológicos como: **planteamiento del problema**, el principal problema es la determinación de precios al público no tiene un sustento técnico en el que se determine los costos de servicio, la proyección de ingresos y los precios diferenciados por tipo de servicio y sumado a ello no se cuenta con información contable suficiente para la determinación de precios. Respecto a la infraestructura en general de los baños termales, se observa que se encuentran en pésimas condiciones, los cuales dificultan la correcta prestación de servicios a la población. Así mismo esta problemática está asociado a la falta de capacitación del personal encargado en el uso adecuado para el mantenimiento a los baños termales, en la buena atención a los clientes, en los beneficios que generan los baños termales, y lo más resaltante es el desconocimiento del personal en las buenas practicas saludables para la prevención de enfermedades que se puedan contraer como consecuencia del uso incorrecto de los baños termales. Se formuló el **objetivo general**, Establecer los costos de servicio y la fijación de precios en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí Provincia de Canchis- Cusco 2017. Así como la **hipótesis general**: Los costos de servicio y la fijación de precios son determinados de manera empírica sin nivel técnico en los baños termales de aguas calientes de Occobamba distrito de Maranganí, Provincia de Canchis-Cusco 2017. Tiene como conclusión, Los baños termales de aguas calientes de Occobamba son administrados por los comuneros y controlan los costos e ingresos de forma manual; los precios siempre han sido establecidos mediante asamblea comunal tomando criterios como la competencia esto según la entrevista realizada al Gerente. Los costos del servicio de los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí, Provincia de Canchis para el 2017 se establecen de manera



empírica sin nivel técnico, los costos anuales ascienden a S/ 396,785.00, conformado este por los costos fijos que ascienden a S/ 388,850.00 los cuales representan el 98% del costo total, los costos variables con un total de S/ 6,735.00 representan el 1.70% y los costos mixtos con un total de S/ 1,200.00 representan el 0.30% del costo total, con un costo promedio mensual de S/ 33,065.42 así como se muestran en la Tabla 1. Los ingresos anuales obtenidos en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí Provincia de Canchis para el 2017 ascienden a un total de S/ 462,610.00 generando una utilidad anual de S/ 65,825.00; cuentan con nueve tipos de servicios cada uno con una tarifa diferenciada que en suma hacen el total de ingresos detallados. Según la figura 3 se observa mayores ingresos en los meses de enero, setiembre, octubre y diciembre por los diferentes tipos de servicio debido a la estacionalidad propia del negocio, así mismos a nivel de montos totales reales para el 2017 tanto para ingresos, costos y utilidad si bien se determinan resultados positivos esta situación a nivel mensual no es la misma, ya que encontramos meses como julio, agosto y noviembre en los que cuales se obtiene pérdida según la tabla 9.

Palabras claves: Costo de servicio, fijación de precios, baños termales, comunidad de Occobamba.

Las autoras



Abstract

In this research work entitled SERVICE COSTS AND PRICE SETTING FOR THE HOT BATHS OF HOT WATERS OF OCCOBAMBA OF THE DISTRICT OF MARANGANÍ, PROVINCE OF CANCHIS-CUSCO 2017. We consider methodological aspects such as: problem statement, the main problem is the determination of prices to the public does not have a technical support in which it determines the costs of service, the projection of income and the prices differentiated by type of service and added to it there is not had sufficient accounting information for the determination of prices. Regarding the infrastructure in general of the thermal baths, it is observed that they are in very bad conditions, which hinder the correct provision of services to the population. Likewise, this problem is associated with the lack of training of personnel in charge of the proper use for maintenance of thermal baths, in good customer service, in the benefits generated by thermal baths, and the most outstanding is the lack of knowledge of staff in good healthy practices for the prevention of diseases that can be contracted as a result of improper use of thermal baths. The general objective was formulated, Establish service costs and pricing in the hot springs of Occobamba hot springs in the district of Maranganí Province of Canchis- Cusco 2017. As well as the general hypothesis: Service costs and fixing Prices are determined empirically without technical level in the hot spring thermal baths of Occobamba district of Maranganí, Province of Canchis-Cusco 2017. It concludes, Occobamba hot spring thermal baths are managed by the community members and control costs and revenues manually; the prices have always been established by communal assembly taking criteria such as the competition according to the interview with the Manager. The service costs of the Occobamba hot spring thermal baths of the Maranganí district, Canchis Province for 2017 are established empirically without a technical level, the annual costs amount to S / 396,785.00, conformed by the fixed costs that amount at S / 388,850.00 which represent 98% of the total cost, the



variable costs with a total of S / 6,735.00 represent 1.70% and the mixed costs with a total of S / 1,200.00 represent 0.30% of the total cost, with a cost monthly average of S / 33,065.42 as shown in Table 1. The annual income obtained in the Occobamba hot spring thermal baths of the Maranganí Province of Canchis district for 2017 amounts to a total of S / 462,610.00 generating an annual profit of S / 65,825.00; They have nine types of services each with a differentiated rate that in sum makes the total detailed income. According to Figure 3, higher revenues are observed in the months of January, September, October and December due to the different types of service due to the seasonality of the business, as well as at the level of real total amounts for 2017 for both income, costs and utility although positive results are determined this situation at the monthly level is not the same, since we find months such as July, August and November in which you get lost according to table 9.

