

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**FACTORES CLAVE DE ÉXITO, FACTORES CRÍTICOS DE
RIESGO Y EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO
TURÍSTICO DE YUNGUYO - PERIODO 2017**

PRESENTADA POR:

LILIANA MARCA CONDORI

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PUNO – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

FACTORES CLAVE DE ÉXITO, FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO Y EL
NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO DE YUNGUYO -
PERIODO 2017

TESIS PRESENTADA POR:

LILIANA MARCA CONDORI



PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

APROBADA POR:

PRESIDENTE:

M.Sc. QUINO PERCY GUTIERREZ TOLEDO

PRIMER MIEMBRO:

M.Sc. ROMULO HUACASI GONZALES

SEGUNDO MIEMBRO:

M.Sc. VERÓNICA GREIS ANDÍA FLORES

DIRECTOR / ASESOR:

M.Sc. GERMÁN JORGE MOLINA CABALA

Área : Administración General

Tema : Competitividad de Destinos Turísticos

Fecha de Sustentación: 23 de Agosto del 2018

DEDICATORIA

Agradezco a Dios, y con mucho cariño a mi padre Félix Marca Jiménez, por todo el esfuerzo y apoyo que me brinda en cada paso que doy para alcanzar mis metas.

A mi tía Florentina Ramos Barrientos por su apoyo incondicional.

A mis hermanos Félix, Wilson, Rolando y Diana, por su compañía en los malos y buenos momentos y también por la confianza y fe que tienen en mí.

Al M.Sc. Germán Jorge Molina Cabala por su acertada dirección y apoyo en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

- *A la Universidad Nacional del Altiplano, alma mater y formadora de profesionales en beneficio de nuestra sociedad, a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas y a la escuela profesional de Administración.*
- *A la plana de docentes de la Escuela Profesional de Administración por todo el apoyo brindado a lo largo de la carrera, por los conocimientos impartidos y experiencias compartidas.*
- *También agradecer a los miembros del jurado por sus aportes y correcciones realizados al presente trabajo de investigación. Y de manera muy especial a la Mg. Verónica Greis Andía Flores, por su apoyo, motivación y orientación en el desarrollo de mi proceso formativo.*
- *A mis amigas Leidy, Maura, Karina y Rodhesia, por el apoyo incondicional y por las experiencias compartidas en todos estos años de amistad, a ellas mi eterno agradecimiento.*
- *También agradezco la colaboración de las autoridades y empresarios del sector turismo de la provincia de Yunguyo por haber permitido concretar la realización del presente trabajo de investigación.*

ÍNDICE GENERAL

Índice General	i
Indice de Figuras	vi
Indice de Tablas	viii
Índice de Acrónimos	x
Resumen	xi
Abstract	xii

CAPITULO I INTRODUCCIÓN

1. 1. Problema de Investigación	1
1.1.1. Problema General	2
1.1.2. Problemas Específicos:	3
1. 2. Justificación.....	3
1. 3. Objetivos de la Investigación	4
1.3.1. Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos Especificos	4

CAPITULO II REVISIÓN LITERARIA

2.1. Antecedentes de la Investigación	6
2.2. Marco Teórico	9
2.2.1. Factores Claves de Exito.....	9
2.2.2. Factores de Riesgo	10
2.2.3. Competitividad.....	11
2.2.4. Destino Turístico.....	21
2.3. Marco Conceptual	25
2.4. Hipotesis de la Investigación	28

2.4.1.	Hipotesis General.....	28
2.4.2.	Hipotesis Específicas	28
2.5.	Operacionalización de Variables.....	29

CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1.	Enfoque de Investigación	31
3.2.	Diseño de Investigación	32
3.3.	Tipo de Investigación	32
3.4.	Población y Muestra.....	33
3.5.	Técnicas e Instrumentos de Recolección y Procesamiento de Datos.....	36
3.5.1.	Técnicas e Instrumentos de Investigación	36
3.5.2.	Recolección y Procesamiento de Datos	37
3.6.	Ámbito y Lugar de Estudio	40

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Factores Clave de Éxito que inciden en la Competitividad del Destino Turístico Yunguyo.	48
4.1.1.	Factores Clave de Éxito según Organizaciones	49
4.1.2.	Factores Clave de Éxito según Turistas	61
4.1.3.	Consolidado de Factores Clave de Éxito según Organizaciones y Turistas	65
4.2.	Factores Críticos de Riesgo que inciden en la Competitividad del Destino Turístico Yunguyo.	66
4.2.1.	Análisis de los Factores de Apoyo que inciden en la Competitividad.....	67
4.2.2.	Análisis de Gestión del Destino que inciden en la Competitividad.....	76
4.2.3.	Análisis de Condiciones de la Demanda que inciden en la Competitividad.....	88

4.2.4. Análisis de Modificadores Situacionales que inciden en la Competitividad.....	98
4.2.5. Resumen de Consolidados de Factores Críticos de Riesgo según Organizaciones y Turistas.....	107
4.3. Propuesta para impulsar los Factores Clave de Éxito y reducir los Factores Críticos de Riesgo para elevar el nivel de Competitividad del Destino Turístico de Yunguyo.....	109
4.4. Contratación de Hipótesis.....	125
4.5. Discusión de Resultados	129
CONCLUSIONES	134
RECOMENDACIONES	136
BIBLIOGRAFÍA.....	139
ANEXOS.....	143

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Determinantes de la Competitividad “El Diamante de Porter”	15
Figura 2: El modelo de Ritchie/Crouch de la competitividad y sostenibilidad del destino	17
Figura 3: Modelo de competitividad de Dwyer y Kim	18
Figura 4: Escala de valoración del nivel de competitividad.....	40
Figura 5: Análisis de factores claves de éxito con buen desempeño competitivo en recursos.....	52
Figura 6: Análisis de factores clave de éxito con poco desempeño competitivo en Recursos	55
Figura 7: Análisis de factores clave de éxito con deficiente desempeño competitivo en Recursos.	58
Figura 8: Consolidado de resultados ponderados de los factores clave de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – organizaciones.....	60
Figura 9: Análisis de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo - turistas.....	64
Figura 10: Consolidado de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo de acuerdo a las organizaciones y turistas	66
Figura 11: Análisis de factores críticos de riesgo según factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.....	70
Figura 12: Análisis de factores críticos de riesgo según factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.....	74
Figura 13: Consolidado de valoraciones de la dimensión factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.	75
Figura 14: Análisis de factores críticos de riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.....	81
Figura 15: Análisis de factores críticos de riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.....	86
Figura 16: Consolidado de valoraciones de la dimensión gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.	87

Figura 17: Análisis de factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.....	92
Figura 18: Análisis de factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas	96
Figura 19: Consolidado de valoraciones de la dimensión condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.	97
Figura 20: Análisis de factores críticos de riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.....	101
Figura 21: Análisis de factores críticos de riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.	105
Figura 22: Consolidado de valoraciones de la dimensión modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.....	106
Figura 23: Resumen de consolidados de factores críticos de riesgo según organizaciones y turistas.	108
Figura 24: Promedio total de las dimensiones de la competitividad según organizaciones y turistas.	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de consistencia.....	29
Tabla 2: Operacionalización de variables	30
Tabla 3: Arribo de turistas nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje de la provincia de Yunguyo.	35
Tabla 4: Accesibilidad por medio de transporte del distrito de Yunguyo.....	41
Tabla 5: Número de población según distritos de la provincia de Yunguyo	42
Tabla 6: Festividades de la provincia de Yunguyo.	43
Tabla 7: Recursos turísticos de la provincia de Yunguyo.....	46
Tabla 8: Análisis de factores claves de éxito con buen desempeño competitivo en recursos.....	51
Tabla 9: Análisis de factores clave de éxito con poco desempeño competitivo en Recursos	54
Tabla 10: Análisis de factores clave de éxito con deficiente desempeño competitivo en Recursos.	57
Tabla 11: Consolidado de resultados ponderados de los factores clave de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – organizaciones.	60
Tabla 12: Análisis de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo - turistas.....	63
Tabla 13: Consolidado de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo de acuerdo a las organizaciones y turistas.	65
Tabla 14: Análisis de factores críticos de Riesgo según Factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Organizaciones.	69
Tabla 15: Análisis de factores críticos de riesgo según factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.....	73
Tabla 16: Consolidado de valoraciones de la dimensión factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.	75
Tabla 17: Análisis de factores críticos de riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.	79
Tabla 18: Análisis de factores críticos de riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.....	85

Tabla 19: Consolidado de valoraciones de la dimensión gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.	87
Tabla 20: Análisis de factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.	91
Tabla 21: Análisis de factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.	95
Tabla 22: Consolidado de valoraciones de la dimensión condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.	97
Tabla 23: Análisis de factores críticos de riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.	100
Tabla 24: Análisis de factores críticos de riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.	104
Tabla 25: Consolidado de valoraciones de la dimensión modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.	106
Tabla 26: Resumen de consolidados de factores críticos de riesgo según organizaciones y turistas.	107
Tabla 27: Identificación de factores de éxito y de riesgo.....	113
Tabla 28: Propuesta para la dimensión de recursos e impulsar la competitividad	115
Tabla 29: Propuestas para la dimensión de factores de apoyo e impulsar la competitividad.	117
Tabla 30: Propuestas para la dimensión de gestión del destino e impulsar la competitividad.	119
Tabla 31: Propuestas para la dimensión de condiciones de la demanda e impulsar la competitividad	122
Tabla 32: Propuestas para la dimensión de modificadores situacionales e impulsar la competitividad	124
Tabla 33: Promedio total de las dimensiones de la competitividad según organizaciones y turistas.	128

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

AA.VV	: Agencias de Viajes
DIRCETUR	: Direccion Regional de Comercio Exterior y Turismo
DIREPRO	: Direccion Regional de la Produccion
FCE	: Factores Claves de Éxito
FCR	: Factores Críticos de Riesgo
IDH	: Indicce de Desarrollo Humano
INCAE	: Instituto Centroamericano de Administracion de Empresas
INEI	: Instituto Nacional de Estadistica e Informatica
MINCETUR	: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
OCDE	: Organzacion para la Cooperacion y el Desarrollo Humano
OMT	: Organizacon Mundial de Turismo
PDT	: Plan de Desarrollo Turistico
PERTUR	: Plan Estragico Regional de Turismo
SGD	: Sistema de Gestion de Destinos
WEF	: Foro Economico Mundial
WTTC	: Consejo Mundial de Viaje y Turismo

RESUMEN

La presente investigación titulada “Factores clave de éxito, factores críticos de riesgo y el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo - periodo 2017”, tiene por objetivo identificar cuáles son los factores claves de éxito y críticos de riesgo en el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo para el periodo 2017; la población comprende a las organizaciones públicas y privadas vinculadas al sector de turismo. La investigación presentó un enfoque mixto de diseño no experimental y tipo de investigación descriptivo; empleando para el logro de los objetivos planteados el instrumento denominado Modelo de Competitividad de Dwyer y Kim (2003), validado con un valor alfa de Cronbach estandarizado 0.884; que analiza la competitividad de destinos turísticos en función a 5 dimensiones: recursos, factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales; encontrando que los factores de éxito con mayor desempeño competitivo se encuentra dentro la dimensión recurso y son: atractivos naturales de gran singularidad con 2.7 y eventos culturales 2.7 con puntajes que indican que son competitivos, y como factores críticos de riesgo se encuentran las siguientes dimensiones que obtuvieron puntajes que muestran ser poco competitivos: la dimensión factores de apoyo con los factores de entretenimiento (1.1), mejoramiento de la calidad y certificaciones (1.1), la dimensión gestión del destino con los factores de benchmarking (1.0), sistemas de información e inteligencia de mercados (1.0), institucionalización del cluster turístico (1.0), inteligencia competitiva (1.1), planeación para el desarrollo sostenible (1.1), la dimensión de condiciones de la demanda con los factores de posicionamiento en mercados internacionales (1.0), imagen desarrollo de marca turística (1.0), enlaces del mercado (1.0) y competencias de otros destinos (1.1), y la dimensión de modificadores situacionales con factores de subempleo (1.4), deterioro y contaminación (1.8) entre otros. Se concluye que los factores clave de éxito que impulsan la competitividad se encuentran relacionados con los recursos y los críticos son los factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales generando este comportamiento del destino un nivel de competitividad bajo.

Palabras Clave: Factores clave de éxito, factores críticos de riesgo, competitividad, destino turístico.

ABSTRACT

This research entitled "Key factors of success, critical risk factors and the level of competitiveness of the tourist destination of Yunguyo - period 2017", aims to identify what are the key success factors and critical risk in the level of competitiveness of the tourist destination of Yunguyo for the period 2017; the population includes public and private organizations linked to the tourism sector. The research presented a mixed approach of non-experimental design and type of descriptive research; using the instrument called the Competitiveness Model of Dwyer and Kim (2003) for the achievement of the proposed objectives, validated with a Cronbach alpha value standardized 0.884; that analyzes the competitiveness of tourist destinations based on 5 dimensions: resources, support factors, destination management, conditions of demand and situational modifiers; finding that the factors of success with greater competitive performance is within the resource dimension and are: natural attractions of great uniqueness with 2.7 and cultural events 2.7 with scores that indicate that they are competitive, and as critical risk factors are the following dimensions that they obtained scores that show to be uncompetitive: the dimension factors of support with the factors of entertainment (1.1), improvement of the quality and certifications (1.1), the dimension management of the destination with the factors of benchmarking (1.0), information systems and market intelligence (1.0), institutionalization of the tourism cluster (1.0), competitive intelligence (1.1), planning for sustainable development (1.1), the dimension of demand conditions with positioning factors in international markets (1.0), image development of tourism brand (1.0) market links (1.0) and competitions of other destinations (1.1), and the dimension of situational modifiers with factors of underemployment (1.4), deterioration and contamination (1.8) among others. It is concluded that the key success factors that drive competitiveness are related to resources and the critical factors are support, destination management, demand conditions and situational modifiers, generating this destination behavior at a low level of competitiveness.

Keywords: Key success factors, critical risk factors, competitiveness, tourist destination.

INTRODUCCIÓN

La competitividad es uno de los factores determinantes para el surgimiento y posicionamiento de un destino turístico. Sin embargo, destinos turísticos como los que existen en Perú y en otros países vecinos no cuentan con la documentación específica en los que se haya realizado la medición de la competitividad de sus destinos de manera numérica ni identificación de los factores claves de éxito y factores críticos de riesgo. Es por eso que en esta oportunidad se pretende demostrar la competitividad del destino de la provincia de Yunguyo del departamento de Puno. Donde se identifican cuáles son los factores claves de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo para el periodo 2017.

La distribución temática de la presente investigación se presenta en cuatro capítulos de la siguiente manera:

En el capítulo I. Se enfoca el problema de investigación, así también, se menciona el problema general y los problemas específicos. Se expone los estudios realizados en relación al presente trabajo de investigación; así mismo, se plantea el objetivo general y los objetivos específicos.

En el Capítulo II. Se presenta el marco teórico donde se destacan factores clave de éxito, factores de riesgo, competitividad turística y destino turístico. Así como también se da a conocer la conceptualización de los términos utilizados en el presente trabajo de investigación. Se formulan la hipótesis general y específica.

En el Capítulo III. Plantea la metodología, el diseño y tipo de investigación la que permitirá enfatizar la razón del trabajo de investigación. Así también se explica la población, muestra y el área de investigación.

En el Capítulo IV. Se expone los resultados obtenidos de la identificación de los principales factores clave de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Finalmente se formulan las conclusiones a los que se llegaron, las cuales responden a los objetivos de la investigación, se redactan las recomendaciones de la investigación, también se presentan la bibliografía y webgrafía consultada en la presente investigación y anexos utilizados.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1. 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Para el periodo 2017 el presupuesto asignado al departamento de puno por parte de los tres niveles de gobierno (nacional, regional y local) fue próximo a los S/. 5,397 millones, de los cuales se ejecutó el 67.1% del presupuesto (S/. 3,622 millones); a pesar del presupuesto asignado al departamento, en los informes presentados por el INEI se observa que la pobreza aumenta en 1.0% que equivale a 375 mil personas pobres, más que en el año 2016. Y se debe mencionar que en las zonas de frontera como Kasani (Yunguyo), Carancas (Desaguadero), Tilali (Moho) ubicadas en el departamento de Puno, donde existe movimiento migratorio en los puestos de control y son zonas tipificadas como pobres; en el caso del distrito de Yunguyo y Desaguadero presentan condiciones de pobreza de 49.0% y 46.1% respectivamente, en cambio en Copacabana el índice de pobreza es de 33.9% para el año 2016, encontrándose una gran diferencia a pesar de ubicarse geográficamente cercanos, lo cual se atribuye a que aprovechan mejor sus elementos turísticos. Además, según el INEI el distrito de Yunguyo posee un índice de desarrollo humano (IDH) de 0.35 que lo ubica dentro del rango bajo de desarrollo humano (IDH menor de 0.50), y Desaguadero posee un IDH de 0,39; en cambio Copacabana tiene un índice de 0.54. Es importante resaltar también que en las zonas de frontera existe un bajo nivel de aprovechamiento de la concurrencia de turistas, en el

caso de Yunguyo el movimiento migratorio de turistas del puesto de control Kasani para el I semestre 2017 según el instituto nacional de estadística e informática (INEI), para la entrada se registró 7,643 visitantes nacionales y 50,097 visitantes extranjeros, y para la salida se registró 8289 visitantes nacionales y 50,597 visitantes extranjeros, y según la DIRCETUR – PUNO menciona que la provincia de Yunguyo tuvo una evolución en pernотaciones y arribos durante el transcurso del año 2006 y 2016 llegando a 6,991 pernотaciones y 6,907 arribos; por otro lado según el plan vial departamental participativo de puno indica que la frecuencia de viajes por semana de Puno – Yunguyo es de 168 con un total de 5,376 de pasajeros por semana es por ello que se debe aprovechar esta afluencia de visitantes generando más oferta turística, igualmente cabe mencionar que Puno es la cuarta ciudad más visitada por extranjeros, a nivel nacional, después de Lima y Callao, Cusco y Arequipa; por lo que es importante la priorización de nodos de desarrollo departamental y las ciudades conformadas por Desaguadero, Macusani, Yunguyo, Putina, Crucero, Huancane y Coasa están consideradas como nodos de importancia media; en el caso de Yunguyo porque concentra una población comprendida entre 47,476 y registra una tasa de crecimiento de 5.2%, estos son aspectos que deben ser atendidos ya que en la actualidad los destinos consolidados a nivel mundial están acaparando la mayor cantidad de flujos de visitantes los cuales generan ingresos económicos para estos lugares, y según el Foro Económico Mundial (2013) destaca al sector de viajes y turismo como el contribuidor al crecimiento económico y a la creación de trabajos en destinos posicionados como destinos competitivos.

1.1.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuáles son los factores clave de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo - periodo 2017?

1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

- a. ¿Cuáles son los factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo - periodo 2017?
- b. ¿Cuáles son los factores críticos de riesgo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo - periodo 2017?
- c. ¿Cómo se puede elevar el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo – periodo 2017?