Keywords: Service cost, pricing, thermal baths, Occobamba community.

The authors



CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.

1.1 Planteamiento del problema

La provincia de Canchis cuenta con importantes atractivos culturales, como el parque arqueológico de Raqchi, así como también con atractivos naturales, como el cerro de siete colores, las aguas medicinales de Marcani - Ccaylla, Uyurmire, la Raya y los baños termales de aguas calientes de Occobamba.

Los baños termales de aguas calientes de Occobamba, se encuentra ubicado en el distrito de Maranganí en la carretera panamericana de la misma comunidad, está constituida por socios que a su vez están representados por una junta directiva.

Los baños termales de aguas calientes de Occobamba provienen de un pequeño volcán, la presencia se debe principalmente a que se encuentra en un lugar donde se aprecian manantiales de aguas calientes. Las dimensiones del volcán son: de altura de 2.90 m., su circunferencia es de 25.90 m., la circunferencia de su cráter es de 0.70 m, y la profundidad de su cráter es de 0.25 m, estas aguas pueden sanar muchos males del cuerpo, dentro de la variedad de enfermedades que existen, también son aguas que ayudan en la rehabilitación de problemas reumatológicos y también son recomendables para el tratamiento del estrés y la artritis, los tratamiento son normalmente a largo plazo.

Estos baños termales cuenta con una fluida concurrencia de visitantes durante todo el año, pues recibe visitas de turistas locales, nacionales e incluso internacionales, la atención es de lunes a domingo las 24 horas del día, los días más visitados son sábados, domingos y feriados, el promedio de personas que ingresan es de 186 por día; a la variedad de servicios que ofrece como son: las piscinas al aire libre, piscinas privadas personales, baños la merced, piscinas aromáticas, cristalinas, Geoterapia, baños sauna. El mantenimiento a las piscinas privadas es a diario mientras en las piscinas de aire libre se realiza de manera



inter diaria, estos procesos de higienización generan un costo por los materiales utilizados y el pago al personal de mantenimiento que se encarga de estas labores.

Respecto a la infraestructura en general (vestidores, duchas, posas, servicios higiénicos y otros) de los baños termales, se observa que se encuentran en pésimas condiciones, los cuales dificultan la correcta prestación de servicios a la población. Así mismo esta problemática está asociado a la falta de capacitación del personal encargado en el uso adecuado para el mantenimiento a los baños termales, en la buena atención a los clientes, en los beneficios que generan los baños termales, y lo más resaltante es el desconocimiento del personal en las buenas practicas saludables para la prevención de enfermedades que se puedan contraer como consecuencia del uso incorrecto de los baños termales.

Se observa también que la determinación de precios al público no tiene un sustento técnico en el que se determine los costos de servicio, la proyección de ingresos y los precios diferenciados por tipo de servicio y sumado a ello no se cuenta con información contable suficiente para la determinación de precios.

Si bien se tiene una Junta Directiva esta no ha definido procedimientos de control de sus ingresos y costos de manera histórica lo que no les permite conocer con exactitud cuánto es realmente el costo del servicio y si los precios cobrados al público cubren los mismos, así como el margen de utilidad que les genera el negocio.

Por lo descrito, la presente investigación toma importancia ya que permitirá establecer los costos del servicio para una adecuada fijación de precios en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí provincia de Canchis, Cusco.



1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo establecen los costos de servicio y la fijación de precios en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí provincia de Canchis- Cusco 2017?

1.2.2 Problema Específico

- a. ¿Cómo establecen los costos de servicio en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí provincia de Canchis- Cusco 2017?
- b. ¿Cómo se fijan los precios en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí provincia de Canchis- Cusco 2017?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Establecer los costos de servicio y la fijación de precios en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí provincia de Canchis- Cusco 2017.

1.3.2 Objetivos Específico

- a. Establecer los costos de servicio en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí provincia de Canchis- Cusco 2017.
- b. Identificar la fijación de precios en los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí provincia de Canchis- Cusco 2017.

1.4 Justificación del problema

1.4.1 Relevancia social

El presente trabajo de investigación contribuirá a la comunidad de Occobamba por ser administradores directos de los servicios de baños termales en conocer y determinar la estructura de costos que le permitirá fijar una adecuada tarifa de precios al público así como para diseñar estrategias en la prestación de servicios.



De cara a la población usuaria recibirán servicios adecuados en cuanto a infraestructura, salubridad y recreación ya que la comunidad de Occobamba contará con recursos suficientes que le permitirá mejorar la calidad del servicio orientada a potenciar los beneficios de las aguas termales por las propiedades curativas que tiene.

1.4.2 Implicancias prácticas

El trabajo de investigación permitirá a los socios de los baños termales conocer los costos del servicio real-oportuno para la toma de decisiones adecuadas para lograr un resultado eficiente y eficaz.

1.4.3 Valor Teórico

En el Perú existen diferentes baños de aguas termales que vienen operando desde hace muchos años sin tener en cuenta la importancia de conocer los costos del servicio que brindan. Se mantienen ofreciendo a sus clientes el mismo servicio que brindaban desde que iniciaron y abrieron sus puertas, lo cual desde nuestro punto de vista tiene mucho que ver con un manejo inadecuado de sus costos.

El presente trabajo de investigación servirá como un importante precedente en el proceso de costeo de este tipo de servicios, pues se enfocará en definir e identificar los costos de servicio de los baños termales de aguas calientes de Occobamba y proceder a la fijación de precios para tomar decisiones de una manera fundamentada, estructurada y con proyecciones que podrían ayudar al crecimiento económico y financiero de este tipo de negocio.

1.4.4 Unidad Metodológica

Los antecedentes de investigaciones como la presente, son muy escasos, la gran mayoría se centra en el aspecto turístico, mercadotecnia o modalidad societaria o fundamento legal de la explotación de las aguas, pocos de ellos se avocan a investigar el costo del servicio de balnearios naturales. Con el presente trabajo de investigación iremos



en contra de algunas de las “creencias populares” en cuanto a dar valor a un recurso natural ancestral (lo que algunos de los comuneros de la zona toman como prohibido) y haremos uso de métodos y técnicas para su determinación y culminará en la fijación de precios adecuados según los costos de servicio.

1.4.5 Viabilidad o Factibilidad

Comunidades como la de Occobamba, cuentan entre sus miembros a comuneros de muchos años y de firme convicción en preservar las tradiciones que fueron el legado de sus antepasados, por lo cual no fue sencillo llegar a ellos y convencerlos de lo importante de esta investigación. Luego de una búsqueda de datos y entrevistas pudimos lograr la aceptación de algunos de los miembros de la comunidad, los cuales apoyan la presente investigación, pues están convencidos que a futuro los datos que se obtengan referidos a costos y fijación de precios, serán fundamentales para un plan de crecimiento sostenido de los baños termales en los años venideros.

1.5 Delimitaciones de la Investigación

1.5.1 Delimitación Temporal

El presente trabajo de investigación corresponde al año 2017.

1.5.2 Delimitación Espacial

El ámbito de estudio será los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí, Provincia de Canchis-Cusco 2017.

1.5.3 Delimitación Conceptual

El presente trabajo se centrara en determinar conceptos relacionados a costos de servicio y fijación de precios, que se deben aplicar para lograr establecer un precio adecuado de ingreso a los baños termales de aguas calientes de Occobamba del distrito de Maranganí.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedente Internacional

Antecedente N° 01. Título: CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS “BAÑOS TERMALES” Y “TERMAS” DE CHILE Y FORMULACIÓN DE PROPUESTA PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA INDUSTRIA TERMAL CHILENA. Universidad Austral de Chile, Escuela Ingeniería Comercial, Autores Macarena Andrea Urbina Vargas, Romina Andrea Salazar Martínez, para optar el título de Licenciado en Administración, Año 2014. **Objetivo General** Caracterizar la comercialización de los “Baños Termales “y “Termas” de Chile y formular una propuesta para el desarrollo comercial de la industria termal. **Objetivos Específicos 1** Caracterizar baños termales y termas de Chile según: norma chilena N°2939 y N°3006, establecida por el Instituto Nacional de Normalización (INN). **2** Caracterizar las termas y baños termales con respecto a su ubicación geográfica, temperatura y componentes minerales. **3** Caracterizar “baños termales” y “termas” con respecto a su actual comercialización en Chile. **4** Comparar características de los “baños termales” y “termas” chilenas con respecto a las de relevancia Europea. **5** Determinar potencialidad comercial de la industria termal Chilena. **6** Proponer áreas de desarrollo para la comercialización de los “conceptos” termales en Chile. **Conclusiones 1** En Chile cincuenta y cuatro fuentes termales están siendo aprovechadas, en su mayoría como servicio de “Termas”, es decir que incluyen servicio de alojamiento y complementarios. Las temperaturas y componentes minerales de las “Termas y Baños Termales” varían según ubicación geográfica, en la zona norte el 67% poseen aguas Hipo termales (20° a 30°C), en la zona centro el 60% tiene aguas Meso termales (35° a 45°C) y en la zona sur 57% posee aguas de tipo Meso termales (35° a 45°C), las aguas termales de esta zona tienen componentes minerales tales como azufre,



cloro, sodio, calcio y magnesio principalmente, destacando en la zona norte la alta concentración de azufre y en la zona Sur la presencia del magnesio en sus aguas. **2** El “concepto” mayormente utilizado por las Termas y Baños termales en Chile es de relajación. En este país la poca cultura termal genera un uso limitado de las fuentes termales, sus componentes y beneficios. Un bajo número de Termas y Baños termales utilizan sus fuentes termales de manera medicinal o para la creación de subproductos cosméticos. **3** Tras la comparación de los baños termales y termas Chilenas con las más importantes de Francia e Italia, se pudo determinar que existen similitudes en los componentes minerales y temperaturas, siendo estos resultados positivos, ya que la existencia de similitud permitirá ampliar el desarrollo de la industria termal Chilena, puesto que se podrán tomar a estas termas extranjeras como referentes de usos para el máximo aprovechamiento del recurso termal de manera medicinal, cosmetológica y/o para la elaboración de subproductos. **4** Finalmente, el grupo investigador concluye que tanto las termas como baños termales en Chile, tienen componentes minerales en sus aguas que propician el desarrollo comercial a través de un concepto medicinal.