1. 2. JUSTIFICACIÓN

La competitividad es uno de los factores determinantes para el surgimiento y posicionamiento de un destino turístico, ya que posee considerables implicaciones para toda la industria turística, razón por la cual resulta esencial, analizar el nivel de competitividad que presenta un territorio e identificar aquellos aspectos claves y aspectos críticos de la posición competitiva de un determinado destino, para que a partir de ello se proponga estrategias de empoderamiento, y potenciación de los aspectos más positivos y estrategias de reducción o apalancamiento de los aspectos más negativos; el World Economic Forum (WEF) publicó el Informe de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCR) correspondiente al 2017, el cual marca la competitividad de viajes y turismo de 136 economías. España encabeza por segunda vez la edición 2017, seguida por Francia (2do), Alemania (3ro), Japón (4to), Reino Unido (5), Estados Unidos (6), Australia (7), Italia (8), Canadá (9) y Suiza (10). A nivel de Latinoamérica lo encabeza México (22), Brasil (27), Panamá (35), Costa Rica (38), Chile (48), Argentina (50). Perú ocupa la posición (51) mejorando siete posiciones, respecto al informe del 2015, en el que se ubicó en el puesto 58.4. El informe también muestra que nuestro país recibe alrededor de 3.5 millones de turistas internacionales, que generan divisas por US\$ 3,319

millones, con un gasto promedio por viajero de US\$ 960. Así, en el año 2016, de acuerdo con cifras del Consejo Mundial de Viaje y Turismo (WTTC), la industria mostró por sexto año consecutivo un crecimiento mayor al del PBI mundial, con lo que superó la incertidumbre geopolítica y la volatilidad económica en este periodo. Según cifras de la Organización Mundial del Turismo, este sector en el Perú empleó 390,655 personas y atrajo alrededor de 3.5 millones de turistas extranjeros, en 2016. Se tiene una previsión de 1.8 mil millones de turistas internacionales para el año 2030, la industria desempeña un papel clave en la creación de oportunidades de empleo de alta calidad. La investigación muestra que por cada 30 nuevos turistas a un destino se crea un nuevo trabajo. Nuestro país posee un potencial y real valor turístico poco aprovechado y valorado, como fuente de generación de riqueza, lo que imposibilita generar una cultura de servicio turístico y el diseño de políticas claras, cambiar este operandis público-privado implica un análisis real de estas potencialidades y los aspectos más críticos que imposibilitan su aprovechamiento, en el caso de Yunguyo es una provincia fronteriza que posee recursos turísticos muy valiosos una ubicación georeferencial altamente estratégica pero bajos niveles de arribos y pernотaciones, razón por la cual resulta importante conocer más a profundidad los factores que generan esta realidad.

1. 3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar los factores clave de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo - periodo 2017.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a.** Identificar los factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo -periodo 2017.

- b.** Identificar los factores críticos de riesgo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – periodo 2017.
- c.** Proponer estrategias de acción tendientes a elevar la competitividad del destino turístico Yunguyo a través de potenciar sus factores clave de éxito y reducir los factores críticos de riesgo.

CAPITULO II

REVISIÓN LITERARIA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Con el planteamiento del problema surgió la necesidad de recurrir a elementos teóricos existentes alrededor del tema en estudio con el fin de construir una base teórica que permita mayor profundidad y alcance en el análisis y explicación del problema seleccionado para el estudio. Para lo cual seguidamente mencionaremos algunos trabajos de investigación y definiciones relacionados al presente.

De acuerdo a Cayo y Apaza (2017) en su artículo titulado “Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico – Perú”, dicha investigación evalúa la percepción y la imagen que tienen los turistas visitantes a la ciudad de Puno en el año 2016, los resultados alcanzados en la investigación sobre la percepción es buena calificando a Puno como un lugar divertido, relajante, emocionante, agradable, tranquilo y despejado, respaldado por la buena infraestructura, servicios turísticos y la ubicación del destino, en cuanto a la satisfacción atribuye a Puno como destino debido al acogimiento en los servicios, la hospitalidad y la diversidad de sus escenarios naturales, y en cuanto a las fuentes de información que facilitan su acceso es mediante folletos turísticos, personal de AGV e internet (TICs).

De acuerdo con Alanya Arce (2014) en su tesis titulada “Análisis de factores para la evaluación del posicionamiento estratégico del destino turístico Puno - 2013”, que tiene

como objetivo evaluar el posicionamiento estratégico de Puno como destino turístico a través de sus factores que nos permita conocer la situación actual del destino para proponer estrategias para el desarrollo del turismo. Y se concluyó que los factores que describen y explican la situación actual de Puno como destino turístico son las fuerzas financieras, las fuerzas del destino turístico, la estabilidad del ambiente, y las ventajas competitivas y a su vez cuenta con elementos que explican detalladamente la situación actual del destino turístico Puno, estando algunos elementos bastante desarrollados y otros escasamente trabajados; según la ubicación del punto en el plano de posicionamiento estratégico del destino turístico de Puno indica que se encuentra en una posición competitiva, este resultado se debe sobre todo a los recursos turísticos con los que cuenta la región y el incremento de la demanda anual.

Franco Jove (2015) en su tesis de maestría titulada “La competitividad como factor determinante del desempeño y posicionamiento de Puno como destino turístico” tiene como objetivo principal identificar los factores que determinan el posicionamiento y desempeño competitivo de Puno como destino competitivo. La conclusión a la que llega de acuerdo al análisis del modelo teórico de Dwyer y Kim, las ventajas competitivas de Puno como destino turístico son el contar con atractivos naturales de gran interés y singularidad; ser parte de la ruta Cuzco – la Paz interoceánica; contar con un patrimonio inmaterial; expresiones culturales quechua y Aymara, organizar eventos culturales, la experiencia y conocimiento en turismo rural y convencional (histórico cultural), hay un acondicionamiento y manejo de atractivos histórico monumentales y se han desarrollado capacidades en empresarios locales y operadores del destino y una cultura turística (sensibilización de la población frente al turismo).

También según Arohuanca Percca (2010) en su tesis de maestría denominada “Factores críticos de éxito y su influencia en el desarrollo turístico competitivo: caso comunidad

de los Uros – Puno”, tiene como objetivo principal establecer los factores críticos de éxito relevantes que influyen en el desarrollo turístico competitivo local de la comunidad de los Uros. Y concluye que los factores críticos de éxito identificados para el caso de los Uros y que influyen en el desarrollo competitivo territorial son básicamente: la preservación de la identidad cultural, tradiciones, vivencias y la unidad organizacional (particularidad del modus vivendi); habilidades en servicios turísticos con adaptación al cliente (desarrollo de actividades y competencias técnico productivas); promoción nacional e internacional para posicionar el territorio enfocando el turismo vivencial.

Yucra Flores (2010) en su tesis denominada “Percepción de los elementos, factores y componentes que se observan en la visita a la comunidad de Llachon como destino turístico” tiene como objetivo analizar los recursos y servicios turísticos; y el recurso humano existente en la comunidad de Llachon desde la perspectiva de percepción del destino turístico. El autor concluye que la percepción de la comunidad de Llachon, como destino turístico; cuenta con recursos turísticos de primer orden destacando: los recursos naturales, los recursos inmateriales (folklore, costumbres, tradiciones, artesanía entre otros), también se considera que la cantidad de servicios turísticos es suficiente.

En la tesis de Salamanca Paredes (2001) titulada “Potencial turístico del distrito de Ilave para un nuevo destino turístico” plantea como objetivo que se tiene que identificar y evaluar el potencial turístico natural y cultural del distrito de Ilave. Concluye que el distrito de Ilave posee una diversidad de recursos turísticos potenciales, tanto, naturales culturales y folklore para la apertura del desarrollo de la actividad turística dentro del ámbito del distrito de Ilave, las costumbres, tradiciones y el mismo patrimonio turístico permite realizar una investigación que al mismo tiempo constituye un argumento fehaciente.

2.2. MARCO TEÓRICO

La investigación se sujeta fundamentalmente en la revisión y análisis bibliográfico de libros, artículos de revista relacionados a factores clave de éxito, factores críticos de riesgo, competitividad turística y destinos turísticos.

2.2.1. Factores Claves de Éxito

Rockart (como se citó en Murillo, 2004) define a los factores de éxito como las áreas en las que son necesarios los resultados favorables para que un gerente en particular alcance sus metas. Del mismo modo Gimbert (2010) define a los factores clave de éxito como los elementos que pueden hacer que una empresa sea exitosa. Esto es respaldado también por Lynch, (como se citó en Ferreras, 2010) que indica que los FCE son los recursos, habilidades y atributos de una organización que son esenciales para tener éxito en el mercado. Sin embargo, estos factores representan un número limitado en las cuales los resultados, si son satisfactorios, y aseguran un funcionamiento competitivo y exitoso para la organización. (Carreto, 2008)

Por otro lado Leidecker (como se citó en Villegas, 2005) refiere que son características, condiciones o variables que cuando están debidamente soportadas, conservadas o gerenciadas tienen un impacto significativo en el éxito de una empresa que compite en una industria específica. Y estos resultados tienen efectos directos en la rentabilidad, pero estos cambios no siempre son predecibles. Además D'Alessio Ipinza (2013) indica que también se definen como las variables sobre las cuales la gerencia puede influir con sus decisiones, con el fin de afectar significativamente la posición competitiva de las organizaciones en las industrias.

2.2.2. Factores de Riesgo

Según Gomes (2001) un factor crítico es una variable que incide de forma positiva o negativa un sistema que mayormente son representados por los factores de desempeño limitantes que implican los cuellos de botella. Para Salazar y Camacho (2004) es necesario identificar los puntos críticos o factores defensivos, es decir, los elementos negativos internos de la organización que deben ser corregidos, para esto las organizaciones deberán concentrar sus esfuerzos para mejorar sus niveles de competitividad. Así mismo Spacey (2016) indica que un factor de riesgo es el potencial de pérdidas relacionadas con un negocio, y que generalmente los riesgos rodean todo lo que hace una organización; como tal, es común que las industrias identifiquen los riesgos de forma periódica para encontrar formas de evitar o reducir pérdidas futuras. Por otro lado Shumpeter (como se citó en Miller, 2008) define que el riesgo competitivo es la posibilidad de que las fuerzas competitivas le impidan alcanzar un objetivo, que a menudo se asocia con el riesgo de disminución de los ingresos comerciales o los márgenes debido a las acciones de un competidor. También según Taylor (2010) define que es el potencial de las acciones de un competidor para impactar negativamente su negocio, que en un mercado competitivo y saludable, el riesgo competitivo impulsa mejoras tales como la reducción de costos y la mejora de la calidad.

Según Burbano y Cardona (2011) los factores de riesgo son los obstáculos que impiden el logro de objetivos, por el contrario, generan cuellos de botella que impiden acelerar el desarrollo sostenible, circunstancia que se convierte en un desafío para alcanzar en menos tiempo la generación de soluciones de los cuellos de botella. Para Ferreira (2015) los cuellos de botella que inhiben la competitividad de las industrias impiden generar empleos y rentabilidad para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, por esto es necesario emplear un adecuado modelo para la actuación empresarial en base a la

competitividad. A esto Harris (2013) añade que el principal riesgo inherente que enfrentan las industrias competitivas proviene del precio de sus mercancías, y muchas veces, las cadenas más grandes pueden perder dinero en un producto competitivo, sin embargo, pueden obtener un producto especializado. Y para Loughran (2011) al evaluar un riesgo inherente se deben tener en cuenta generalmente de cuatro factores de riesgo inherentes para los ingresos: factores relacionados con la industria; complejidad del reconocimiento de ingresos; dificultad para auditar las transacciones y declaraciones erróneas en auditorías anteriores.

2.2.3. Competitividad

Para Porter (1990), la competitividad de toda una nación tiene su origen en un nivel microeconómico, es decir, la competitividad de una nación es la suma de la competitividad de sus empresas individualmente consideradas. Y según este reconocido autor, la competitividad no debe entenderse en términos de una nación, sino en términos de sus industrias y sectores. En conclusión la competitividad de un determinado lugar se debe a la relación del comportamiento de sus empresas con el mercado en el que opera. En este sentido la competitividad es el grado en que una nación puede, bajo condiciones de libertad e igualdad de mercado, producir bienes y servicios que satisfagan las exigencias de los mercados internacionales al tiempo que mantiene o incrementa los ingresos reales de sus ciudadanos. (Medina, 2012)

Según Francés (como se citó en Regalado, 2011) se refiere a la competitividad como la capacidad de un sector para colocar con éxito sus productos en el mercado global, en libre competencia y para incrementar el ingreso de los trabajadores. Igualmente para Chan (2011) se es competitivo cuando se logra la inserción en nuevos mercados, conservando los ya obtenidos y elevando los márgenes de productividad y rentabilidad

de la organización. Sin embargo para Sánchez (como se citó en Flores & Barroso, 2012) la competitividad es aplicable a un amplísimo rango de entidades, desde una nación hasta un producto o servicio, pasando por una región, un municipio, una corporación empresarial, una empresa individual, etc. El concepto de competitividad aparece entonces vinculado al de productividad y depende de un amplio conjunto de factores radicados tanto en los niveles microeconómicos como en los macroeconómicos. (Wallingre & Villar, 2011)

2.2.3.1. Competitividad de un Destino Turístico

Según Esteve Secael (como se citó en Acerenza, 2009) piensa que es la capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país o de una zona para alcanzar sus objetivos de una manera sostenible y sostenida, es decir, que en consecuencia a la actuación de organismos e instituciones públicas y privadas se generen ingresos que compensen los costes de desarrollo de la actividad turística, así como para remunerar los capitales invertidos por encima de su coste de oportunidad, y que también representen una rentabilidad para la sociedad, así como consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas. Del mismo modo opina Acerenza (2009) que la competitividad de un destino turístico dependerá de la combinación y sinergia de un conjunto de factores como la capacidad competitiva de las empresas, la dotación de infraestructura, la disponibilidad de capital humano y el entorno macroeconómico e institucional.

Según Murphy, et al, 2000 (como se citó en Flores & Barroso, 2012), afirma que la competitividad de los destinos turísticos está más relacionada con la definición macroeconómica del concepto, por lo que su fin último va a ser la contribución a la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. Y para Dupeyras y MacCallum (como se

citó en Altamirano & Trujillo, 2014), afirman que la competitividad de un destino turístico es la capacidad de optimizar su atractivo para residentes y no residentes, proveer servicios turísticos de calidad, innovadores y atractivos a los consumidores para incrementar el arribo de turistas tanto del mercado nacional como internacional, de modo que también se garantice que los recursos que se tengan, y que dan soporte al desarrollo de la actividad turística, se utilizaran eficientemente y de manera sostenible. De la misma manera la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) establece que la competitividad de un destino turístico es la habilidad de optimizar su atractivo para los residentes y no residentes, de forma que reciban servicios de calidad, con innovación y que sean atractivos para los usuarios. Lo anterior, a fin de abarcar mercados domésticos y globales y al mismo tiempo asegurar la disponibilidad de los recursos de manera eficiente y sustentable. (Altamirano & Trujillo, 2014)

Como puede apreciarse, existen diferentes puntos de vista en cuanto a la competitividad de un destino turístico, en consecuencia de los distintos enfoques planteados y que a partir de los cuales podemos concluir que la competitividad de un destino turístico es la capacidad que se posee para competir en el mercado, con las ofertas que se igualen o superen a las presentadas por los destinos competidores. Y en muchos casos el elemento que le brinda a un destino turístico la capacidad de competir, son precisamente las ventajas competitivas que posea o que pueda lograr sobre los destinos competidores.

2.2.3.2. Estructuras que sustentan la competitividad de un destino turístico

Hoy en día los destinos turísticos más competitivos son aquellos que resultan de una amplia cooperación, articulada entre las estructuras privadas, sociales, públicas y territoriales, orientadas a incrementar su rentabilidad, atracción y sostenibilidad. A continuación veremos cómo contribuye cada una de estas estructuras de apoyo a la

competitividad de un destino turístico. Los autores Altamirano y Trujillo (2014) mencionan las siguientes estructuras de apoyo al turismo.

- a. Estructura empresarial: Capacidad de gestión del capital humano, diversidad, rentabilidad, crecimiento e innovación, interactividad local, calidad, entre otros.
- b. Estructura social: Capacitación de los trabajadores del destino turístico, concientización sobre los beneficios e impactos del turismo, receptividad social al turista (hospitalidad), etc.
- c. Estructura pública: Servicios públicos de calidad, responsabilidad de marketing de los destinos, entre otros.
- d. Estructura territorial: Calidad ambiental y biodiversidad, variedad paisajística, geográfica y natural, accesibilidad e identidad.

2.2.3.3. Modelos de competitividad

Para Esteve (2004) la competitividad de una zona turística reside en la intensidad de las interrelaciones dentro de cada uno de tres clustres: los empresariales (servicios y recursos turísticos); los territoriales (infraestructura y las localizaciones); y los institucionales (la sociedad en general). Y según Frances (2003) menciona un modelo de evaluación de competitividad de los destinos turísticos de larga distancia y de acuerdo a este modelo, la competitividad del turismo se establece en función del atractivo del destino, la gestión, la organización, la información y la eficiencia. Por otro lado Hassan propone los siguientes determinantes para la evaluación de la competitividad: la ventaja competitiva, la orientación de la demanda, es decir, la capacidad del destino de responder a los cambios de la demanda que influyen sobre la competitividad, la estructura de la industria y por último el compromiso con el medio ambiente.

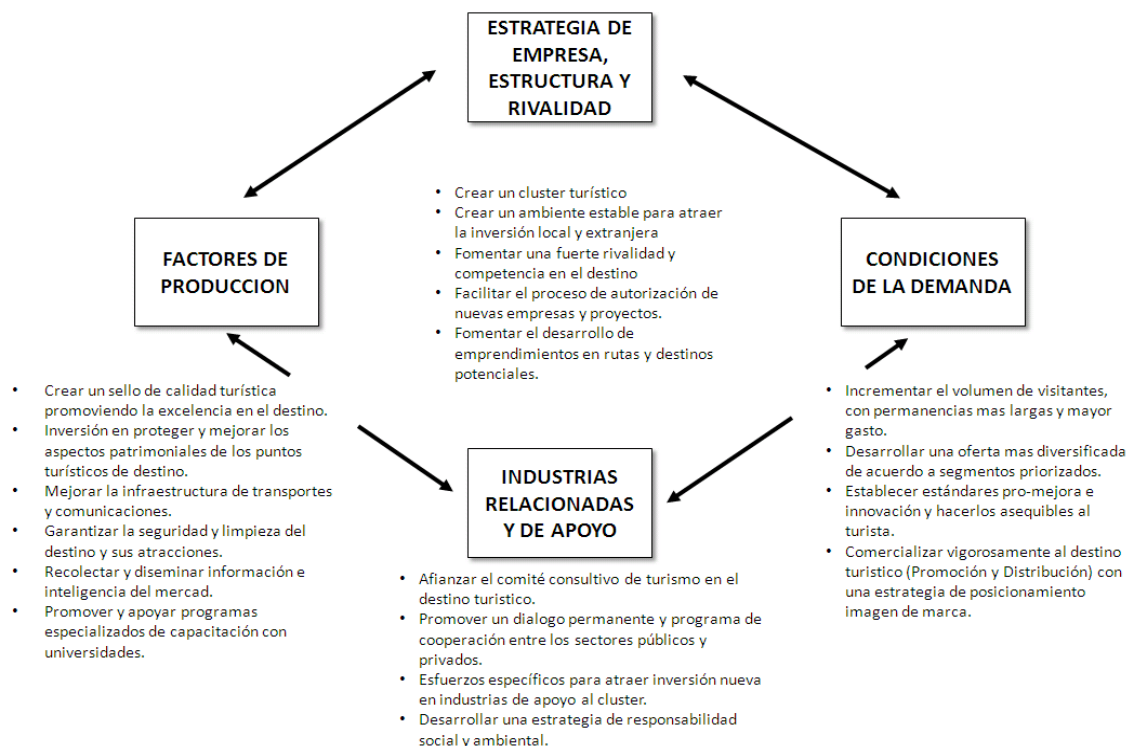
Existen otros autores que proponen otros modelos de evaluación de la competitividad de destinos turísticos que a continuación se mencionan.

a) El diamante de Porter aplicado al turismo

Según este reconocido autor, Porter (como se citó en Regalado, 2011) indica que la competitividad no debe entenderse en términos de una nación, sino en términos de sus industrias y sectores. Según el centro Latinoamericano para la competitividad y desarrollo sostenible de INCAE, las características de un clusters de turismo de clase mundial, son:

- a. Factores de producción.
- b. Estrategias de las empresas, estructura y rivalidad.
- c. Condición de demanda.
- d. Industrias conexas y de apoyo.