2.1.2 Antecedente Nacional

Antecedente N° 02. Título: “PLAN DE MARKETING Y EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LOS BAÑOS TERMALES DE COLLPA” Universidad Nacional de Ingeniería – Lima, Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas, Autores Meliza Zulma, Villanueva Nuevo y Antonio Johao, Yauri Tomas, para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial, Año 2014.

Objetivo General Elaborar un plan de marketing para el desarrollo de los baños termales de Collpa y evidencia la factibilidad económica de implementarlo, para aprovechar el potencial turístico de esta zona, orientado a un perfil específico de turistas. En base a este objetivo del estudio, necesitamos identificar factores que valora el turista limeño del perfil



elegido cuando acude a un centro termal. **Objetivos Específicos** **1** Encontrar insights que caracterizan al target o segmento elegido en relación a centros termales. **2** Elaborar una oferta adecuada a las expectativas y necesidades del perfil elegido. **3** Realizar distintas evaluaciones que nos ayuden a evidencia el nivel de factibilidad económica de esta oferta.

Conclusiones **1** En base a los estudios cuantitativos y cualitativos, se concluye que el centro termal Collpa evidencia un enorme potencial turístico siempre y cuando se logre generar una oferta adecuada al perfil elegido que este caso es el segmento jóvenes de 25 a 40 años, con estabilidad laboral y nivel socio económico medio alto; los cuales valoran atributos específicos como distracción y relajación. **2** El diseñar una oferta acorde con las necesidades y demanda de este segmento genera una intención del 66% de acceder al servicio; aunque también debemos considerar que existe un 63% de nuestra muestra que ya conoce un centro termal y lo asocian a un lugar con características negativas como: sucio, olvidado, descuidado, con mucha gente, etc representa un gran reto que los asistentes que ya vivieron esta experiencia negativa logren asociarlo a un lugar de relajación y distracción. **3** Luego de realizar la evaluación económica y financiera, se concluye que este es un proyecto rentable tomando un periodo de evaluación de 10 años, con un atractivo VAN de S/. 90,569, una tasa de retorno de 28.5% y relación beneficio-costos de 1.88, en el escenario de financiar el 70% de la inversión con un préstamo¹³⁰. **4** Esta rentabilidad se basa tanto en la estructura de costos diseñada, incluyendo el hecho de optar por una concesión-alquiler en vez de una compra de terreno, como en el pronóstico de ventas esperado, que considera el crecimiento de la demanda ante esta oferta innovadora, el crecimiento del turismo interno y el periodo en que se logrará llegar a un flujo de visitantes acorde al punto de equilibrio. **5** Finalmente, el potenciar estos atractivos considerando el crecimiento, la participación y la contribución del sector turismo en el PBI nacional, no solo representa un efecto positivo en el inversor sino que también se ejecutan impactos positivos en la comunidad y zonas aledañas a la



ubicación del centro termal de Baños de Collpa. **6** Esta rentabilidad se basa tanto en la estructura de costos diseñada, incluyendo el hecho de optar por una concesión-alquiler en vez de una compra de terreno, como en el pronóstico de ventas esperado, que considera el crecimiento de la demanda ante esta oferta innovadora, el crecimiento del turismo interno y el periodo en que se logrará llegar a un flujo de visitantes acorde al punto de equilibrio. Finalmente, el potenciar estos atractivos considerando el crecimiento, la participación y la contribución del sector turismo en el PBI nacional, no solo representa un efecto positivo en el inversor sino que también se ejecutan impactos positivos en la comunidad y zonas aledañas a la ubicación del centro termal de Baños de Collpa.

2.1.3 Antecedente Local

Antecedente N° 03. Título: “EL COSTO DE EXPLOTACIÓN DE LAS AGUAS MINERO MEDICINALES DE MARCANI – CCAYLLA Y LA RECAUDACIÓN DE INGRESO EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN PEDRO PERIODO 2016” Universidad: Andina del Cusco, Escuela Profesional de Contabilidad, Autores Nancy Chalco Quispe y Lisbeth Villacorta Romero., para optar el título profesional de Contador Público, Año 2018. **Objetivo General** Elaborar la estructura de costos de explotación de las Aguas Minero Medicinales de Marcani – Ccaylla y determinar el comportamiento en la recaudación de ingresos en la Municipalidad Distrital de San Pedro Periodo 2016. **Objetivo Específicos 1** Elaborar en la actualidad la estructura de costos de explotación de las Aguas Minero Medicinales de Marcani – Ccaylla en la Municipalidad Distrital de San Pedro en el Periodo 2016. **2** Analizar el comportamiento de la recaudación en los ingresos de la explotación en de las Aguas Minero Medicinales de Marcani – Ccaylla con la aplicación de una estructura de costos en la Municipalidad Distrital de San Pedro Periodo 2016. **Conclusiones 1** En el presente trabajo de investigación se ha elaborado una Estructura de Costos Ideal de la Explotación de las Aguas Minero Medicinales de Marcani-Ccaylla en la



Municipalidad Distrital de San Pedro, donde se muestra los costos ideales en el que se incurre en la explotación de las Aguas Minero Medicinales mostrando un costo de S/ 372,376.04, y la estructura de costos reales que utiliza la Municipalidad muestra un costo menor de S/ 99,432.00, habiendo una diferencia de S/ 272,944.04, en tanto los ingresos muestran un comportamiento similar donde el ingreso real establecido por la Municipalidad muestra S/ 970,652.00 y el ingreso ideal muestra 1,883,304.00 existiendo una diferencia de S/ 912,652.00. **2** En el presente trabajo de investigación se establece una estructura de costos ideal de la explotación de las Aguas Minero Medicinales de Marcani-Ccaylla en la Municipalidad Distrital de San Pedro, donde se determinó el costo anual por un monto de S/ 372,376.04, mientras que la estructura de costos real utilizados por la Municipalidad determino el costo anual por un monto de S/ 99,432.00, observándose una gran diferencia de costos entre la estructura de costos que utiliza la Municipalidad y la estructura de costos ideal por un monto de S/ 272,944.04. **Recomendaciones** **1** Que la Municipalidad Distrital de San Pedro debe tomar en cuenta el presente trabajo de investigación para actualizar los costos de explotación de las Aguas Minero Medicinales de Marcani – Ccaylla considerando que en cuanto se aplique una mejor estructura de costos mejorara la recaudación de ingresos. **2** Que la Municipalidad Distrital de San Pedro debe priorizar la actualización de los costos del servicio de las Aguas Minero Medicinales de Marcani – Ccaylla tomando en cuenta la información generada en la estructura de costos ideal elaborada en el presente trabajo de investigación para que sirva como base en la toma de mejores decisiones futuras, que va desde la posible modificación de las planillas de los trabajadores, el mantenimiento de los pozos e infraestructura.



2.2 Base Legal

- **Constitución Política del Perú**

En su Artículo 66°, señala que:

”Los recursos naturales, renovables y no renovables, son patrimonio de la Nación. El Estado es soberano en su aprovechamiento.

Por ley orgánica se fijan las condiciones de su utilización y de su otorgamiento a particulares. La concesión otorga a su titular un derecho real, sujeto a dicha norma legal”

- **El Decreto Ley N°17752, Ley General de Aguas**

Establece su uso justificado y racional. Incluye en el ámbito de protección a las aguas producidas por nevados, glaciares, precipitaciones, etc. Así, establece en el Art. 1°: “Las aguas, sin excepción alguna, son de propiedad del Estado, y su dominio es inalienable e imprescriptible. No hay propiedad privada de las aguas ni derechos adquiridos sobre ellas. El uso justificado y racional del agua, sólo puede ser otorgado en armonía con el interés social y el desarrollo del País”

En su Artículo 4°, incisos f),h),i) comprende a las aguas de manantiales, las subterráneas y las minero-medicinales.

Mediante **Decreto Ley N° 25533**, se especifica 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 MICTI.

Seguidamente, por **D.S. N°05-94-ITINCI**, se aprueba el **Reglamento de Aguas Minero-Medicinales para fines turísticos**, estableciéndose en sus Disposiciones Generales, Artículo 1°, que pertenecen al Estado todas las fuentes de agua minero-medicinales, cualquiera que sea la condición de propiedad del terreno en que se encuentren, ya sea por afloramiento natural, por prospección, por descubrimiento o por cualquier otra causa. Están comprendidas en las fuentes de Agua Minero-Medicinales los gases y lodos



medicinales que reúnan las características mencionadas en el art. 9° del presente Reglamento. Asimismo, señala que el MICTI puede delegar funciones en los Gobiernos Regionales.

Cabe mencionar en esta parte que, esta legislación especial sólo está regulando la explotación del agua minero-medicinal para fines turísticos y no como aprovechamiento sostenible del recurso con fines medicinales y terapéuticos.

Posteriormente, se aprueba la **Ley N° 26821**, Ley Orgánica para el Aprovechamiento Sostenible de los Recursos Naturales, que legisla sobre el régimen de aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y no renovables, en tanto constituyen Patrimonio de la Nación, estableciendo sus condiciones y las modalidades de otorgamiento a particulares, en cumplimiento del mandato contenido en los artículos 66° y 67° de la Constitución Política del Perú y, en concordancia, con lo establecido en el Código del Medio Ambiente y los Recursos Naturales y los Convenios internacionales ratificados por el Perú.

Esta ley en su Artículo 23 hace referencia a la concesión, aprobada por las leyes especiales, otorga al concesionario el derecho para el aprovechamiento sostenible del recurso natural concedido, en las condiciones y con las limitaciones que establezca el título respectivo. La concesión otorga a su titular el derecho de uso y disfrute del recurso natural concedido y, en consecuencia, la propiedad de los frutos y productos a extraerse. Las concesiones pueden ser otorgadas a plazo fijo o indefinido. Son irrevocables en tanto el titular cumpla las obligaciones que esta Ley o la legislación especial exijan para mantener su vigencia. Las concesiones son bienes incorpóreos registrables. Pueden ser objeto de disposición, hipoteca, cesión y reivindicación, conforme a las leyes especiales. El tercero adquirente de una concesión deberá sujetarse a las condiciones en que fue originariamente otorgada. La concesión, su disposición y la constitución de derechos reales sobre ella, deberán inscribirse en el registro respectivo. De las licencias, derechos, permisos,



autorizaciones, contratos de acceso, contratos de explotación, a que se refieren las leyes especiales.

- **Ley N° 29338, Ley de Recursos Hídricos.**

La presente Ley regula el uso y gestión de los recursos hídricos. Comprende el agua superficial, subterránea, continental y los bienes asociados a esta. Se extiende al agua marítima y atmosférica en lo que resulte aplicable.