Figura 1: Determinantes de la Competitividad “El Diamante de Porter”



Fuente: Franco Jove Alan en base a INCAE 1997

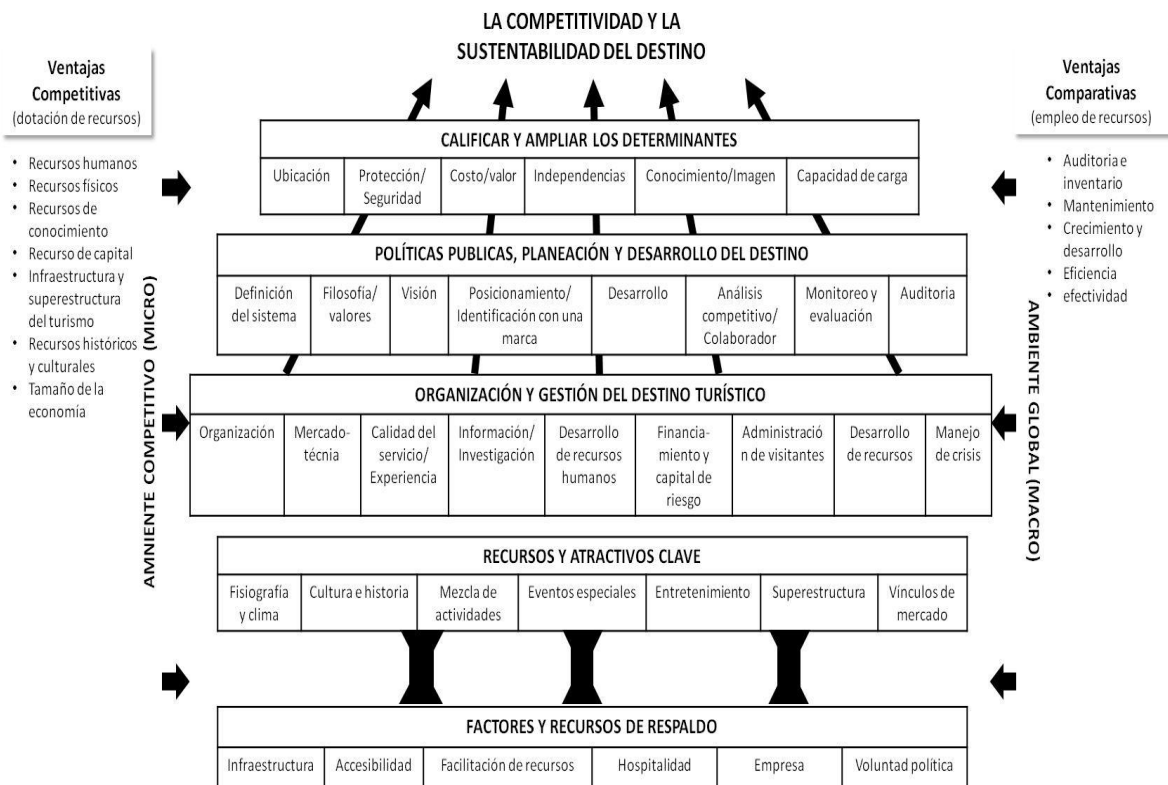
En el esquema del Diamante de Porter, se asume el turismo como un sector y se obtiene la evaluación de los principales factores del entorno que dan a lugar su posición competitiva.

b) Modelo de competitividad turística de Ritchie y Crouch

Según Goeldner y Ritchie (2011) mencionan que una buena planeación turística tiene como base una comprensión sólida de aquellos factores que determinan el éxito de un destino turístico. El modelo propuesto por estos autores identifica gráficamente estos factores, y cada uno de los cuales contiene cierto número de subcomponentes.

- Recursos y atractivos clave
- Factores y recursos de respaldo
- Calificar y ampliar los determinantes (condicionadores situacionales)
- Políticas públicas, planeación y desarrollo del destino
- Organización y gestión del destino turístico o dirección del destino
- Ventaja comparativa frente a ventaja competitiva
- Ambiente global (macro) frente a ambiente competitivo (micro)

Figura 2: El modelo de Ritchie/Crouch de la competitividad y sostenibilidad del destino

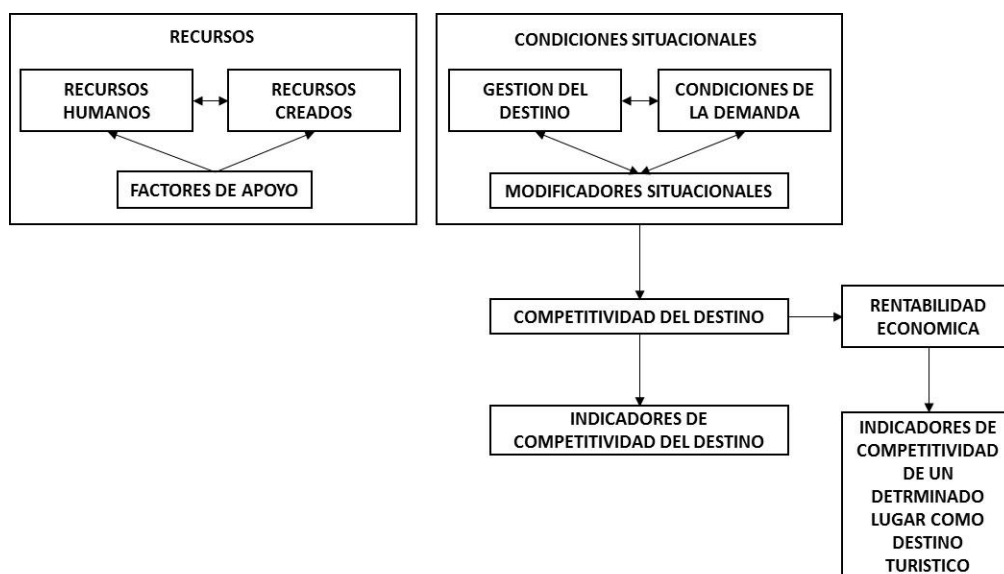


Fuente: Goeldner & Ritchie (2011)

c) Modelo integrado de destinos turístico competitivo de Dwyer y Kim, 2003

Según Ruiz y González (2012) este modelo trata de recoger e integrar los principales elementos que, según la literatura, identifican los principales factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos, por lo que contiene las principales variables propuestas por Crouch y Ritchie, si bien difiere en algunos aspectos. El modelo se compone de tres grandes grupos de factores: Los recursos, el entorno (la gestión, las condiciones de la demanda y las modificaciones situacionales), y la síntesis de la competitividad del destino.

Figura 3: Modelo de competitividad de Dwyer y Kim



Fuente: Franco Jove Alan construido a partir de Francés (20002)

- a. Los recursos se dividen en dos tipos: los recursos básicos que pueden ser creados o heredados:
 - Recursos heredados: son los recursos endógenos, del propio territorio, entre los que se encuentran los recursos naturales (fisiografía, flora, clima, fauna, etc.) y los recursos culturales (historia, costumbres, arquitectura, música, bailes, etc.).
 - Recursos creados: dentro de este subgrupo se identifican cinco tipos de factores: las infraestructuras turísticas; los eventos especiales; las actividades disponibles, recreativas y deportivas; el ocio y entretenimiento; y las tiendas para comprar.
- b. Factores complementarios o de apoyo
- c. Las condiciones situacionales (entorno): equivalen a las fuerzas del entorno que pueden ejercer influencia positiva o negativa en la competitividad del destino. Comprenden los siguientes aspectos:

- Gestión del destino
- Modificadores situacionales, están constituidas por la ubicación geográfica, el micro entorno competitivo, la seguridad y la competitividad en precios. El micro entorno competitivo se refiere a la capacidad, desempeño, estrategias y estructura de las empresas de turismo del destino. El macro entorno competitivo son los factores nacionales e internacionales que afectan la competitividad del destino: la estabilidad política, la legislación económica, el entorno social y cultural y el desarrollo tecnológico.
- Condiciones de la demanda

d. La competitividad del destino que resulta de la interacción de los elementos anteriores y se vincula con la prosperidad regional, nacional y la prosperidad económica de los habitantes de la zona.

2.2.3.4. Indicadores para medir la competitividad turística

Sánchez y Fajardo (2004) sostienen que la competitividad es un concepto complejo, dinámico, comparativo, multidimensional, difícil de medir y que no puede ser observable directamente, es decir, por lo que debe ser evaluada a partir de indicadores. Igualmente Scott y Lodge (1985) indican que la competitividad es un concepto multidimensional, y que es necesaria la utilización de varios indicadores de competitividad, que pueden ser clasificados en indicadores objetivos y en indicadores subjetivos. Así mismo para Erikson (1996), los términos objetivos y subjetivos son algo desorientadores, prefiriendo utilizar los términos descriptivos y evaluativos. Para Ferreras (2009) destaca la propuesta de indicadores planteada por Dywer, que se basa en su modelo de competitividad y está conformada por un amplísimo grupo de indicadores de competitividad turística agrupados por factores o dimensiones.

- a. **Recursos inherentes:** indicadores de recursos naturales, culturales y herencia histórica.
- b. **Recursos creados:** indicadores de infraestructura turística, de actividades de ocio disponibles, de entretenimiento y de acontecimientos especiales.
- c. **Factores de apoyo o complementarios:** indicadores de infraestructura general, de calidad del servicio, de accesibilidad al destino, de hospitalidad y de restricciones del mercado.
- d. **Gestión del destino:** indicadores de la organización de la gestión empresarial del destino turístico, de la dirección de marketing del destino, de la política, la planificación y el desarrollo del destino, del desarrollo de recursos humanos y de la gestión medioambiental.
- e. **Condiciones de la demanda:** indicadores de la competitividad en precios del destino, percepción del destino, conocimiento del destino, preferencias del destino.
- f. **Modificadores situacionales:** del entorno (micro) competitivo, indicadores de localización del destino, del entorno (macro) competitivo, y de la seguridad ciudadana del destino

En Dwyer y Kim (2003) la competitividad también se mide por el número de visitantes y el gasto turístico, además de variables como la tasa de crecimiento, la duración de la estadía, la tasa de repetición y la participación de mercado en términos de números de visitantes e ingreso. La utilización del número de visitantes como medida de competitividad es aplicable al destino cuyo objetivo es el incremento del número de turistas y los niveles de ocupación hotelera no se encuentran al máximo y, por tanto, la expansión de la actividad no compromete la sostenibilidad del destino.

2.2.4. Destino Turístico

Según Altés (2001) los destinos turísticos son presentados y percibidos como “productos”. Un destino, y sus atractivos, se asocian con un cierto número de actividades y experiencias, pero estas varían según los diferentes mercados geográficos en función de aspectos como la distancia y las diferencias culturales. Y según Valls (como se citó en Troitiño, 2008) también lo define como el conglomerado de productos turísticos que actúan dentro de un espacio geográfico determinado, a los que hay que añadir factores comunes tales como clima, las infraestructuras, los servicios, los recursos naturales y culturales. De la misma manera Kim indica que puede ser observado como un producto complejo de la industria turística que comprende, el clima de un área, la infraestructura y superestructura, los servicios y los atributos naturales y culturales. (Ferrerías, 2009)

Sin embargo algunos turistas pueden considerar como destino un paseo en crucero, mientras otros consideran como tal las ciudades que visitan en el trayecto en ese caso se podría mencionar que los destinos turísticos están divididos de manera artificial por barreras administrativas y políticas, en este caso un destino turístico se puede entender como un territorio cuyas características percibidas por el turista, justifican la unidad de su imagen y que tienen fuerza para atraer flujo de visitantes. Siendo así según el PERTUR (2013), define un destino turístico como un espacio determinado con atracciones y servicios que motivan y facilitan la estadía del turista, igualmente para el MINCETUR (2015), es un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas. También para Vignati (2009) un destino turístico era una zona geográfica

bien definida, una isla o una ciudad; sin embargo, hoy en día, puede ser interpretado subjetivamente por los consumidores en función de su itinerario de viaje, de su formación cultural, del motivo de su visita, del nivel de educación y, también, de su experiencia previa.

Para Brackenbury (2000), desde una perspectiva institucional, resulta indispensable la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre la base de una visión estratégica; por otro lado para Valls (2004) las políticas turísticas representan la unidad base de gestión ya que existe una serie de características que lo conforman y hay que tener en cuenta en el momento de definirlo estas son: el espacio geográfico; el destino turístico debe adquirir centralidad; el destino debe presentar una oferta que responda a las expectativas de los clientes; el destino debe tener una marca que simbolice toda la oferta; y finalmente, es que debe dotarse de una función comercializadora conjunta.

Según Altamirano y Trujillo (2014) definen un destino turístico desde el punto de vista de la oferta como una combinación de atracciones y equipamientos de apoyo que comparten algunos elementos en común que se deben tener en cuenta para una gestión y planificación correcta del destino. Y desde la perspectiva de la demanda, indican que un destino turístico se posiciona en la mente del consumidor turístico a partir de imágenes (marketing y publicidad) y características. Por otro lado la OMT (como se citó en Medina, 2012), establece que un destino es un lugar importante que es visitado por un turista en su viaje, y que si analizamos esta acción se puede distinguir entre tres modalidades de destinos en un mismo viaje: el destino más alejado del lugar de residencia habitual del viajero; el destino principal del viaje, en el que el viajero permanece un mayor tiempo; y el destino que es el motivo principal del viaje, que

justifica la planificación y realización del viaje. Con todas estas definiciones podemos afirmar que un destino turístico es un espacio físico donde el turista pernocta al menos una noche, y que esta compuesto de diferentes productos turísticos como la estructura de soporte, los atractivos, los recursos y que estos destinos están definidos a través de límites administrativos, los cuales ayudan a determinar la gestión del mismo a un determinado gobierno, siendo su imagen y posicionamiento factores clave para alcanzar la competitividad.

2.2.4.1. Funciones del destino

Según Bustamante y Guzmán (2004) las funciones que representan los destinos están relacionadas con cuatro objetivos.

- 1. Calidad de vida:** los destinos configuran estructuras urbanísticas, sociales, culturales, en forma de red, posibilitando una mejor calidad de vida de la población residente
- 2. Desarrollo económico superior:** posibilitar un mayor nivel de desarrollo económico, de modo que sus inversiones en turismo sean económicamente rentables y produzcan una rentabilidad social.
- 3. Competitividad internacional:** se relaciona con la exportación, la capacidad de atraer capitales, atraer turistas y visitantes.
- 4. Satisfacciones:** se refiere a que la población local y los turistas obtengan la satisfacción buscada.

2.2.4.1. Componentes del destino turístico

Según Valls (2004) menciona que el destino se compone de productos turísticos, los cuales a su vez, se estructuran a partir de los recursos o atractivos existentes en el lugar.

- a. **Los atractivos:** Es el elemento que desencadena el proceso turístico; son los recursos o elemento territorial, patrimonial, infraestructural o de cualquier otra índole, presentado en su estado natural, con menor o mayor grado de tangibilidad.
- b. **Los productos:** El producto turístico selecciona algunos de los atractivos existentes en un territorio, los pone en valor y les añade los elementos necesarios para convertirlos en una amalgama de componentes tangibles e intangibles que genera utilidades y beneficios a los consumidores en forma de experiencias concretas.

Según Buhalis (como se citó en Ferreras, 2009), resume los componentes claves de un destino en su marco de trabajo de las “Six As” siendo:

- a. **Atracciones** (*Attractions*): Recursos naturales, hasta los artificiales, y el patrimonio.
- b. **Accesibilidad** (*Accessibility*): Se refiere a la red de transportes que posibilite y facilite la llegada de la demanda turística al destino.
- c. **Comodidades** (*Amenities*): Estructura de servicios (alojamientos, oferta de restauración, tiendas y otros servicios turísticos y comerciales).
- d. **Paquetes disponibles** (*Available packages*)
- e. **Actividades** (*Activities*): Aquello que los turistas pueden hacer o disfrutar durante su visita.
- f. **Servicios auxiliares** (*Auxillary services*): Todos aquellos servicios que no parecen importantes pero que evidentemente otorgan valor a un destino turístico (bancos, telecomunicaciones, correos, hospitales, entre otros).

2.2.4.2. Dimensiones del análisis de un destino turístico

Según Medina Muñoz (2012) indica que la amplitud y complejidad de un destino turístico dificulta la realización de un análisis interno del mismo, dados los diversos y

variados elementos, en el que coexisten atractivos turísticos, con una gran variedad de empresas turísticas que ofrecen su servicio en el destino, los diversos departamentos de la administración pública que también prestan servicios turísticos, y el acceso al destino. Por tal motivo, las dimensiones que forman parte del análisis interno de un destino turístico son las siguientes:

- a. Inventario de recursos turísticos y de la oferta por productos turísticos.
- b. Los visitantes y turistas actuales, dejando el análisis de la demanda potencial o de los mercados emisores para el análisis del entorno general.
- c. Sostenibilidad del destino turístico.
- d. La calidad del destino turístico.
- e. Competitividad del destino.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Competitividad: Es un indicador que mide o cuantifica la capacidad de una nación de competir frente a sus socios comerciales.

Competitividad en turismo: Es la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores. También se puede definir como la habilidad relativa del destino de conocer las necesidades y el perfil de los turistas, para proveer servicios y bienes mejores que otros destinos semejantes, en los aspectos verificados.

Competitividad de un destino turístico: La competitividad de un destino depende de su habilidad para maximizar sus características; y para asegurar la competitividad de un destino en el largo plazo, tiene que disponer de ventajas comparativas y competitivas

que garanticen la permanencia en el mercado de ese producto y generen niveles más altos de rentabilidad a las empresas de ese destino.

Competitividad y factores críticos de éxito: Los FCE varían en función a las diferentes perspectivas de estudio y/o análisis de la competitividad, las cuales pueden agruparse, sobre la base de su capacidad explicativa de la competitividad, a partir de cinco tipos de variables causales (ventajas comparativas y ventajas competitivas): ventajas - país, ventajas - industria, ventajas - territorio, ventajas - producto y ventajas - empresa. El enfoque resultará distinto en función de la perspectiva o ámbito de estudio desde el cual se analice la competitividad; de ahí, que podrá quedar comprendida como parte de los mercados, como partícipe de cierto entorno competitivo (negocio o actividad).

Condiciones de la demanda: Analiza como la demanda turística, o mejor dicho, su conocimiento por parte de la zona receptora o destino turístico, puede influir en su competitividad, en la medida en que las motivaciones sean identificadas por los gestores de estas zonas, por las organizaciones y turísticas, que exista capacidad y voluntad de adaptación de la oferta a esas características específicas.

Modelos de competitividad: Teorías más conocidas con respecto a la competitividad propuestas por diferentes autores los cuales guardan similitudes en cuanto a factores a tomar en cuenta para la evaluación de la competitividad de un destino turístico.

Destino turístico: Es una combinación de elementos interdependientes (recursos, infraestructuras generales, transporte,...) que producen la satisfacción del turista.

Gestión del destino: Es la eficiente administración de recursos (patrimoniales, humanos, económicos y de todo tipo) ordenada a la consecución de objetivos sociales.

Factores de apoyo: Se refiere a elementos secundarios que facilitan que una industria turística exitosa se desarrolle en el destino turístico, ayudan a los factores de atracción centrales del destino.