El Estado respeta los usos y costumbres de las comunidades campesinas y comunidades nativas, así como su derecho de utilizar las aguas que discurren por sus tierras, en tanto no se oponga a la Ley. Promueve el conocimiento y tecnología ancestral del agua.

- **Ley N° 24656, Ley General de Comunidades Campesinas.**

Mediante esta ley el Estado reconoce a las Comunidades campesinas como instituciones democráticas fundamentales, autónomas en su organización, trabajo comunal y uso de la tierra, así como en lo económico y administrativo, dentro de los marcos de la Constitución, la presente ley y disposiciones conexas.

Las comunidades campesinas son competentes para constituir empresas comunales, multicomunales y otras formas asociativas, organizar el régimen de trabajo de sus miembros para actividades comunales que contribuyan al mejor aprovechamiento de su patrimonio.

Artículo 15.- La explotación de las concesiones mineras que se les otorgue a las Comunidades Campesinas, así como las actividades que realicen para el aprovechamiento de los recursos naturales, bosques, agua y otras que se encuentran en el terreno de su propiedad, en armonía con las leyes y reglamentos que norman la materia, tendrán prioridad en el apoyo y protección del Estado. En caso de que la Comunidad Campesina no esté en condiciones de explotar directamente cualesquiera de estos recursos, en la forma a que se refiere el acápite anterior, podrá constituir empresas con terceros, en las que su participación



estará de acuerdo con el volumen de la producción, el uso de los recursos o de cualquier otra forma consensual que guarde justa proporción con sus aportes.

- **Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.**

Los gobiernos locales son entidades básicas de la organización territorial del Estado y canales inmediatos de participación vecinal en los asuntos públicos, gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

Las municipalidades ubicadas en zonas rurales, además de las competencias básicas, tienen a su cargo aquellas relacionadas con la promoción de la gestión sostenible de los recursos naturales: suelo, agua, flora, fauna, biodiversidad, con la finalidad de integrar la lucha contra la degradación ambiental con la lucha contra la pobreza y la generación de empleo; en el marco de los planes de desarrollo concertado.

2.3 Bases Teóricas

2.3.1 Costo

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio) (Pérez Porto, 2008).

Son aquellos gastos que se sacrifican del consumo para incurrir en la producción de bienes o servicios. Son valores que se asignan a los materiales y la mano de obra que participan directa o indirectamente en el proceso de producción de bienes o servicios (Andrade, 2016).

Según Rodríguez, Manuel (2017) "...El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio .Al determinar el costo de producción se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión. El costo



de un producto está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el funcionamiento de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria y de los edificios.

2.3.1.1 Objetivos de los costos

- Servir para la fijación de normas y estándares y explicar las desviaciones que resulten entre las previsiones y los hechos reales.
- Llevar el control de todas las operaciones de costos.
- Proporcionar una información amplia y detallada con la finalidad de ayudar en el proceso de toma de decisiones.
- Valorar la producción que resulte defectuosa en un periodo de tiempo determinado.
- Conocer el costo real de producción de los productos vendidos.
- Fijar precios de ventas dentro de un margen que se considere beneficioso para la empresa en función de la oferta y la demanda variable en el mercado.
- Fijar normas y políticas de operación y producción.
- Tomar las decisiones convenientes acerca de comprar o fabricar.
- Servir de guía en la toma de decisiones basadas en el control y la planeación de la empresa (Zans, 2014).

2.3.1.2 Importancia de los costos

Según Rodríguez, Manuel (2017) “... es importante para todo empresario conocer y analizar los costos de un producto o servicio, porque proporciona la información necesaria para el planeamiento institucional, el estudio de alternativas, la toma de decisiones o medidas que eviten la actuación negativa de los factores que generan desviaciones entre los costos reales y los planificados y el ejercicio de las funciones de control y evolución de la gestión...”

2.3.1.3 Clasificación de costos

De acuerdo a la actividad de la empresa.



a. Costos comerciales

Son los que se calculan o determinan en las empresas que tienen por actividad la compra y venta de mercancías, es decir, compra y venta de existencias a las existencias a las cuales no se les ha aplicado ningún proceso de transformación. Los costos comerciales incluyen todos los costos incorporados, desde la compra de un producto ya terminado, hasta que está disponible para ser vendido al cliente.

La determinación o cálculo de los costos comerciales se inicia con la compra o adquisición de los bienes o existencias (se les llama mercancías o mercaderías) y continúa con la incorporación de los otros costos vinculados, hasta el momento en que se entregan a los clientes en la venta (Zans, 2014).

b. Costos de servicios

Son aquellos costos en los que incurren las empresas que prestan servicios. Se puede decir que venden productos que, sin ser tangibles satisfacen necesidades de sus clientes. Estos costos comprenden, fundamentalmente, mano de obra y materiales indirectos.

Ejemplos de empresas de servicios son las empresas de transporte, de vigilancia o seguridad, de banca, de seguros, de servicios de salud, entretenimiento, de servicios de hospedaje, comunicaciones, etc (Zans, 2014).

De acuerdo con la función en la que se originan.

a. Costos de producción Los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados. Se subdividen en:

- **Costos de materia prima** El costo de materiales integrados al producto. Por ejemplo, la malta utilizada para producir cerveza, el tabaco para producir cigarrillos, etc.