Factores claves de éxito: Son un medio necesario para alcanzar los objetivos especificados y no un fin en sí mismos, tener cuales son los FCE de una organización permite entre otras cosas, adquirir diferentes ventajas.

Recursos turísticos: Los recursos pueden ser clasificados como naturales entre los cuales se encuentran el clima, los paisajes, las playas, las montañas, etc. Entre los recursos heredados esta la parte culinaria, la lengua, los estilos de vida, etc. Por otro lado, los creados incluyen la infraestructura turística, eventos especiales, entretenimiento, productos ofertados, etc.

Atractivo turístico: Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios agregándole valor.

Actividad Turística: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.

Producto turístico: Se define como el conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades. También puede definirse como la suma de componentes tangibles e intangibles, que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe. Y se puede sintetizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos), las facilidades

(alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios) y accesibilidad (infraestructura de transporte).

Riesgo: Como vulnerabilidad, riesgo es la vulnerabilidad ante un potencial perjuicio o daño para las unidades, personas, organizaciones o entidades. Cuanto mayor es la vulnerabilidad, mayor es el riesgo, pero cuanto más factible es el perjuicio o daño, mayor es el peligro. Como contingencia, proximidad de un daño”. Por sus consecuencias, posibilidad de que se produzca un contratiempo o una desgracia, de que alguien o algo sufra perjuicio o daño.

2.4. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1. HIPOTESIS GENERAL

Los factores clave de éxito que impulsan la competitividad se encuentran relacionados con los recursos y los críticos con los factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales presentandose un nivel de competitividad bajo.

2.4.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS

H.E.1: Los factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo están relacionados con recursos.

H.E.2: Los factores críticos de riesgo que afectan negativamente la competitividad del destino turístico de Yunguyo están relacionados con factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales.

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1: Matriz de consistencia

Tema: Factores clave de éxito, factores críticos de riesgo y el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo – periodo 2017.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones
Problema General ¿Cuáles son los factores clave de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo - periodo 2017?	Objetivo General Identificar los factores clave de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo - periodo 2017.	Hipótesis General Los factores clave de éxito que impulsan la competitividad se encuentran relacionados con los recursos y los críticos con los factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales, presentándose un nivel de competitividad bajo.	Variable 1 Factores clave de éxito y factores críticos de riesgo.	Recursos Factores de apoyo. Gestión del destino Condiciones de la demanda Modificadores situacionales
Problemas específicos ¿Cuáles son los factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo - periodo 2017?	Objetivos específicos O.E.1: Identificar cuáles los principales factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo - periodo 2017.	Hipótesis específicas H.E.1: Los factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo están relacionados con recursos.	Variables 2 Competitividad de destinos turísticos.	Recursos Factores de apoyo. Gestión del destino Condiciones de la demanda Modificadores situacionales
¿Cuáles son los factores críticos de riesgo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo - periodo 2017?	O.E.2: Identificar los factores críticos de riesgo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – periodo 2017.	H.E.2: Los factores críticos de riesgo que afectan negativamente la competitividad del destino turístico de Yunguyo están relacionados con factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales.		
¿Cómo se puede elevar el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo – periodo 2017?	O.E.3: Proponer estrategias de acción tendientes a elevar la competitividad del destino turístico Yunguyo a través de potenciar sus factores clave de éxito y reducir los factores críticos de riesgo.			

Tabla 2: Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	CRITERIOS DE VALORACIÓN
VARIABLE 1 Factores claves de éxito y factores críticos de riesgo	Recursos	- Recursos naturales - Recursos culturales - Herencia histórica - Eventos especiales - Actividades recreativas y deportivas.	Encuestas estructuradas Escala de Licker 1 = Deficiente 2 = Insuficiente 3 = Bueno
	Factores de apoyo	- Infraestructura - Calidad del servicio - Hospitalidad	
	Gestión del destino	- Gestión empresarial - Dirección de marketing - Desarrollo de recursos humanos - Gestión medioambiental	
	Condiciones de la demanda	- Percepciones y preferencias - Competitividad en precios - Imagen que se tiene del destino	
	Modificadores situacionales	- Entorno (micro) competitivo - Entorno (macro) competitivo - Seguridad ciudadana	
VARIABLE 2 Competitividad de destinos turísticos	Recursos	- Recursos naturales - Recursos culturales - Herencia histórica - Infraestructuras turísticas - Eventos especiales - Actividades recreativas y deportivas.	Encuestas estructuradas Escala de Licker 1 = Nada competitivo 2 = Poco competitivo 3 = Competitivo
	Factores de apoyo	- Infraestructura - Calidad del servicio - Hospitalidad	
	Gestión del destino	- Gestión empresarial - Dirección de marketing - Políticas - Planificación y desarrollo del destino - Desarrollo de recursos humanos - Gestión medioambiental - Coordinación entre los distintos actores	
	Condiciones de la demanda	- Percepciones y preferencias - Competitividad en precios - Imagen que se tiene del destino	
	Modificadores situacionales	- Entorno (micro) competitivo - Entorno (macro) competitivo - Seguridad ciudadana	

CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

En este capítulo se expone el enfoque, el diseño y tipo de investigación aplicada en el presente trabajo de investigación, igualmente se detalla la población y la muestra el cual represento el objeto de estudio, del mismo modo se explican las técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de datos aplicados.

3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Considerando como referencia la tipología según Hernández Sampieri (2014), se determinó el enfoque mixto, debido a que se usa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos; el primero se aplicó durante todo el proceso de la investigación ya que se realizó en función a una secuencia metodológica, y también los datos obtenidos se les realizo un tratamiento estadístico, además se realiza la formulación de hipótesis y contrastación de hipótesis; el segundo aspecto análisis de datos cualitativos según la teoría indica que la secuencia del proceso de investigación no se debe aplicar de manera rigurosa en la secuencia metodológica y durante el proceso de investigación se requirió de flexibilidad en la secuencia a seguir para replantear y complementar diferentes aspectos, también se buscó comprender e interpretar el objeto de estudio a través de la percepción producida de las experiencias de los que

participaron en la investigación, es así como la integración de estos enfoques sirvió para realizar inferencias y/o conclusiones producto de la información procesada a fin de lograr mayor consistencia en la contrastación de las hipótesis y explicar las dimensiones que corresponden a los factores clave de éxito que impulsan la competitividad del destino turístico y las que corresponden a los factores críticos de riesgo que afectan a la competitividad de destino turístico.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental ya que según Hernández Sampieri (2014), indica que son estudios en que solo se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos. Y en el presente trabajo de investigación no se realizaron cambios o tratamientos a ninguna de las variables de estudio; ya que la variable 1 (Factores claves de éxito y factores críticos de riesgo) y la variable 2 (competitividad de destinos turísticos) ya han ocurrido y o pueden ser manipuladas y no se pueden influir sobre ellas porque ya sucedieron al igual que sus efectos.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo a Rojas (2015) la tipología se ubica de acuerdo a la siguiente clasificación: Por la manipulación de variables: investigación de tipo descriptiva, en este estudio se seleccionan una serie de cuestiones o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas y analizarlas tal como son sin pretender averiguar si hay o no alguna correlación. Precisamente en la investigación el análisis de factores de éxito y factores de riesgo se evaluaron e identificaron en base solo a los resultados obtenidos de la encuesta para luego describir lo que se investigó.

Por el propósito o finalidad: investigación de tipo aplicada, porque esta busca recursos de aplicación del conocimiento ya obtenido, y por tanto no busca la verdad como la investigación pura, sino la utilidad, en otras palabras, busca aplicar el conocimiento en la realidad para obtener resultados prácticos. La presente investigación se apoya en teorías ya sustentadas para evaluar la competitividad de destinos turísticos.

Por el enfoque de investigación: se opta por el tipo explicativo secuencial ya se caracteriza por una primera etapa en la cual se recaban y analizan datos cuantitativos referidos a la competitividad de destinos turísticos, seguida de otra donde se recogen y evalúan datos cualitativos que se obtendrán con la colaboración de conocedores de la realidad turística de la provincia de Yunguyo. Posteriormente la mezcla mixta ocurre cuando los resultados cuantitativos iniciales se complementan con la recolección de datos cualitativos.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

En la presente investigación la población está directamente relacionada con el objeto de estudio las cuales son: factores claves de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad por medio del análisis de las determinantes de la competitividad propuestos por Dwyer y Kim (recursos, factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales). Las fuentes consideradas para la obtención de datos son las organizaciones vinculadas al sector turismo y turistas, las que se detallan a continuación.

3.4.1. Población

La población está integrada por todas las organizaciones y/o instituciones públicas y privadas vinculadas al sector de turismo, los cuales se clasifican en actores internos y actores externos.

a. Actores Internos: Está conformado por todos aquellos que en forma directa se encargan de brindar los bienes y servicios que satisfagan las necesidades e interés del turista en la provincia de Yunguyo.

- 11 = Hoteles
- 11 = Restaurantes
- 07 = Transporte

b. Actores Externos: Está conformado por aquellas organizaciones que influyen en forma decisiva en el desarrollo de la actividad turística que ha sido creados para satisfacer las necesidades de la comunidad nacional, regional y local.

- 01 = Cámara de Comercio
- 01 = DIRCETUR
- 01 = Consultor PDT Yunguyo
- 04 = Autoridades y especialistas del sector turismo panel de expertos.

Muestra de estudio.

La muestra es de tipo censal puesto que se analizó a todas las organizaciones consideradas dentro de los actores internos y externos detallados anteriormente, los cuales hacen un total de 36 organizaciones.

Para complementar la información obtenida de parte de las organizaciones sobre competitividad se aplicó otro cuestionario a turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Yunguyo, y para cuyo efecto la población se consideró a partir de los datos que brinda la DIRCETUR PUNO en el periodo 2017.

Tabla 3: Arribo de turistas nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje de la provincia de Yunguyo.

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Promedio	%
Total	494	484	582	462	429	610	771	547.42	100%
Nacional	376	378	503	403	390	534	690	467.71	86.44%
Extranjero	118	106	79	59	39	76	81	79.71	14,56%

Fuente: DIRCETUR PUNO 2017.

Según dicha información el promedio de arribo de turistas nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje de la provincia de Yunguyo es de 547 al mes durante el periodo enero – julio 2017. Para obtener el tamaño de la muestra se aplica la fórmula que propone Vara Horna (2012).

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

El valor de Z es de 1.88 siempre que el nivel de confianza sea del 94% y el margen de error (E) sea de 0.06 (6%).

Donde:

n: Tamaño de muestra

N: Población = 547

Z: Valor estándar del nivel de confianza = 1.88

e: Margen de error = 0.06

p: Valor supuesto de fracaso 50% = 0.5

q: Valor supuesto de éxito 50% = 0.5

Reemplazando los valores se obtiene un tamaño de muestra (n) de 170 entre turistas nacionales y extranjeros. Se tiene que el total de turistas nacionales está representada por el 85% y el total de turistas nacionales está representada por el 15%, es por ello que

especificando el tamaño de muestra por estrato tenemos 145 turistas nacionales y 25 turistas extranjeros.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y

PROCESAMIENTO DE DATOS

En esta sección se hace mención de la técnica e instrumentos aplicados para la obtención de datos así como también se detallan los pasos que se siguieron para la recolección y procesamiento de datos.

3.5.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.5.1.1. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

La técnica para la presente investigación fue la encuesta, las técnicas constituyen los procedimientos concretos que se utilizó para el recojo de información sobre los factores claves de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad. (Valderrama & León, 2009)

Esta es la técnica que se aplicó a representantes de la DIRCETUR, Cámara de Comercio, especialistas en el área de turismo, gerentes o dueños de los hoteles, restaurantes y transportistas del destino turístico de Yunguyo, según la muestra obtenida.

3.5.1.2. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

La recolección de datos se realizó a través de la aplicación del cuestionario de competitividad de destinos turísticos aplicado por Franco Jove A.M. (2015) en su tesis de maestría titulada “La competitividad como factor determinante del desempeño y posicionamiento de Puno como destino Turístico”. (ver Anexo N° 01). Esto comprendió en primer lugar de la definición de un modelo de competitividad de destinos culturales,

así como la identificación del conjunto de determinantes altamente importantes en la evaluación de la competitividad de un destino turístico en base a la revisión bibliográfica, basándose en Dwyer y Kim (2003), quienes proponen el siguiente modelo:

➤ **Modelo de competitividad de destinos turísticos.**

Para la evaluación de la competitividad de destinos turísticos consideran los siguientes determinantes: recursos, factores de apoyo, gestión del destino, condiciones situacionales y modificadores situacionales; la comprensión de estas determinantes de este modelo de competitividad es necesaria para evaluar el nivel de competitividad e identificar los factores claves de éxito y los factores críticos de riesgo del destino turístico.

➤ **Encuesta de competitividad de destinos turísticos para turistas**

Instrumento adaptado a partir del cuestionario de competitividad de destinos turísticos aplicado por Franco Jove A.M. (2015). El cual también evalúa las mismas determinantes de la competitividad de Dwyer y Kim para evitar discordancias. (ver Anexo N° 04)

3.5.2. RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS

3.5.2.1. RECOLECCIÓN DE DATOS

Este proceso tuvo lugar en los periodos octubre – diciembre 2017. Para el desarrollo de la recolección de datos se realizaron las siguientes actividades:

Coordinación

- Se coordinó con el gerente de turismo de la municipalidad de Yunguyo a fin de contar con su apoyo para la obtención de información de los hoteles y restaurantes del destino turístico, también para coordinar directamente con las organizaciones.
- Se coordinó con los dueños de hoteles, restaurantes y transportistas para hacerles entrega de los cuestionarios que corresponden ser llenados por las organizaciones. Así como también solicitar el apoyo respectivo durante la ejecución de la investigación.

Ejecución

El desarrollo del proceso de investigación tuvo los siguientes pasos:

- Se acudió a las organizaciones públicas del sector de turismo, a la DIRCETUR y Cámara de Comercio ubicadas de la ciudad de Puno, seguidamente se conversó con un representante de cada organización y se hizo la entrega del cuestionario correspondiente.
- También se recurrió a las Escuelas Profesionales de Administración y Turismo de la Universidad Nacional del Altiplano para el llenado de los cuestionarios dirigidos a especialistas.
- Paralelamente se viajó a la provincia de Yunguyo para llenar los cuestionarios dirigidos a los turistas, las modalidades aplicadas para este caso fueron: primero conversar con los dueños de hoteles y restaurantes para dejarles cierta cantidad de cuestionarios en castellano e inglés para que estos fueran llenados por los turistas que recurrieran a su establecimiento. La otra forma a la que se recurrió fue esperar en la entrada de los hoteles, restaurantes y terminales de buses así abordar al turista para que llenen los cuestionarios. Por último se aprovechó los días de ferias realizados en Yunguyo, que son los días Jueves y Domingos, donde

se encuentra la gran mayoría de turistas en las plazas y en la oficina de migraciones de Kasani.

3.5.2.2. PROCESAMIENTO DE DATOS

Según Ñaupas (2014) esta sección comprende un conjunto de operaciones estadísticas como la revisión crítica (revisar que los instrumentos estén completos, verificar que todas las respuestas estén registradas, depurar los instrumentos de respuestas incongruentes), ordenación, clasificación, tabulación y graficación de datos. Se revisó la información obtenida para clasificarlos y ordenarlos a fin de analizarlos y comprobar las hipótesis planteadas, Para el análisis de los datos se realizaron las siguientes actividades.

Tabulación de datos: La sistematización de los resultados obtenidos y el análisis de datos fueron tabulados en el Excel 2013 en una matriz de doble entrada (ver Anexo N° 03), debido a que la investigación busca caracterizar las variables analizadas, posteriormente el procesamiento de estos datos sirvió para obtener la distribución de frecuencias, porcentajes (%) y promedios.

Parámetros usados: Cada cuestionario empleado tanto para organizaciones y turistas presenta diferentes características que deben ser considerados al momento de ser evaluados, por lo que se detalla a continuación.

- **Cuestionario dirigido a organizaciones:** Este cuestionario consta de 50 interrogantes con alternativas de respuesta en escala de Likert adaptada de 3 puntos y codificada desde “competitivo” (3) hasta “nada competitivo” (1). Para evaluar los factores claves de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de

competitividad también se decidió aplicar la misma escala de Likert ya que facilita la interpretación de datos.

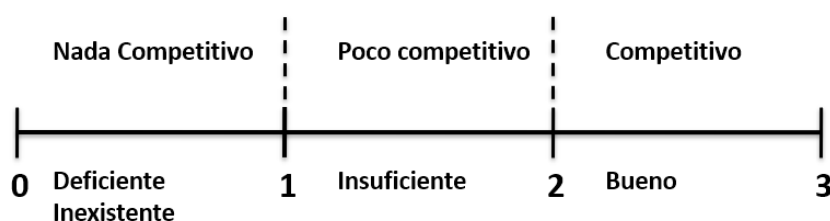
Escala de valoración

Competitivo = 2 - 3

Poco competitivo = 1 - 2

Nada competitivo = 0 - 1

Figura 4: Escala de valoración del nivel de competitividad



Fuente: Elaboración propia

➤ Cuestionario de competitividad de destinos turísticos para turistas:

Instrumento adaptado consta de 21 interrogantes con respuestas en escala de Likert en tres niveles:

Bueno = 3

Regular = 2

Deficiente = 1

3.6. ÁMBITO Y LUGAR DE ESTUDIO

La presente investigación se desarrolla en el ámbito geográfico de la región de Puno, específicamente en la ciudad de Yunguyo está ubicada al Sureste de la región de Puno, a 128 Km al sur de la ciudad de Puno, en el extremo sur oriental del Perú en el área de influencia del Titicaca el lago navegable más alto del mundo, sobre los restos de la cultura Tiahuanaco y de la cultura inca, con una altitud que oscila desde el nivel del

lago Titicaca de 3810, a 3870 msnm. Tiene una superficie de 288.31 Km², limitada por el Norte con el lago Titicaca y la república de Bolivia, por el este con el lago menor de Wiñaymarca y la república de Bolivia, por el sur con el distrito de Zepita (Provincia de Chucuito), por el oeste con el distrito de Pomata (Provincia de Chucuito) y el lago Titicaca; conformado por 7 distritos: Yunguyo, Copani, Cuturapi, Ollaraya, Tinicachi, Unicachi y Anapia.

Su capital Yunguyo se ubica a 3.842 m.s.n.m; en las paralelas 16° 14' 38'' de latitud sur y 69° 05' 34'' de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

3.6.1. ACCESIBILIDAD

El acceso a Yunguyo se realizó a través de la carretera nacional, que va desde la ciudad de Puno hasta la ciudad de Yunguyo. En la actualidad se está ejecutando el proyecto de rehabilitación, asfaltado y mejoramiento de la carretera, el mismo que se proyecta culminar en el segundo semestre del 2017.

Los días más concurridos al distrito de Yunguyo son los días domingos y los días de festividad.

El distrito de Yunguyo cuenta con sistema de telefonía fija, móvil, acceso a internet. La señal de telefonía móvil proviene de los dos principales operadores a nivel nacional. Sin embargo, la señal no llega a todas las zonas de la Provincia, debido a su geografía accidentada.

Tabla 4: Accesibilidad por medio de transporte del distrito de Yunguyo.

Ciudad emisora	Medio de transporte	Tiempo de viaje	Distancia (km)	Estado de conservación
Puno	Terrestre	2 horas	132.2 Km	Buena

Fuente: PDT de la provincia de Yunguyo. (2017)

3.6.2. SOCIAL

La población total de la provincia de Yunguyo es de 47.396 habitantes, según datos del INEI 2015, del total de habitantes de Yunguyo, 13.847 son mujeres y 13.227 son hombres. Por lo tanto, el 49% de la población son hombres y el 51 % son mujeres.

Tabla 5: Número de población según distritos de la provincia de Yunguyo

	HOMBRES	MUJERES	
TOTAL	23,484	23,912	47,396
YUNGUYO	13,320	15,047	28 367
ANAPIA	1,711	1,623	3,334
COPANI	2,433	2,588	5,021
CUTURAPI	562	652	1,214
OLLARAYA	2,802	2,534	5,336
TINICACHI	793	800	1,593
UNICACHI	1,956	1,868	3,824

Fuente: INEI 2015

El distrito de Yunguyo cuenta con un total de 28.374 de población. Así la actividad económica más frecuente del distrito de Yunguyo es el comercio. El número de habitantes por familia es de 4 integrantes.

3.6.3. CULTURAL

Breve descripción histórica del territorio:

Siendo la cultura un factor preponderante en el diseño de la oferta competitiva turística, es importante mencionar que la provincia es cuna de una fuerte corriente de artistas literarios e ilustres pintores, además de la marcada tradición por la religiosidad y ferviente creencia en los santos patronales, apoyada por la geografía mística con Apus que representan el poderío de la historia.

Remontándonos a la historia, el nombre de YUNGUYO proviene de la unión de 2 palabras, una Quechua YUNGA que significa valle tropical, y la otra Aymara HUYO

que significa lugar cercado de muros (adobe y piedra). La tradición cuenta que YUNGA - HUYO era el lugar donde descansaban los viajeros que se dirigían a la ciudad de los Yungas, ahora territorio de la República de Bolivia. En esta parte del mundo hace más de 10,000 años vivían hombres primitivos, que como refugio ocuparon las cuevas que existen en el cerro Khapía, descubierto en el año 1997 al que llamaron “las Cuevas del Monje”. Yunguyo fue paso obligado de los primeros Incas en su peregrinaje hacia la Isla del Sol, por esta tierra pasaron Pachacutec, Tupac Inca Yupanqui, Huayna Cápac, así como el Curaca Apuchallco capitaneando contingentes de tropas del Inca Huascar, durante la Guerra Civil contra su hermano Atahualpa.

- **Idioma:** Aimara, español.
- **Platos típicos:** Chaulla Lojro, Chairo, Caldo de Olluco, Wila Parqui, Ensalada de Tarwi, Queso Umacha, Pesque de Quinoa, Masamorra de Quinoa, Hjuminta, Huatia, Trucha Frita, Huarjata, asado de chancho.
- **Danzas típicas:** Palla pallas. Sicuris, Quenaquena, Waca Tinkis, Quena Quena, choquelas, Pulla Pullas, Challpa, etc.
- **Festividades:**

Tabla 6: Festividades de la provincia de Yunguyo.

1 de enero	Año Nuevo, Turkasiri (renovación de autoridades)
Febrero – marzo	Compadres, Carnaval (jatakatu, Chiuchico, Cacharpaya)
Mayo	Fiesta de las cruces. Kimsacruz, Suana. Fiesta de San Isidro en Pajana.
13 de mayo	Cristo Ascensión en Sihualaya
13 de junio	Fiesta de San Antonio de Padua
21 de junio	Machaqmara, Año Nuevo Andino en Ollaraya/Unicachi, Queñuani.
23 – 24 de junio	Fiesta de San Juan, Día del Campesino
29 de junio	San Pedro y San Pablo Fiesta patronal de Unicachi

24 de julio	Fiesta de Santiago el Apóstol en Poccona, Yanapata.
15 de agosto	Asunta, fiesta de Nuestra señora de la Asunción
8 de septiembre	festividad de Nuestra Señora de Natividad, Feria internacional de Kasani
15 de septiembre	Festividad del Señor de Exaltación en Anapia.
10 de octubre	Festividad de san francisco de Borja (Tata Pancho).
8 – 13 de octubre	Fiesta de Tata Pancho, San Francisco de Borja en Yunguyo
16 de octubre	Octava de Tata pancho, residentes de Yunguyo. En Arequipa, Lima.
1 de noviembre	Día de Todos Los Santos
2 de noviembre	Conmemoración de los Fieles Difuntos o Día de los Muertos
14 de noviembre	Aniversario de la creación de la Provincia de Yunguyo.
8 de diciembre	Inmaculada Concepción en Tinicachi
28 de diciembre	Aniversario de la Provincia de Yunguyo

Fuente: Yunguyo global

3.6.4. ECONÓMICA

Actividad agrícola

La actividad agrícola se realiza bajo el temporal seco, siendo muy reducido por riego entre los principales productos son: papa, cebada, grano, quinua, habas, tarwi, oca, arvejas, mashua, etc., entre los forrajes se cultivan para la alimentación del ganado la avena y la cebada forrajera.

Actividad pecuaria

La actividad pecuaria es basada en la crianza de vacunos en pequeña escala y la crianza de ganados menores como es el ovino, porcino, gallinas, cuyes para consumo familiar.

Actividad piscícola

La actividad piscícola es incipiente entre las especies existentes son el carachi, el pejerrey y crianza de truchas en jaulas, habiendo exterminio en otras especies como el suche, umanto, boga y el ispi.

En los últimos años esta actividad principalmente la truchícola se está practicando aprovechando los afluentes de la montaña Khapia construyendo pequeñas posas en las que se crían de manera artesanal pudiendo ser aprovechado a mayor escala, y ser un atractivo más para el turismo en los Centros Poblados de Tawaco y Acari.

Artesanía

La artesanía es una actividad complementaria a la agropecuaria, elaborándose prendas para uso, uno de los principales limitantes es la tecnología empleada, con una adecuada organización se puede constituir en una actividad bastante productiva.

Comercio

La gran mayoría de la población se dedica al comercio mediante productos de primera necesidad y productos de la región.

3.6.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

Delimitación del espacio turístico

La provincia de Yunguyo posee numerosos recursos naturales, recursos arqueológicos, culturales, recursos gastronómicos, que motivan el traslado de los turistas nacionales y extranjeros, los cuales desean hacer un viaje lleno de experiencias de aventura, mística y vivencial. El inventario de recursos turístico de Yunguyo revela así que la mayoría de estos recursos son de las categorías sitios arqueológicos, culturales, sin dejar de mencionar el fervor religioso del distrito, notorio por el número de festividades; a continuación se dan a conocer los recursos turísticos, entre ellos los recursos naturales y

paisajísticos, centros arqueológicos y coloniales, fiestas patronales y costumbristas, artesanía y gastronomía. En base a estos recursos turísticos es que se tiene una amplia oferta turística:

Tabla 7: Recursos turísticos de la provincia de Yunguyo.

	RECURSOS TURÍSTICOS	OFERTA TURÍSTICA
RECURSOS NATURALES	Naturales y paisajísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Cerro Kaphía. - Lago Titicaca. - Lago menor de Wiñaymarca. - Cerro Juana, Imiña. - Murallas de piedra perfectamente encajadas unas con otras. - Plataforma de piedra con figuras de cerámicas. - Complejo arqueológico del Barrio Casani, TiraKachi. - Piedras Cansadas de Qhalampuni.
	RECURSOS TURÍSTICOS	OFERTA TURÍSTICA
RECURSOS CULTURALES	Centros Arqueológicos, Coloniales y otros.	<ul style="list-style-type: none"> - Monolitos de Aychullo. - Inti Uyo de Llavini. - La cabeza de la culebra (Acari). - Piedra tallada en Ollaraya. - Piedras cansadas en Qhalampuni. - Plataforma de piedra con figuras de cerámicas. - Complejo arqueológico del Barrio kasani, TiraKachi.
	RECURSOS TURÍSTICOS	OFERTA TURÍSTICA
FOLKLORE	Fiestas patronales y Costumbristas	<ul style="list-style-type: none"> - Fiesta Patronal San Francisco de Borja (10 de Octubre). - Fiesta patronal San Antonio de Padua (14 de Junio). - Fiesta Patronal Nuestra señora de Asunción (15 de Agosto). - Festividad del Nuevo Año Andino (21 de Junio). - Festividad de los Carnavales (marzo o Abril depende al calendario).
	RECURSOS TURÍSTICOS	OFERTA TURÍSTICA
ARTE	Ferias y mercados	<ul style="list-style-type: none"> - Feria 15 de Agosto, (miniaturas en artesanías recordando las alasitas), realizan trueques con productos de la zona. - Feria de ganados (15 de Agosto). - Feria de miniaturas artesanales (8 de setiembre). - Los días de feria de mercados son los jueves y Domingos.
	RECURSOS TURÍSTICOS	OFERTA TURÍSTICA
ARTE	Textiles	<ul style="list-style-type: none"> - Tejido en mano de lana de oveja (Chullos, guantes, aguayos, incuñas, Chompas, chalinas, frazadas).
	RECURSOS TURÍSTICOS	OFERTA TURÍSTICA

	Cerámica	- Cerámica hecho de Barro y Arcilla.
GASTRONOMÍA	Platos Típicos	- Pesque de Quinoa.
		- Chairo.
		- Thimpo de Carachi, (Chaula Lojro).
		- Thimpo de Trucha, (Chaula Lojro)
		- Trucha frita.
		- Mazamorra de Quinoa, Cañihua.
		- Ensalada de Tarwi.
		- Caldo de olluco.
		- Wila Parqui.
		- Queso Umacha.
		- Huatia.
SERVICIOS TURÍSTICOS	Establecimientos de hospedaje	- Aproximadamente 20 casas de hospedaje rural.
	Restaurantes y centros de esparcimiento	- 40 restaurantes y afines.
		- Discotecas, peñas, bares, pizzerías.
	Transporte / Tránsito	- Existen 03 empresas de transportes para llegar al distrito de Yunguyo (Losse Tours, Titicaca Tours, Panamericana Tours).
- Existen 07 empresas de Transportes para llegar al Distrito de Yunguyo Virgen de Fátima, San Francisco de Borja, San Martín, 8 de setiembre, San Andino, Sur Andino, San Antonio de Padua).		
	Comunicación	- Cuenta con servicio de telefonía fija, móvil, internet, radio, televisión local y TV Cable.

Fuente: PEPTUR Yunguyo al 2025

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como resultado de las encuestas aplicadas sobre competitividad de destinos turísticos y en base a los objetivos propuestos en la investigación titulada “Factores clave de éxito, factores críticos de riesgo y el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo - periodo 2017”, cuya finalidad es identificar los factores claves de éxito y factores críticos de riesgo que afectan la competitividad del destino turístico de Yunguyo, es que se presentan los hallazgos; en primer lugar identificando los factores claves de éxito, en segundo lugar identificando los factores críticos de riesgo y en tercer lugar se plantean las estrategias de acción para potenciar la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

4.1. FACTORES CLAVE DE ÉXITO QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO YUNGUYO.

A través de esta sección, se identifican los factores claves de éxito así como también se realiza el análisis y tratamiento de datos según las organizaciones y turistas, para concluir, se hace el consolidado de análisis de ambos para corroborar y afirmar que efectivamente el factor de recursos incide en el impulso de la competitividad del destino turístico.

4.1.1. FACTORES CLAVE DE ÉXITO SEGÚN ORGANIZACIONES

Aquí presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a las 36 organizaciones públicas y privadas del sector turismo. También se detalla el análisis del desempeño competitivo y finalmente se presenta el consolidado de análisis según nivel de desempeño competitivo de los principales factores clave de éxito que inciden en el impulso de la competitividad del destino turístico.

a. Resumen de resultados de los Factores clave de éxito según recursos.

Seguidamente pasamos a explicar la síntesis de la cantidad de organizaciones que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 15 ítems de la dimensión de Recursos. Se debe precisar que la cantidad de organizaciones es la frecuencia absoluta (fi).

En la tabla de organizaciones (ver anexo 4) se observa en el caso del ítem 1, el 67% asevera que los atractivos naturales y de gran singularidad es bueno; en el ítem 2, el 78% coinciden en que los atractivos histórico monumentales es insuficiente; en el ítem 3, el 64% parte de la ruta Cuzco, La Paz e interoceánica (interdependencia) considera que es bueno; en el ítem 4, el 64% coincide que el patrimonio inmaterial expresiones culturales quechua y aymara es bueno; en el ítem 5, el 69% afirma que los eventos culturales F. San Francisco de Borja – Tata Pancho es bueno; en el ítem 6, el 56% coincide que el turismo rural es deficiente; en el ítem 7, el 92% asevera que el turismo ecológico es deficiente; en el ítem 8, el 100% confirma que el turismo naturaleza de aventura es deficiente; en el ítem 9, el 58% hacen mención que el turismo místico espiritual es insuficiente, en el ítem 10, el 86% indican que en guías es deficiente; en el ítem 11, el 92% señalan que los circuitos turísticos es deficiente; en el ítem 12, el 83% están de acuerdo que las rutas turísticas es insuficiente; en el ítem 13, el 72% asegura que el turismo convencional

acondicionamiento y manejo de los atractivos es deficiente; en el ítem 14, el 100% afirma que la Intermediación AAVV SGD es deficiente; por ultimo en el ítem 15, el 50% están de acuerdo que la superestructura equipamiento turístico y servicios de apoyo es insuficiente.

4.1.1.1. ANÁLISIS DE LOS FACTORES CLAVE DE ÉXITO CON BUEN DESEMPEÑO COMPETITIVO EN RECURSOS

En esta seccion presentamos el análisis detallado de cada ítem en relación al desempeño competitivo en la dimensión de recursos, ya que de acuerdo al contexto que se evidencia en el destino turístico de Yunguyo de los 15 ítems considerados en esta dimensión se identifican gran porcentaje de ítems con mayor puntaje en la escala de deficiente ya que tienen características a ser calificadas de este modo por que se consideran aspectos que no están implementados o no se tienen; razón por el cual se plantean 3 sub grupos a raíz del análisis realizado a cada ítem. Esta observación se realiza con el propósito de obtener resultados más concretos y exactos del estudio realizado.

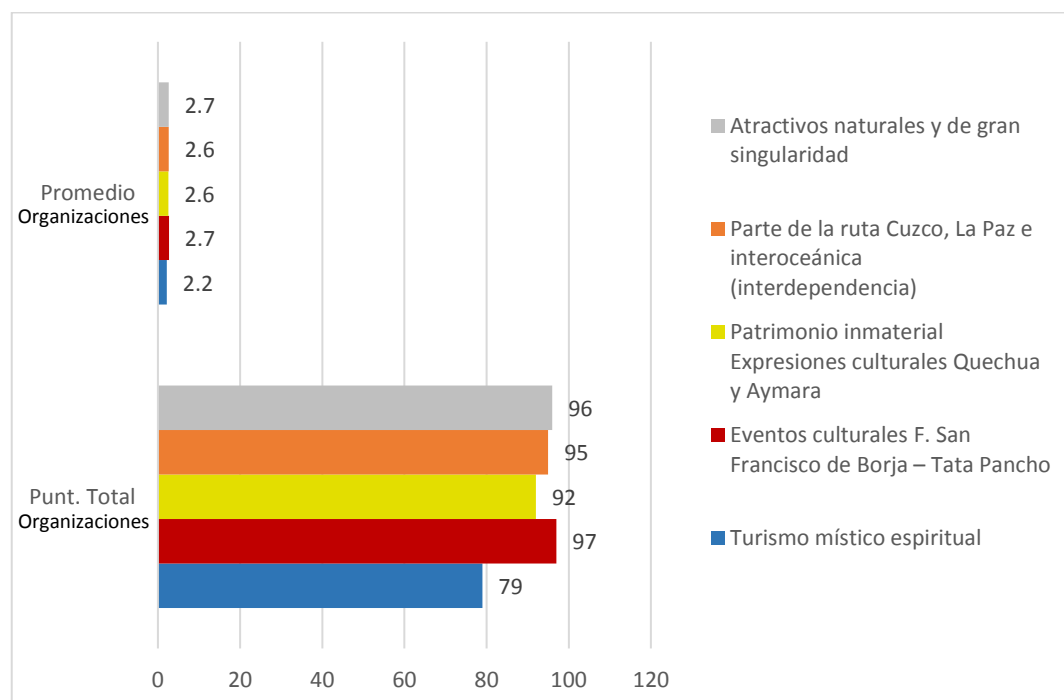
Primer bloque de ítems aquí se ubican los de buen desempeño competitivo en la dimensión de recursos generando un mayor puntaje total, y al sacarles el promedio también estos resultan ser elevados. El tratamiento de datos que se realiza es de la siguiente manera, primeramente se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego ese puntaje total se divide por la cantidad de organizaciones (36), esta operación se realiza para cada ítem. Así finalmente se obtiene 5 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el sub total de dicho bloque de ítems.

Tabla 8: Análisis de factores claves de éxito con buen desempeño competitivo en recursos.

Recursos	Análisis	Resultado A			Resultado B			Resultado C			Punt. Total	Promedio
		fi		Punt	fi		Punt	fi		Punt		
1 Atractivos naturales y de gran singularidad	Variedad de atracciones naturales y paisajísticos.	0	0	12	24	24	24	24	72	96	2.7	
3 Parte de la ruta Cuzco, La Paz e interoceánica (interdependencia)	Ruta muy transitada (Cusco – Puno – Copacabana – La Paz-Bolivia)	0	0	13	26	23	23	69	95	2.6		
4 Patrimonio inmaterial culturales Quechua y Aymara	Expresiones Poseen y practican las costumbres, tradiciones ancestrales con el que se crea una identidad turística.	3	3	10	20	23	23	69	92	2.6		
5 Eventos culturales F. San Francisco de Borja – Tata Pancho	Representa una costumbre de la nación aymara más importantes en el Perú. (2011)	0	0	11	22	25	25	75	97	2.7		
9 Turismo místico espiritual	Posee creencias y varios escenarios de carácter místico.	4	4	21	42	11	11	33	79	2.2		
SUBTOTAL		7	7	67	134	106	106	318	459	2.6		

Fuente: Tabla A (Anexo N° 04)

Figura 5: Análisis de factores claves de éxito con buen desempeño competitivo en recursos.



Fuente: Tabla 8

Como se puede observar en la Tabla 8 y Figura 5, contienen a 5 factores que representan el 33% del total de preguntas de la dimensión de recursos que generan un buen desempeño competitivo; ítem 1, atractivos naturales y de gran singularidad tiene un puntaje total de 96 y un promedio de 2.7; en el ítem 3, parte de la ruta Cuzco, La Paz e interoceánica (interdependencia) con un puntaje total de 95 y un promedio de 2.6; en el ítem 4, patrimonio inmaterial expresiones culturales quechua y aymara tiene un puntaje total de 92 y un promedio de 2.6; en el ítem 5, eventos culturales F. San Francisco de Borja – Tata Pancho tiene un puntaje total de 97 y un promedio de 2.7; en el ítem 9, turismo místico espiritual tiene un puntaje de 79 y un promedio de 2.2. Realizado una suma de todos los promedios obtenemos un subtotal de 2.6 de promedio el cual está ubicado en el rango de competitivo para este primer bloque.