- **Costos de mano de obra** El costo que interviene directamente en la transformación del producto. Por ejemplo, el salario del mecánico, del soldador, etc.
 - **Costos indirectos de fabricación** Los costos que intervienen en la transformación de los productos, con excepción de la materia prima y la mano de obra directa. Por ejemplo, el sueldo del supervisor, mantenimiento, energéticos, depreciación, etc.
- b. Costos de distribución o venta** Los originados en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor; por ejemplo, publicidad, comisiones, etc.
- c. Costos de administración** Los que se originan en el área administrativa como son: sueldos, teléfono, seguridad del local, etc (Flores, 2011).

De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto.

- a. Costos directos** Los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. En este concepto se considera el sueldo correspondiente a la secretaria del gerente de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas; materia prima que es un costo directo para el producto, etc.
- b. Costos indirectos** El que no podemos identificar con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de la maquinaria o el sueldo del gerente de producción respecto al producto.

Algunos costos son duales: es decir, son directos o indirectos al mismo tiempo. El sueldo del gerente de producción es directo para los costos del área de producción, pero indirecto para el producto. Como vemos todo depende de la actividad que se esté analizando (Flores, 2011).

De acuerdo con el tiempo en que fueron calculados.



- a. **Costos históricos** Los que se produjeron en determinado periodo; los costos de los productos vendidos a los costos de los que se encuentran en proceso. Estos costos son de gran ayuda para predecir el comportamiento de los costos predeterminados.
- b. **Costos predeterminados** Los que se estiman con base estadística y se utilizan para elaborar presupuestos (Flores, 2011).

De acuerdo con el tiempo en que se cargan o se enfrentan a los ingresos.

- a. **Costos de periodo** Los que se identifican con los intervalos de tiempo y no con los productos o servicios; por ejemplo, el alquiler de las oficinas de la compañía, cuyo costo se lleva en el periodo en que utilizan las oficinas, al margen de cuando se venden los productos.
- b. **Costos de producto** Los que se llevan contra los ingresos únicamente cuando han contribuido a generarlos en forma directa; es decir, son los costos de los productos que se han vendido, sin importar el tipo de venta, de tal suerte que los costos que no contribuyeron a generar ingresos en un periodo determinado quedarán inventariados (Flores, 2011).

De acuerdo con su comportamiento.

- a. **Costos fijos** Los que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen; por ejemplo, los sueldos, la depreciación en línea recta, alquiler del edificio, dentro de los costos fijos tenemos dos categorías.

Características de los costos fijos:

- Grado de control todos los costos fijos son controlables respecto a la duración del servicio que prestan a la empresa.
- Están relacionados estrechamente con la capacidad instalada: los costos fijos resultan del establecimiento de la capacidad para producir algo o para realizar



alguna actividad. Lo importante es que dichos costos no son afectados por cambios de la actividad dentro de un tramo relevante.

- Están relacionados con un tramo relevante: los costos fijos deben estar relacionados con un intervalo relevante de actividad. Permanecen constantes en un amplio intervalo que puede ir de cero hasta el total de la actividad. Para cualquier tipo de análisis sobre el comportamiento, es necesario establecer el nivel adecuado.
- Regulados por la administración: la estimación de muchos costos fijos es fruto de decisiones específicas de la administración. Pueden variar dependiendo de dichas decisiones (costos fijos discrecionales).
- Están relacionados con el factor tiempo: muchos de los costos fijos se identifican con el transcurso del tiempo y se relacionan con un periodo contable.

b. Costos variables Los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas; materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdo con las ventas.

Características de los costos variables:

- Grado de control: son controlados a corto plazo.
- Son proporcionales a una actividad: los costos variables fluctúan en proporción a una actividad, más que a un periodo específico. Tienen un comportamiento lineal relacionado con alguna medida de actividad.
- Están relacionados con un tramo relevante: los costos variables deben estar relacionados con una actividad dentro de un tramo normal o categoría relevante de actividad, fuera de él puede cambiar el costo variable unitario.



- Son regulados por la administración: muchos de los costos variables pueden ser modificados por las decisiones de la gerencia.
- Los costos en total son variables y unitarios, son constantes.

Esto es reconocer el efecto que sobre el total de los costos tiene la actividad (Flores, 2011).

- c. **Costos mixtos** Están integrados por una parte fija y una variable; el ejemplo típico son los servicios públicos: luz, teléfono, etc.

2.3.2 Empresa

Definición de empresa, según diferentes autores:

Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".

Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados".

Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios".

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define a la empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad".



El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos" (Thompson, 2006).

2.3.3 Servicio

Stanton, Etzel y Walker, definen los servicios como “actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”.

Para Richard L. Sandhusen: “Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”.

Según Lamb, Hair y McDaniel: “Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente”.

Kotler, Bloom y Hayes, definen un servicio de la siguiente manera: “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”.

Teniendo en cuenta las anteriores propuestas, se plantea la siguiente definición de servicios:

“Los servicios son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes” (Thompson, 2006).



2.3.4 El precio

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", el precio de un producto es "solo una oferta para probar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, el precio asignado es correcto; si la rechazan, debe cambiarse con rapidez. Por otro lado, si se vende a un precio bajo no se obtendrá ninguna ganancia y, en última instancia, el producto irá al fracaso. Pero, si el precio es muy elevado, las ventas serán difíciles y también en este caso el producto y la empresa fracasarán".

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es en el sentido más estricto la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio". A lo largo del tiempo, el precio ha sido el factor que más influye en las decisiones de compra.

2.3.4.1 Principales estrategias de fijación de precios

El precio que cobra cualquier compañía se ubica entre uno que es demasiado bajo para generar utilidades y otro que es demasiado alto para motivar la demanda. Las percepciones del consumidor acerca del valor de un producto establecen el límite máximo para su precio. Si los consumidores perciben que el precio es mayor que su valor, no lo comprarán. Asimismo, los costos del producto establecen el límite mínimo de su precio. Si la compañía fija un precio por debajo de los costos del producto, sus utilidades se verán afectadas.

Se indica tres estrategias principales de fijación de precios: fijación de precios basada en el valor para el cliente, fijación de precios basada en el costo y fijación de precios basada en la competencia (Kotler & Armstrong, 2017).

a. Fijación de precios basada en el valor para el cliente

En última instancia, el consumidor es quien decidirá si el precio del producto es correcto. Las decisiones de fijación de precios, al igual que otras referentes a la mezcla de marketing, deben partir del valor para el cliente.



Cuando los consumidores adquieren un producto, intercambian algo de valor (el precio) para obtener algo de valor (los beneficios de tener o utilizar el producto). La fijación de precios eficaz y orientada al comprador implica entender que tanto valor otorgan los consumidores a los beneficios que reciben del producto y fijar un precio que refleje ese valor.

La fijación de precios basada en el valor para el cliente toma en consideración el valor percibido por los compradores. Esto significa que el especialista en marketing no puede diseñar un producto y un programa de marketing y después establecer el precio. Más bien, el precio debe considerarse junto con todas las otras variables de la mezcla de marketing antes de establecer el programa de marketing (Kotler & Armstrong, 2017).

b. Fijación de precios basada en el costo

Mientras que las percepciones que tienen los clientes del valor establecen el límite máximo de los precios, los costos fijan el nivel mínimo del precio que la compañía puede cobrar. La fijación de precios basada en el costo consiste en establecer los precios a partir de los costos de producción, distribución y venta del producto más una tarifa justa de utilidades por el esfuerzo que realizó la compañía y los riesgos que asumió. Los costos podrían ser un elemento importante de la estrategia de fijación de precios de una compañía (Kotler & Armstrong, 2017).

c. Fijación de precios basada en la competencia

La fijación de precios basado en la competencia implica establecer precios con base en estrategias, costos, precios y ofertas de mercado de los competidores. Los consumidores basarán sus juicios de valor del producto según los precios que los competidores cobran por productos similares (Kotler & Armstrong, 2017).

2.3.5 Demanda

Según Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".



El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la demanda como "el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas".

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente definición de demanda: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".

2.3.6 Oferta

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta".

Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, autores del libro "Marketing", plantean la siguiente definición de oferta de marketing: "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

2.3.7 Ingreso

En contabilidad, se entiende por ingreso el aumento de los recursos económicos. Este aumento no puede deberse a nuevas aportaciones de los socios, sino que deben proceder de su actividad, de prestar servicios o por venta de bienes.



Los ingresos provocan el incremento del patrimonio empresarial, ya que por un lado puede aumentar el activo de una empresa, y por otro reducir el pasivo y las obligaciones que existen (Banda, 2016).

Es la entrada de dinero. Esto se consigue, principalmente, mediante las ventas de productos o servicios. Otros ingresos pueden ser los intereses generados por ciertas inversiones, la subvenciones, los ingresos generados por alquileres o venta de inmuebles propiedad de la empresa y/o las comisiones (Calvo, 2018).

2.3.8 Baños Termales

Son aguas con una elevada cantidad de minerales que brotan del suelo de manera natural y a una temperatura que supera en 5°C la temperatura registrada en la superficie. Dichas aguas tienen su origen en los estratos subterráneos del planeta y por eso son cálidas, algo que las diferencia del agua del mar o de los ríos y son una grandiosa terapia que nace de las profundidades del suelo, en donde se encuentra a temperaturas mayores que en la atmósfera.

Muchas veces las aguas termales se ubican en la zona de fallas geológicas: por estas fallas penetran las aguas subterráneas que, al alcanzar mayor profundidad, se calientan. Luego regresan a zonas superficiales ya más calientes o incluso a modo de vapor. (Porto Perez & Gardey, 2015)

2.3.9 Distrito de Maranganí

El distrito de Maranganí es uno de los 8 distritos de la Provincia de Canchis, ubicado en el límite con las provincias de Carabaya y Melgar del departamento de Puno, el nombre procede de la palabra quechua “marancani”, que significa soy batan. (maran: batan - caní: soy). El Dr. José Callo, explica que es una palabra compuesta acomodada a la topografía del terreno que en tres lugares casi contiguos tiene la forma de batanes; en uno de ellos se encuentra el pueblo de Maranganí, fue creado por Ley s/n del 29 de Agosto de 1834 con reconocimiento de 8 comunidades, Maranganí está ubicado a 3698 msnm, latitud 14°21'23" y longitud 71°10'06" con una superficie de 432.65 km².