4.1.1.2. ANÁLISIS DE LOS FACTORES CLAVE DE ÉXITO CON POCO DESEMPEÑO COMPETITIVO EN RECURSOS

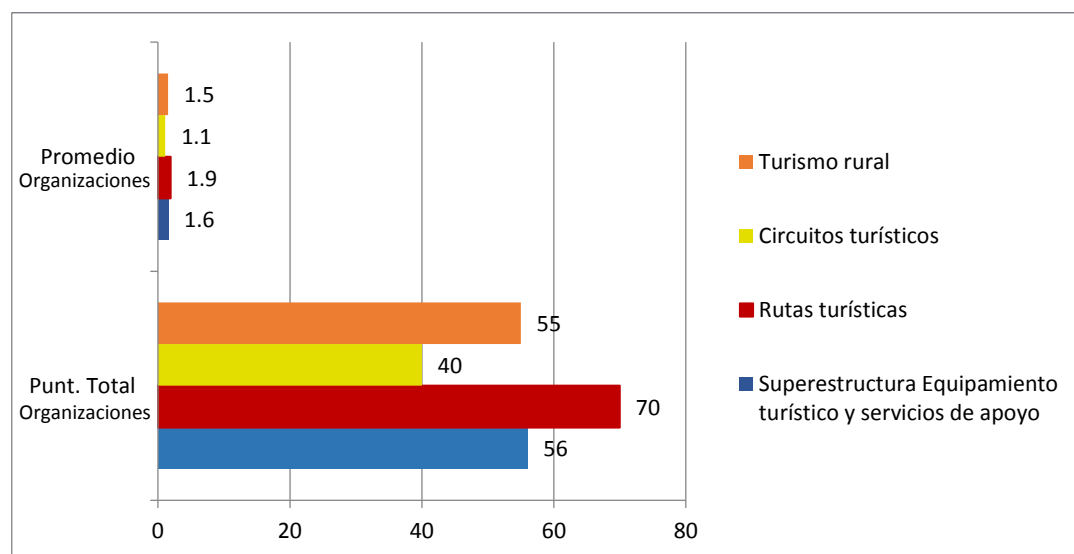
Para este segundo bloque de ítems se encuentran los que generan poco desempeño competitivo en la dimensión de recursos y en consecuencia la frecuencia absoluta (fi) tiende a ser elevado entre la escala de deficiente e insuficiente, lo que genera que los puntajes totales estén en un punto intermedio, al sacarles el promedio también resulta del mismo modo. El tratamiento de datos que se realiza es de la siguiente manera, primeramente se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego ese puntaje total se divide por la cantidad de organizaciones (36), esta operación se realiza para cada ítem. Así finalmente se obtiene 4 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el sub total de dicho bloque de ítems.

Tabla 9: Análisis de factores clave de éxito con poco desempeño competitivo en Recursos

Recursos	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
6 Turismo rural	Se realiza en la minoría de Distritos del Destino (Anapia)	20	20	13	26	3	9	55	1.5
11 Circuitos turísticos	Existen circuitos propuestos pero poca promoción de estos.	33	33	2	4	1	3	40	1.1
12 Rutas turísticas	Posee 2 rutas turísticas del Wiñaymarca entre Yunguyo y Tinicachi; así como Yunguyo y Copani,	4	4	30	60	2	6	70	1.9
15 Superestructura Equipamiento turístico y servicios de apoyo	Se desperdicia recursos y esfuerzos conjuntos valiosos (coordinación entre las entidades públicas y privadas)	17	17	18	36	1	3	56	1.6
SUBTOTAL		74	74	63	126	7	21	221	1.5

Fuente: Tabla A (Anexo N° 04)

Figura 6: Análisis de factores clave de éxito con poco desempeño competitivo en Recursos



Fuente: Tabla 9

Como se puede observar en la Tabla 9 y Figura 6, contienen a 4 factores que representan el 27% del total de preguntas de la dimensión de recursos que generan poco desempeño competitivo; el ítem 6, turismo rural obtuvo un puntaje total de 55 y un promedio de 1.5; seguidamente en el ítem 11 respecto a los circuitos turísticos se obtuvo un puntaje total de 40 y un promedio de 1.1; de igual manera en el ítem 12 respecto a las rutas turísticas se obtuvo un puntaje total de 70 y un promedio de 1.9; finalmente en el ítem 15 de acuerdo a la pregunta superestructura, equipamiento turístico y servicios de apoyo con un puntaje total de 56 y un promedio de 1.6. Realizado la suma de todos los promedios obtenemos un subtotal de 1.5 de promedio el cual se ubica en el rango de poco competitivo para este segundo grupo.

4.1.1.3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES CLAVE DE ÉXITO CON DEFICIENTE DESEMPEÑO COMPETITIVO EN RECURSOS

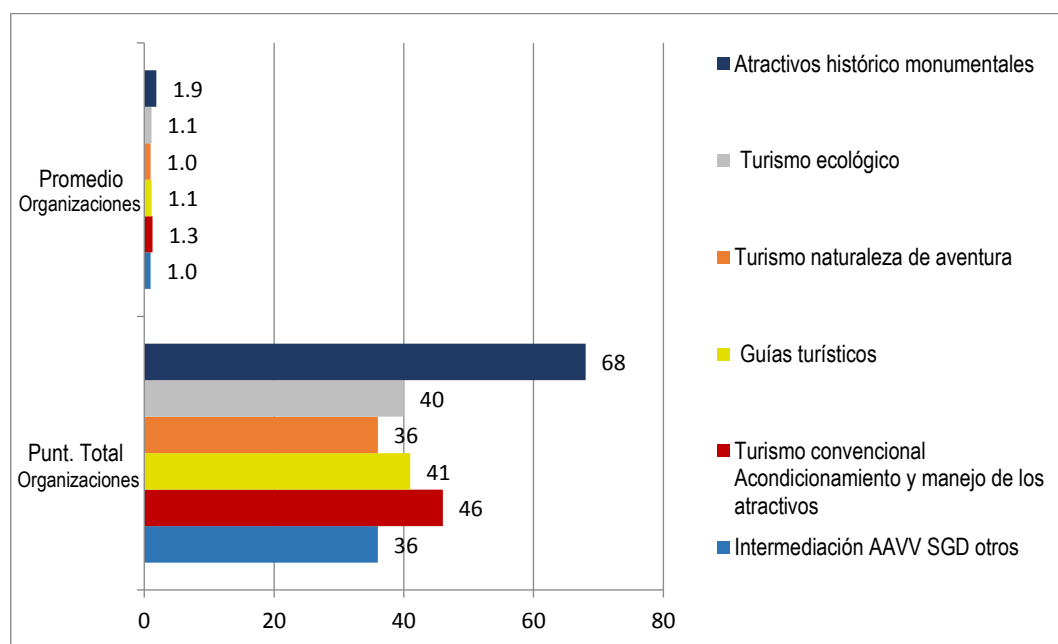
En este tercer bloque de ítems se encuentran los que generan un deficiente desempeño competitivo en la dimensión de recursos donde la frecuencia absoluta (fi) tiende a tener una mayor cantidad de puntajes elevados en la escala de deficiente, y al sacarles el promedio también resultan bajos. El tratamiento de datos que se realiza es de la siguiente manera, primeramente se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego el puntaje total se divide por la cantidad de organizaciones (36), esta operación se realiza para cada ítem. Así finalmente se obtiene 6 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el sub total de dicho bloque de ítems.

Tabla 10: Análisis de factores clave de éxito con deficiente desempeño competitivo en recursos.

Recursos	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
2 Atractivos monumentales	histórico	6	6	28	56	2	6	68	1.9
7 Turismo ecológico	Minoría de atractivos monumentales Poca práctica de este turismo donde se admiran panoramas naturales que posee el destino (Ejm. Yuspique, y Anapia)	33	33	2	4	1	3	40	1.1
8 Turismo naturaleza de aventura	de Escasa actividad deportiva (veleros y caminatas o trekking)	36	36	0	0	0	0	36	1.0
10 Guías turísticos	Solo en ciertos Distritos como en Anapia	31	31	5	10	0	0	41	1.1
13 Turismo convencional Acondicionamiento y manejo de los atractivos	Mínima presencia masiva de turistas en el destino.	26	26	10	20	0	0	46	1.3
14 Intermediación AAVV SGD otros	No existe la presencia de agencias de viaje en el mismo destino.	36	36	0	0	0	0	36	1.0
SUBTOTAL		168	168	45	90	3	9	267	1.2

Fuente: Tabla A (Anexo N° 04)

Figura 7: Análisis de factores clave de éxito con deficiente desempeño competitivo en recursos.



Fuente: Tabla 10

Como se puede observar en la Tabla 10 y Figura 7, contienen a 6 factores que representan el 40% del total de preguntas de la dimensión de recursos que generan un deficiente desempeño competitivo; el ítem 2, atractivos histórico monumentales se obtuvo un puntaje total de 68 y un promedio de 1.9; en el ítem 7 respecto al turismo ecológico se obtuvo un puntaje total de 40 y un promedio de 1.1; en el ítem 8 de acuerdo al turismo naturaleza de aventura se obtuvo un puntaje total de 36 y un promedio de 1.0; en el ítem 10 que son guías turísticos se obtuvo un puntaje total de 41 y un promedio de 1.1; seguidamente del ítem 13 en el turismo convencional, acondicionamiento y manejo de los atractivos se obtuvo un puntaje total de 46 con un promedio 1.3; por ultimo en el ítem 14, intermediación AAVV SGD otros con un puntaje total de 36 y un promedio de 1.0. Realizado la suma de todos los promedios obtenemos un subtotal de 1.2 de promedio el cual se ubica en el rango de poco competitivo para este tercer grupo.

4.1.1.4. CONSOLIDADO DE RESULTADOS PONDERADOS DE FACTORES CLAVE DE ÉXITO.

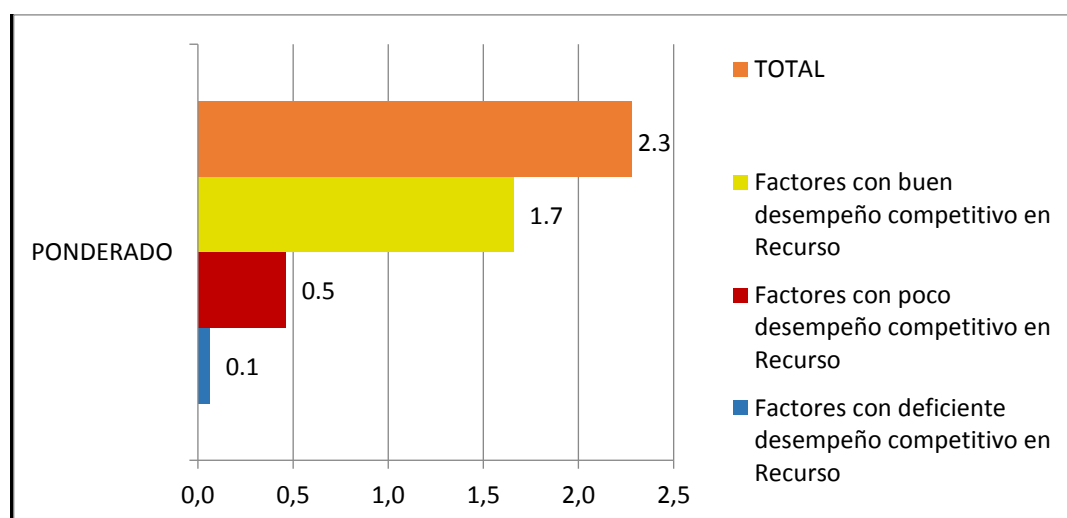
Luego se asigna a cada sub grupo un peso relativo desde 0 (nada competitivo) hasta 1 (competitivo). El peso atribuido indica el desempeño competitivo relativo del sub grupo de ítems; en este caso del primer grupo (buen desempeño competitivo) se le otorgo un peso de 0.65 por considerar ítems relacionados con los recursos heredados en este entender la provincia de Yunguyo posee bastantes recursos naturales y culturales; para el segundo grupo se le asignó un peso de 0.3 por tratar aspectos que faltan ser mejor aprovechados ya que se tienen las condiciones para desarrollarse; para el tercer bloque se le dio un peso de 0.05 ya que en algunos casos el mismo contexto no amerita para que se desarrollen, por otro lado no hay una mayor gestión por impulsar estos aspectos desatendidos. Luego el procedimiento para la obtención de datos es como sigue; se copian los promedios finales de cada sub grupo (buen desempeño competitivo, poco desempeño competitivo y deficiente desempeño competitivo) y se multiplican por el peso asignado para determinar el ponderado; seguidamente se suman los ponderados así llegamos al resultado final. De esta forma se obtendrán valores más exactos de acuerdo al contexto de la provincia de Yunguyo. La ponderación de los resultados es crucial para hacer un mejor análisis y evaluación de los factores claves de éxito que impulsan la competitividad del destino turístico.

Tabla 11: Consolidado de resultados ponderados de los factores clave de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – organizaciones.

Recurso	Promedio	Peso	Ponderado
Factores con buen desempeño competitivo en Recursos	2.6	0.65	1.7
Factores con poco desempeño competitivo en Recursos	1.5	0.3	0.5
Factores con deficiente desempeño competitivo en Recursos	1.2	0.05	0.1
TOTAL	1.8	1	2.3

Fuente: Tabla 8, 9 y 10

Figura 8: Consolidado de resultados ponderados de los factores clave de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – organizaciones.



Fuente: Tabla 11

En la Tabla 11 y Figura 8, se observa el consolidado de resultados de la dimensión de recursos respectivamente ponderados, en el caso del sub grupo de factores con buen desempeño competitivo en recursos obtuvo un ponderado de 1.7; ya que el destino posee una riqueza invaluable de recursos naturales y culturales, el ponderado de factores con poco desempeño competitivo en recursos es de 0.5 debido a que a pesar de existir las condiciones para desarrollar y fortalecer el turismo no se hacen las gestiones correspondientes, tampoco se practican diferentes tipos de turismo (de aventura, ecológico, salud, etc.) desperdiciándose recursos y esfuerzos conjuntos, y el ponderado

de factores con deficiente desempeño competitivo en recursos es de 0.1 porque actualmente el contexto no tiene implementado servicios que son considerados importantes para el turista como agencias del viaje, guías turísticos, etc. Finalmente de los tres grupos se tiene un ponderado total de 2.3 lo que indica que la dimensión de recursos es un factor clave de éxito que incide en el impulso de la competitividad del destino turístico por ubicarse en el rango de bueno y/o competitivo.

4.1.2. FACTORES CLAVE DE ÉXITO SEGÚN TURISTAS

A través de esta sección, se identifican los factores clave de éxito que inciden en el impulso de la competitividad, para lo cual presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a los 170 turistas que arriban a la provincia de Yunguyo. También se detalla el análisis del desempeño competitivo y finalmente se presenta el consolidado de análisis según nivel de desempeño competitivo.

a. Resumen de resultados de los Factores claves de éxito según recursos

Seguidamente, pasamos a explicar la síntesis de la cantidad de turistas que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 4 ítems de la dimensión de recursos. Se debe precisar que la cantidad de organizaciones es la frecuencia absoluta (fi).

De acuerdo a la tabla de los turistas (ver anexo 7) los resultados plasmados por los turistas se obtuvo en el ítems 1 a la pregunta presencio o escucho de algún evento cultural como danzas que llamo su atención al cual respondieron en el resultado A 64 turistas que representa el 38% en escala de deficiente, seguidamente en el resultado B se obtuvo 58 turistas que representa el 34% de manera insuficiente, finalmente se obtiene 48 turistas que representa el 28% de acuerdo al resultado C en escala bueno, por otro lado en el ítem 2 cuya pregunta fue considera atractivo los

aspectos culturales de Yunguyo (costumbres y tradiciones) donde se obtuvo de acuerdo al resultado A se tuvo 16 turistas que representa el 9% en escala de deficiente, 68 turistas representa el 40% en escala de insuficiente, por ultimo 86 turistas representa el 51% en la escala de bueno. Por otro lado en el ítem 3 según considera atractivo los espacios naturales de Yunguyo en el resultado A se obtuvo 17 turistas que representa el 10% en la escala de deficiente, en el resultado B 55 turistas que representa el 32% en la escala insuficiente, finalmente de acuerdo al resultado C 98 turistas representa el 58% en la escala de bueno. En el ítem 4 según considera atractivo y de gran valor artístico los lugares históricos que posee Yunguyo (sitios arqueológicos) 26 turistas que representa el 15% de acuerdo al resultado A en la escala de deficiente, seguidamente de 64 turistas que representa el 38% en el resultado B en la escala de insuficiente, por último 80 turistas que representa el 47% en el resultado C en la escala bueno.

b. Análisis de recursos de acuerdo al desempeño competitivo.

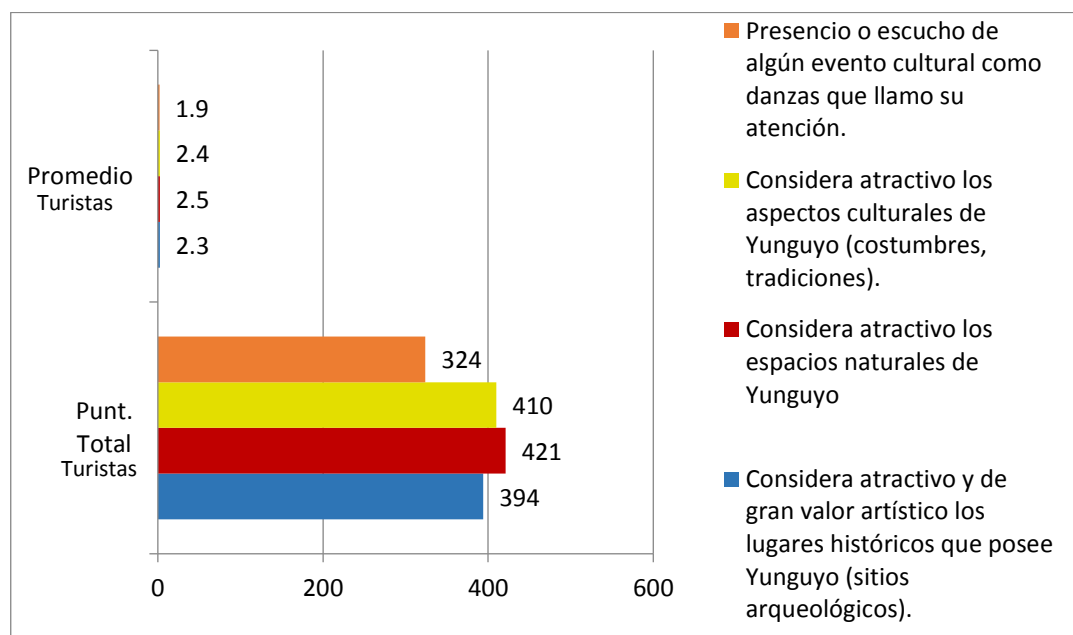
En esta sección se realiza el análisis de cada ítem correspondiente a la dimensión de recursos. También se precisa el tratamiento de datos y es de la siguiente manera, primeramente, se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B, y resultado C), inmediatamente ese puntaje total se divide por la cantidad de turistas encuestados (170), esta operación se realiza para cada ítem. Así al concluir se obtiene 4 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el sub total de dicho bloque de ítems.

Tabla 12: Análisis de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo - turistas.

Recursos	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
1	Presencio o escucho de algún evento cultural como danzas que llamo su atención.	64	64	58	116	48	144	324	1.9
	No hay una extensiva difusión de los principales eventos culturales.								
2	Considera atractivo los aspectos culturales de Yunguyo (costumbres, tradiciones).	16	16	68	136	86	258	410	2.4
	Extenso bagaje cultural.								
3	Considera atractivo los espacios naturales de Yunguyo	17	17	55	110	98	294	421	2.5
	Variedad de panoramas paisajísticos								
4	Considera atractivo y de gran valor artístico los lugares históricos que posee Yunguyo (sitios arqueológicos).	26	26	64	128	80	240	394	2.3
	Presenta bastantes lugares de interés arqueológico y cultural.								
TOTAL		123	123	245	490	312	936	1549	2.3

Fuente: Tabla A (Anexo N° 07)

Figura 9: Análisis de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo - turistas.



Fuente: Tabla 12

De acuerdo a la tabla 12 y Figura 9, en el ítem 3 se obtuvo un promedio de 2.5 ya que los turistas consideran bastante atractivo los espacios naturales de Yunguyo como las murallas, el complejo arqueológico del barrio kasani, las piedras casadas de Qalampuni, etc., seguido por el ítem 2 donde los turistas juzgan como atractivo los recursos culturales (costumbre y tradiciones) practicados como el pago a la Pachamama en el Khapia, celebración de los carnavales, entre otros donde se calificó con un promedio de 2.4, le sigue el ítem 4 debido a que los turistas consideran atractivo y de gran valor artístico los lugares históricos (sitios arqueológicos) tales como el centro ceremonial de Pahamaya (Ollaraya), complejo arqueológico Queñuani, santuario de Pukara, Templo de Nuestra Señora de la Asuncion (Yunguyo), etc., cuyo promedio fue de 2.3, por último en el ítem 1 cuya pregunta es presencia o escucho de algún evento cultural como danzas que llamo su atención, obtuvo un promedio de 1.9, por que no se realiza una difusión extensiva de los principales eventos culturales a pesar que en Yunguyo se realizan diversas fiestas patronales y costumbristas como fiesta patronal de San Miguel

en Ollaraya, fiesta patronal de San Santiago en Copani, festividad de la Santa Cruz en Anapia, etc. Finalmente la dimensión de recursos presento un promedio de 2.3, encontrándose en el rango de competitivo por lo que se afirma que esta dimensión representa un factor clave de éxito para el destino turístico de Yunguyo.

4.1.3. CONSOLIDADO DE FACTORES CLAVE DE ÉXITO SEGÚN ORGANIZACIONES Y TURISTAS

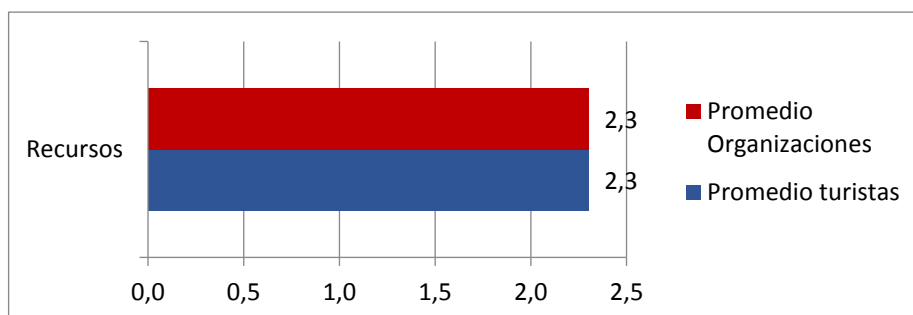
En esta sección se realiza la contrastación y análisis de consolidado de resultados obtenidos según organizaciones y turistas encuestados para acreditar que la dimensión de recursos es factor clave de éxito. El tratamiento de datos es de la siguiente modo, primeramente, se hace una suma horizontal de promedios (organizaciones y turistas), posteriormente se divide entre 2 (cantidad de promedios), finalmente el resultado obtenido nos indica la ubicación que ocupa en la escala de valoración; los resultados iguales o menores a 1 son calificados como nada competitivos, deficientes e inexistentes; los resultados que son iguales o menores a 2 se interpreta como poco competitivo e insuficiente; por último los resultados iguales o menores a 3 considera que es competitivo y bueno.

Tabla 13: Consolidado de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo de acuerdo a las organizaciones y turistas.

Factor Clave de éxito	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Recurso	2.3	2.3	2.3

Fuente: Tabla 11 y 12

Figura 10: Consolidado de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo de acuerdo a las organizaciones y turistas



Fuente: Tabla 13

Como se observa en la Tabla 13 y Figura 10, según las organizaciones y los turistas le otorgaron a la dimensión de recursos una valoración de 2.3, debido a que el destino turístico posee una variedad de recursos turísticos, recursos culturales, una amplia herencia histórica y diversos eventos especiales lo que genera que se obtenga un promedio consolidado de 2.3 que se ubica dentro del rango de competitivo y bueno. Por lo que podemos aseverar que la dimensión de recursos es un factor clave de éxito para el destino turístico de Yunguyo.

4.2. FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO YUNGUYO.

A través de esta sección, se identifican los factores críticos de riesgo así como también se especifica el análisis y tratamiento de datos según factor de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales tanto de los resultados obtenidos de organizaciones y turistas, para concluir presentamos el consolidado de análisis de ambos para corroborar y afirmar que efectivamente estas 4 dimensiones inciden negativamente en la competitividad del destino turístico.

4.2.1. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE APOYO QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD

Se realiza un análisis de los componentes evaluados en la dimensión de factores de apoyo, también se realiza el tratamiento de los datos obtenidos de las organizaciones y turistas para obtener un promedio de cada uno de ellos y finalmente promediar estos resultados para obtener un promedio consolidado.

4.2.1.1. ANÁLISIS DE FACTORES DE APOYO SEGÚN ORGANIZACIONES

En el análisis de los factores de apoyo presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a las 36 organizaciones públicas y privadas del sector turismo así como también se especifica el análisis del desempeño competitivo.

a. Resumen de resultados de los Factores críticos de riesgo según factores de apoyo.

Seguidamente se realiza la síntesis de la cantidad de organizaciones que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 5 ítems de la dimensión de factores de apoyo. Se debe precisar que la cantidad de organizaciones es la frecuencia absoluta (fi).

De acuerdo a nuestra tabla de organizaciones (ver anexo 4), podemos observar que en el ítems 16 el 58% de las organizaciones afirman que es insuficiente la infraestructura (servicios públicos) el cual afecta en factor crítico de riesgo, en el ítems 17 el 56% de organizaciones lo consideran como deficiente al ordenamiento urbano y esto afecta para ser un factor de riesgo para el nivel de competitividad, seguidamente del 92% de organizaciones afirman en el ítem 18 en el entretenimiento (equipamiento de uso turístico y recreativo) que es un factor de riesgo, en el ítems 19 que trata del mejoramiento de la calidad y certificaciones el

92% de organizaciones afirman que es deficiente lo cual es un factor de riesgo para el nivel de competitividad, finalmente en el ítems 20 respecto a la cultura turística (sensibilización de la población frente al turismo) el 53% de organizaciones lo consideran deficiente y esto influye o inciden en el nivel de competitividad por ser un factor de riesgo.

b. Análisis de factores de apoyo de acuerdo al desempeño competitivo.

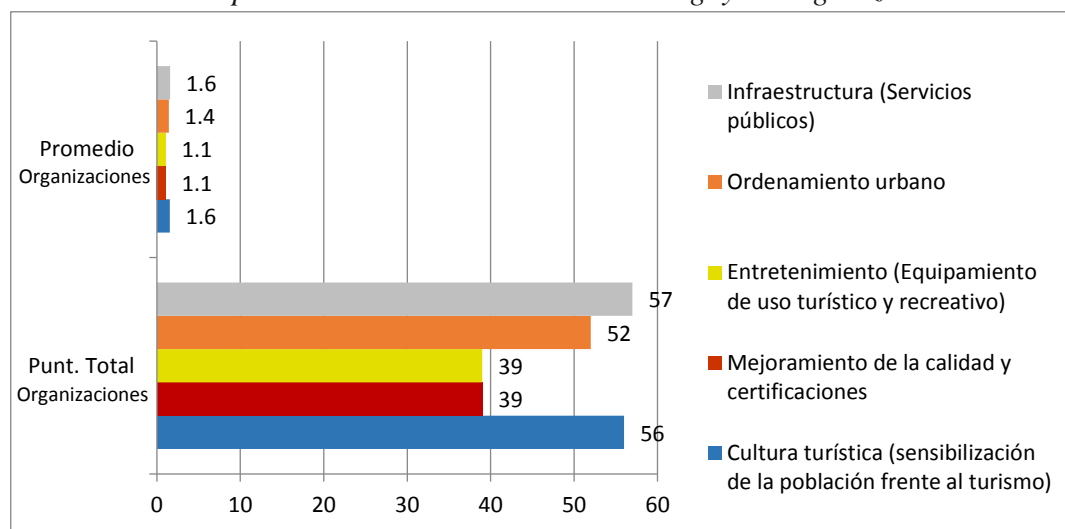
En el caso del factor crítico de riesgo factores de apoyo, no se considera necesario realizar sub grupos por observarse claramente que la mayoría de los resultados se encuentran dentro de la escala de insuficiente y deficiente. El tratamiento de datos que se realiza es de la siguiente manera, primeramente se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego ese puntaje total se divide por la cantidad de organizaciones (36), esta operación se realiza para cada ítem. Así finalmente se obtiene 5 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el promedio total.

Tabla 14: Análisis de factores críticos de Riesgo según Factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Organizaciones.

Factores de apoyo	Análisis	Resultado A			Resultado B			Resultado C			Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.			
16 Infraestructura (Servicios públicos)	Mantenimiento a los servicios de luz, agua, alcantarillado, telecomunicación y vías de acceso.	15	15	21	42	0	0	0	0	57	1.6	
17 Ordenamiento urbano	Existencia de espacios adecuados para la incursión de agencias, hoteles, rest., centros de entret. y otros.	20	20	16	32	0	0	0	0	52	1.4	
18 Entretenimiento (Equipamiento de uso turístico y recreativo)	Pocos espacios recreativos.	33	33	3	6	0	0	0	0	39	1.1	
19 Mejoramiento de la calidad y certificaciones	Mayoría de servicios turísticos funcionan de manera informal.	33	33	3	6	0	0	0	0	39	1.1	
20 Cultura (sensibilización de la población frente al turismo)	Son pocas las veces que el turistas esta al interior de la ciudad.	19	19	14	28	3	9	3	9	56	1.6	
TOTAL		120	120	57	114	3	9	3	9	243	1.4	

Fuente: Tabla B (Anexo 04)

Figura 11: Análisis de factores críticos de riesgo según factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.



Fuente: Tabla 14

En la tabla N° 14 y Figura 11, se muestran los puntajes totales con los respectivos promedios de cada factor de la dimensión factores de apoyo según las organizaciones, el ítem 16 respecto a infraestructura (servicios públicos) obtuvo un puntaje total de 57 cuyo promedio fue de 1.6, en el ítem 17 con respecto al ordenamiento urbano cuyo puntaje fue de 52 y un promedio de 1.4, en el ítem 18 en el entretenimiento (equipamiento de uso turístico y recreativo) obteniéndose un puntaje de 39 con un promedio de 1.1, en el ítem 19 que trata del mejoramiento de la calidad y certificaciones se obtuvo un puntaje de 39 con un promedio 1.1, finalmente en el ítem 20 respecto a la cultura turística (sensibilización de la población frente al turismo) el puntaje obtenido fue de 56 y un promedio de 1.6; finalmente obtenemos un promedio total de 1.4 cuyo valor según la escala aplicada está en el rango de poco competitivo, lo que indica que los factores mencionados son considerados como factores críticos de riesgo que le restan competitividad al destino turístico de Yunguyo.

4.2.1.2. ANÁLISIS DE FACTORES DE APOYO SEGÚN TURISTAS

A través de esta sección, realizamos el análisis de factores de apoyo para lo cual presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a los 170 turistas que arribaron a la provincia de Yunguyo. También se detalla el análisis del desempeño para identificar si dicha dimensión compone un factor crítico de riesgo.

a. Resumen de resultados de los Factores críticos de riesgo según factores de apoyo.

Inmediatamente, se describe la síntesis de la cantidad de turistas que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 4 ítem de la dimensión de factores de apoyo. Se debe precisar que la cantidad de turistas es la frecuencia absoluta (fi).

De acuerdo a la tabla de los turistas (ver anexo 7) los resultados según los factores de riesgo en la dimensión factores de apoyo se obtuvo los siguientes resultados en el ítem 5 a la pregunta considera que instalaciones de los hoteles es apropiada para usted, en el resultado A 49 turistas representa el 29% en escala de deficiente, seguidamente en el resultado B se obtuvo 94 turistas que representa el 55% de manera insuficiente, finalmente se obtiene 27 turistas que representa el 16% de acuerdo al resultado C en escala de bueno, de igual manera en el ítem 6 considera que las instalaciones de los restaurantes son apropiados para usted donde se obtuvo de acuerdo al resultado A se tuvo 42 turistas que representa el 25% en escala de deficiente, 106 turistas representa el 62% en escala de insuficiente, por ultimo 22 turistas representa el 13% en la escala de bueno. Por otro lado en el ítem 7 según considera que las carreteras y el ordenamiento territorial es el adecuado. En el resultado A se obtuvo 45 turistas que representa el 26% en la escala de deficiente, en el resultado B 105 turistas que representa el 62% en la escala insuficiente,

finalmente de acuerdo al resultado C 20 turistas representa el 12% en la escala de bueno. Por ultimo en el ítem 8 según se sintió bien tratado por la población de la ciudad de Yunguyo 22 turistas que representa el 13% de acuerdo al resultado A en la escala de deficiente, seguidamente de 93 turistas que representa el 55% en el resultado B en la escala de insuficiente, por ultimo 55 turistas que representa el 32% en el resultado C en la escala de bueno.

b. Análisis de factores de apoyo de acuerdo al desempeño competitivo.

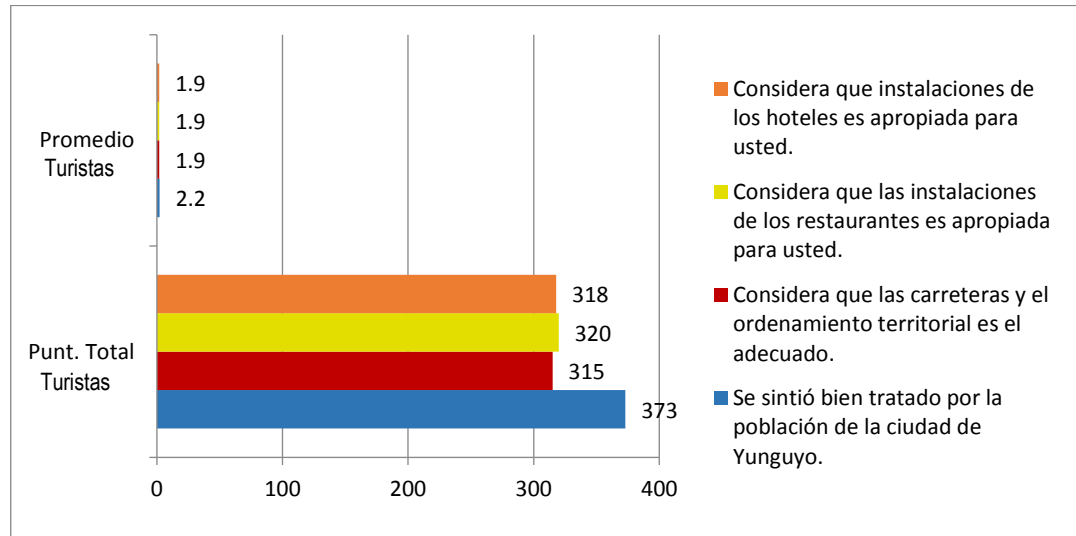
En esta sección se realiza el análisis de cada ítem correspondiente a la dimensión de factores de apoyo. A continuación pasamos a detallar el tratamiento de datos que se realiza del siguiente modo, primeramente, se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B, y resultado C), inmediatamente el puntaje total se divide por la cantidad de turistas encuestados (170), esta operación se realiza para cada ítem. Así al concluir se obtiene 4 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el total de dicha dimensión.

Tabla 15: Análisis de factores críticos de riesgo según factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.

Factores de apoyo	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
5	Considera que instalaciones de los hoteles es apropiada para usted.	49	49	94	188	27	81	318	1.9
6	Considera que las instalaciones de los restaurantes es apropiada para usted.	42	42	106	212	22	66	320	1.9
7	Considera que las carreteras y el ordenamiento territorial es el adecuado.	45	45	105	210	20	60	315	1.9
8	Se sintió bien tratado por la población de la ciudad de Yunguyo.	22	22	93	186	55	165	373	2.2
TOTAL		158	158	398	796	124	372	1326	2.0

Fuente: Encuesta realizada a turistas que arriban a Yunguyo.

Figura 12: Análisis de factores críticos de riesgo según factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.



Fuente: Tabla 15

De acuerdo a la Tabla 15 y Figura 12 muestra los puntajes totales con sus respectivos promedios de los factores de la dimensión de factores de apoyo según los turistas, en el ítem 5 considera que instalaciones de los hoteles es apropiada para usted, se obtuvo un puntaje total 318 cuyo promedio fue 1.9, en el ítem 6 a la pregunta considera que las instalaciones de los restaurantes son apropiadas para usted, se obtuvo un puntaje de 320 cuyo promedio de 1.9, de acuerdo al ítem 7 a la pregunta se considera que las carreteras y el ordenamiento territorial es el adecuado se obtuvo un puntaje 315 cuyo promedio fue de 1.9, finalmente en el ítem 8 cuya pregunta fue se sintió bien tratado por la población de la ciudad de Yunguyo, cuyo puntaje total fue de 373 cuyo promedio fue de 2.2, finalmente de acuerdo a la tabla podemos mencionar que el puntaje total obtenido fue de 1326 cuyo promedio fue de 2.0 y según la escala se encuentra en el rango de poco competitivo por lo que podemos afirmar que la dimensión de factores de apoyo representa un factor crítico de riesgo para el destino turístico de Yunguyo.

4.2.1.3. CONSOLIDADO DE ANÁLISIS DE FACTORES DE APOYO

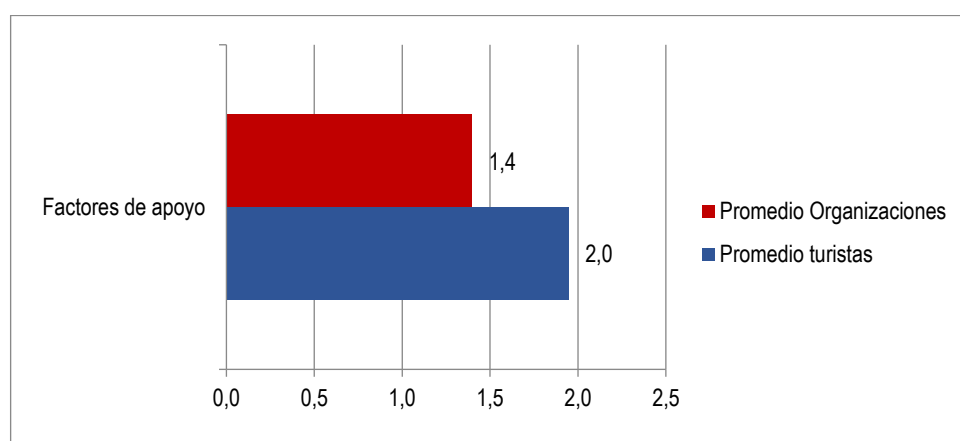
En esta sección se realiza la contrastación y análisis del consolidado de resultados obtenidos según organizaciones y turistas encuestados para acreditar que la dimensión de factor de apoyo es factor crítico de riesgo. A continuación se especifica el tratamiento de datos del siguiente modo, primeramente, se hace una suma horizontal de promedios (organizaciones y turistas), posteriormente se divide entre 2 (cantidad de promedios), finalmente el resultado obtenido nos indica la ubicación que ocupa en la escala de valoración.

Tabla 16: Consolidado de valoraciones de la dimensión factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Factor de apoyo	1.4	2.0	1.7

Fuente: Tabla 14 y 15

Figura 13: Consolidado de valoraciones de la dimensión factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.



Fuente: Tabla 16

Como se observa en la Tabla 16 y Figura 13, la dimensión de factores de apoyo es considerada como un factor crítico de riesgo con un promedio de 1.7 debido a que las organizaciones y turistas juzgan que en el destino no se realiza un adecuado

mantenimiento de los servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, etc.) y por presentar pocos espacios recreativos, debido a que la mayoría de servicios turísticos funcionan de manera informal; asimismo existe poca sensibilización de la población frente al turismo y también de las autoridades. El resultado se ubica en el rango de poco competitivo e insuficiente, lo que permite afirmar que esta dimensión es un factor crítico de riesgo que le resta competitividad al destino turístico de Yunguyo.

4.2.2. ANÁLISIS DE GESTIÓN DEL DESTINO QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD

Se realiza un análisis de los componentes evaluados en la dimensión de gestión del destino, también se realiza el tratamiento de los datos obtenidos de las organizaciones y turistas para obtener un promedio de cada uno de ellos y finalmente promediar estos resultados para obtener un promedio consolidado.

4.2.2.1. ANÁLISIS DE GESTIÓN DEL DESTINO SEGÚN ORGANIZACIONES

A continuación para el análisis de la dimensión de gestión del destino presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a las 36 organizaciones públicas y privadas del sector turismo así como también se especifica el análisis del desempeño competitivo.

a. Resumen de resultados de factores críticos de riesgo según gestión del destino.

Seguidamente se detalla la síntesis de la cantidad de organizaciones que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 18 ítems de la dimensión gestión del destino. Se debe precisar que la cantidad de organizaciones es la frecuencia absoluta (fi).

Se observa en la tabla de organizaciones (ver anexo 4), que el 75% de organizaciones en el ítem 21 con respecto a la capacidad de los empresarios locales y operadores del destino lo consideran insuficiente y esto incide como factor de riesgo en el nivel de competitividad, por otro lado en el ítem 22 que trata de la utilización de TICs para la comercialización del destino se afirma que el 50% de organizaciones lo declaran como deficiente, de igual manera en el ítem 23 sobre la innovación en turismo el 72% de las organizaciones mencionan que fue deficiente, por otro lado el 83% de organizaciones respondieron deficiente al ítem 24 que trato sobre inversión y financiamiento de proyectos, por otro lado en el ítem 25 que trato sobre la coordinación interinstitucional e intersectorial se afirma que el 58% de organizaciones lo consideran de manera insuficiente y es un factor de riesgo para el nivel de competitividad, asimismo en el ítem 26 que trata sobre la inteligencia competitiva I+D+i el 92% de organizaciones afirman que fue deficiente y por ende es un factor de riesgo, en el ítem 27 respecto a la planeación para el desarrollo sostenible el 89% de organizaciones mencionan que fue deficiente y esto incide en el nivel de competitividad, de acuerdo al ítem 28 que trato sobre el marketing (comercialización y promoción del turismo) el 50% de organizaciones lo consideran deficiente, por otro lado el ítem 29 a la pregunta sobre el benchmarking 100% de las organizaciones menciona que fue deficiente o simplemente no se aplica en el turismo, seguidamente en el ítem 30 que trata sobre la estrategia turística regional PERTUR se afirma que el 64% de organizaciones lo consideran de forma deficiente, asimismo en el ítem 31 respecto a la diversificación y desarrollo de productos el 53% de organizaciones lo consideran deficiente, seguidamente en el ítem 32 en el sistema de información e inteligencia de mercados el 100% de organizaciones lo consideran deficiente, de igual manera en el ítem 33 acerca de la calificación del

RR-HH (formación y capacitación del personal de servicio turístico) el 58% de organizaciones lo consideran insuficiente y es un factor de riesgo para el nivel de competitividad, del mismo modo en el ítem 34 de acuerdo a la gestión y capacidad de entidades relacionadas con el turismo se menciona que el 50% de organizaciones lo consideran deficiente, es un factor de riesgo que afecta negativamente al nivel de competitividad, en el ítem 35 según la regulación y control de servicios turísticos (implementación de la ley) el 56% de las organizaciones lo consideran insuficiente, por otro lado en el ítem 36 de acuerdo a la institucionalización del clúster turístico se menciona que el 97% de organizaciones lo declaran deficiente, también podemos mencionar al ítem 37 que es el ente gestor el 61% de organizaciones lo clasifican como deficiente, finalmente el ítem 38 con respecto al monitoreo evaluación/auditorías el 75% de organizaciones lo califican como deficiente, todos los ítems son considerados como factores de riesgo por su alto porcentaje, y esto afecta o inciden negativamente en el nivel de competitividad.

b. Análisis de gestión del destino de acuerdo al desempeño competitivo.

El tratamiento de datos realizado es de la siguiente manera, primero, se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego ese puntaje total se divide por la cantidad de organizaciones (36), esta operación se realiza para cada ítem. Así finalmente se obtiene 18 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el promedio total.

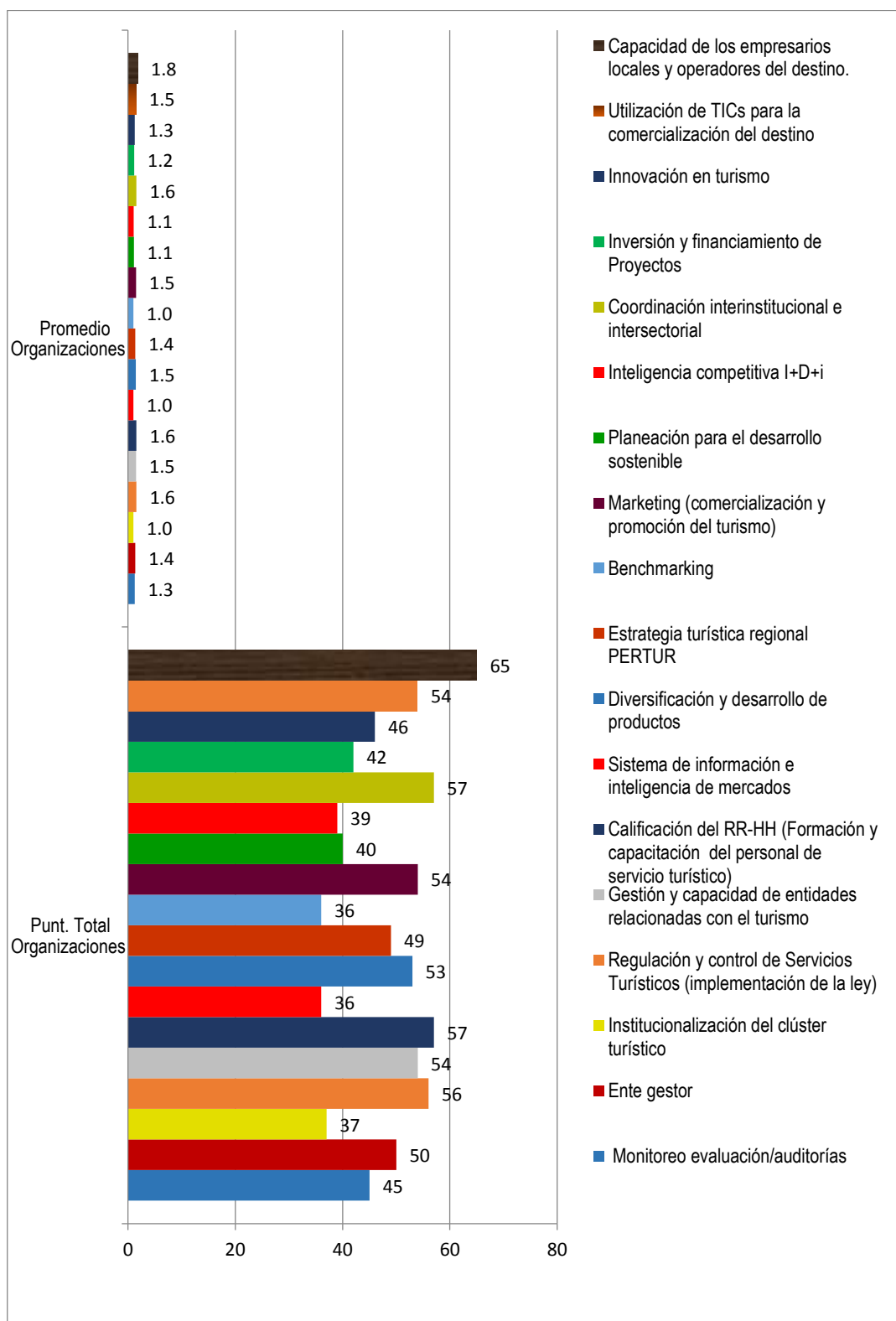
Tabla 17: Análisis de factores críticos de riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.

	Gestión del destino	Análisis	Resultado A			Resultado B			Resultado C			Punt. Total	Promedio
			fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.			
21	Capacidad de los empresarios locales y operadores del destino (conocimiento know – how turístico)	Capacidad de atención, actualización de servicios tanto en infraestructura como en precios y calidad de sus servicios.	8	8	27	54	1	3	65	1.8			
22	Utilización de TICs para la comercialización del destino	Acceso a las TICs para la difusión del destino.	18	18	18	36	0	0	54	1.5			
23	Innovación en turismo	Escasa innovación de actividades turísticas.	26	26	10	20	0	0	46	1.3			
24	Inversión y financiamiento de Proyectos	Identifica proyectos de inversión pública los cuales tienen monto de inversión y entidad ejecutora a nivel distrital.	30	30	6	12	0	0	42	1.2			
25	Coordinación interinstitucional e intersectorial	Existe coordinación y articulación de los actores, unificando esfuerzos para el logro de objetivos en común.	15	15	21	42	0	0	57	1.6			
26	Inteligencia competitiva I+D+i	Se realiza investigaciones de la activ. turística para desarrollar acciones de mejora para satisfacer a los turistas mediante la innovación de productos.	33	33	3	6	0	0	39	1.1			
27	Planeación para el desarrollo sostenible	Existe preservación de los recursos culturales y naturales.	32	32	4	8	0	0	40	1.1			
28	Marketing (comercialización y promoción del turismo)	Se tiene acceso a internet, aplicaciones inteligentes para la difusión del destino.	18	18	18	36	0	0	54	1.5			
29	Benchmarking	No se aplica esta técnica.	36	36	0	0	0	0	36	1.0			
30	Estrategia turística regional PERTUR	No se ha desarrollado e implementado los planes propuestos en el PERTUR.	23	23	13	26	0	0	49	1.4			

31	Diversificación y desarrollo de productos	Se cuenta con atractivos únicos, servicios turísticos y accesibilidad.	19	19	17	34	0	0	53	1.5
32	Sistema de información e inteligencia de mercados	Se tiene acceso a los medios para hacerlo pero no se hace.	36	36	0	0	0	0	36	1.0
33	Calificación del RR-HH (Formación y capacitación del personal de servicio turístico)	Se capacita por parte de la municipalidad.	15	15	21	42	0	0	57	1.6
34	Gestión y capacidad de entidades relacionadas con el turismo	Actualización por parte de los empresarios.	18	18	18	36	0	0	54	1.5
35	Regulación y control de Servicios Turísticos (implementación de la ley)	Mayoría de servicios informales y negocio ambulatorio.	16	16	20	40	0	0	56	1.6
36	Institucionalización del clúster turístico	Mínima concentración sectorial de empresas en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas,	35	35	1	2	0	0	37	1.0
37	Ente gestor	No se aprecia acciones de involucramiento en el turismo del gobierno local. Solo secumple con los doctos exigidos para el cumplimiento de la Meta.	22	22	14	28	0	0	50	1.4
38	Monitoreo evaluación/auditorías	Se realizan eventualmente por año.	27	27	9	18	0	0	45	1.3
TOTAL			427	427	220	440	1	3	870	1.3

Fuente: Tabla C (Anexo N° 04)

Figura 14: Análisis de factores críticos de riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.



Fuente: Tabla 17

En la Tabla 17 y Figura 14, se muestran los puntajes totales con los respectivos promedios de cada factor de la dimensión de gestión del destino según las organizaciones, en el ítem 21 con respecto a la capacidad de los empresarios locales y operadores del destino se obtuvo un puntaje de 65 y un promedio de 1.8, por otro lado en el ítem 22 que trata de la utilización de TICs para la comercialización del destino se obtuvo un puntaje de 54 y un promedio de 1.5, de igual manera en el ítem 23 cuya pregunta fue sobre la innovación se obtuvo un puntaje de 46 y un promedio de 1.3, por otro lado en el ítem 24 que trato sobre inversión y financiamiento de proyectos se obtuvo un puntaje de 42 y un promedio de 1.2, seguidamente en el ítem 25 que trato sobre la coordinación interinstitucional e intersectorial se obtuvo un puntaje de 57 y un promedio de 1.6, asimismo en el ítem 26 que trata sobre la inteligencia competitiva I+D+i se obtuvo un puntaje de 39 y un promedio de 1.1, en el ítem 27 respecto a la pregunta planeación para el desarrollo sostenible se obtuvo un puntaje de 40 y un promedio de 1.1, de acuerdo al ítem 28 que trato sobre el marketing se obtuvo un puntaje de 54 y un promedio de 1.5, por otro lado el ítem 29 que fue a la pregunta sobre el Benchmarking se obtuvo un puntaje de 36 y un promedio de 1.0, seguidamente en el ítem 30 estrategia turística regional PERTUR se obtuvo un puntaje de 49 y un promedio de 1.4, asimismo en el ítem 31 respecto a la diversificación y desarrollo de productos el 53 se obtuvo un puntaje de 53 y un promedio de 1.5, seguidamente en el ítem 32 en el sistema de información e inteligencia de mercados se obtuvo un puntaje de 36 y un promedio de 1.0, de igual manera en el ítem 33 acerca de la calificación del RR-HH se obtuvo un puntaje de 57 y un promedio de 1.6, del mismo modo en el ítem 34 de acuerdo a la gestión y capacidad de entidades relacionadas con el turismo se obtuvo un puntaje de 54 y un promedio de 1.5, en el ítem 35 según la regulación y control de servicios turísticos se obtuvo un puntaje de 56 y un promedio de 1.6, por otro lado en el

ítem 36 de acuerdo a la institucionalización del clúster turístico se menciona que se obtuvo un puntaje de 37 y un promedio de 1.0, también podemos mencionar al ítem 37 de acuerdo al ente gestor se obtuvo un puntaje de 50 y un promedio de 1.4, en el ítem 38 con respecto al monitoreo evaluación/auditorías se obtuvo un puntaje de 45 y un promedio de 1.3, finalmente obtenemos un subtotal de 1.3 cuyo valor según la escala aplicada está en el rango de poco competitivo, lo que indica que los factores mencionados son considerados como factores críticos de riesgo que le restan competitividad al destino turístico de Yunguyo.

4.2.2.2. ANÁLISIS DE GESTIÓN DEL DESTINO SEGÚN LOS TURISTAS

A través de esta sección, realizamos el análisis de gestión del destino para lo cual presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a los 170 turistas que arribaron a la provincia de Yunguyo. También se detalla el análisis del desempeño para identificar si la presente dimensión compone un factor crítico de riesgo.

a. Resumen de resultados de factores críticos de riesgo según gestión del destino.

A continuación, detallamos la síntesis de la cantidad de turistas que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 4 ítems de la dimensión de gestión del destino. Se debe precisar que la cantidad de turistas es la frecuencia absoluta (fi).

De acuerdo a la tabla de los turistas (ver anexo 7) los resultados según los factores de riesgo en la dimensión gestión del destino se obtuvo los siguientes resultados en el ítem 9 a la pregunta considera que los establecimientos que visito son de calidad y cumplen con estándares internacionales en el resultado A 86 turistas representa el 51% en escala de deficiente, seguidamente en el resultado B se obtuvo 68 turistas que representa el 40% de manera insuficiente, finalmente se obtiene 16 turistas que

representa el 9% de acuerdo al resultado C en la escala de bueno, de igual manera en el ítem 10 considera que la oferta turística de Yunguyo como destino es diversa al resultado A se tuvo 40 turistas que representa el 24% en la escala de deficiente, 87 turistas representa el 51% en escala de insuficiente, por ultimo 43 turistas representa el 25% en la escala de bueno. Por otro lado en el ítem 11 considera que la publicidad de Yunguyo por internet es la adecuada en el resultado A se obtuvo 74 turistas que representa el 44% en la escala de deficiente, en el resultado B 66 turistas que representa el 39% en la escala insuficiente, finalmente de acuerdo al resultado C 30 turistas representa el 18% en la escala de bueno. Finalmente en el ítem 12 según el trato que le brindaron fue amable y fue confiable el personal que labora en hoteles restaurantes y transporte, 28 turistas que representa el 16% de acuerdo al resultado A en la escala de deficiente, seguidamente de 77 turistas que representa el 45% en el resultado B en la escala de insuficiente, por ultimo 65 turistas que representa el 38% en el resultado C en la escala de bueno.

b. Análisis de gestión del destino de acuerdo al desempeño competitivo.

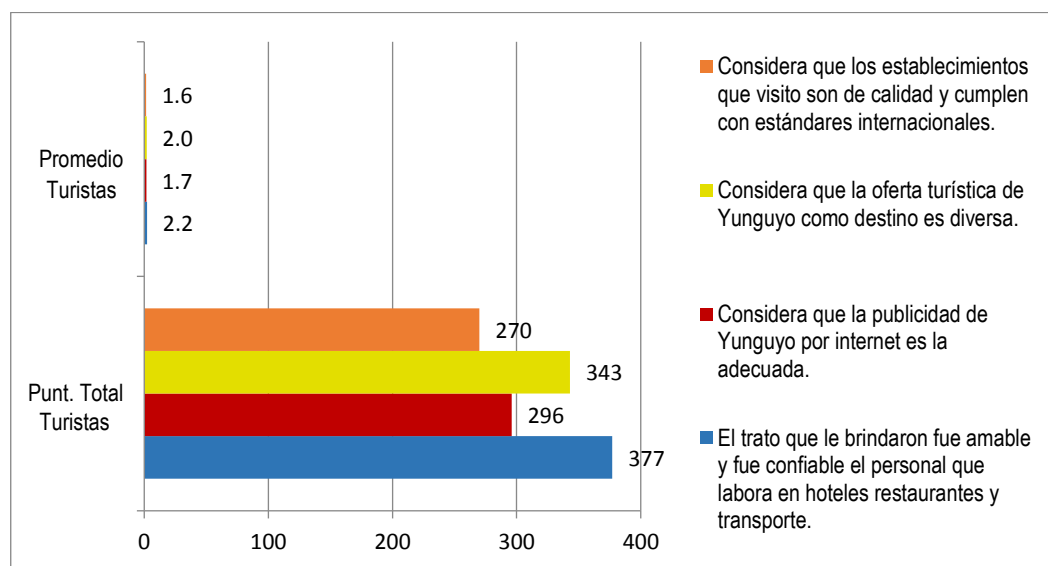
En esta sección se realiza un análisis de cada ítem correspondiente a la dimensión de gestión del destino. El tratamiento de datos que se realiza es de la siguiente manera, primeramente, se hace una suma de todos los puntajes obtenidos de un determinado ítem, luego ese puntaje total se divide por la cantidad de turistas (170) de esta manera obtendremos el promedio del ítem analizado. Este procedimiento se desarrolla con todos los ítems, así finalmente se obtendrán 4 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el total de dicha dimensión.

Tabla 18: Análisis de factores críticos de riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.

Gestión del destino	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
9	Considera que los establecimientos que visito son de calidad y cumplen con estándares internacionales.	86	86	68	136	16	48	270	1.6
10	Considera que la oferta turística de Yunguyo como destino es diversa.	40	40	87	174	43	129	343	2.0
11	Considera que la publicidad de Yunguyo por internet es la adecuada.	74	74	66	132	30	90	296	1.7
12	El trato que le brindaron fue amable y fue confiable el personal que labora en hoteles restaurantes y transporte.	28	28	77	154	65	195	377	2.2
TOTAL		228	228	298	596	154	462	1286	1.9

Fuente: Tabla C (Anexo N 07)

Figura 15: Análisis de factores críticos de riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.



Fuente: Tabla 18

De acuerdo a la Tabla 18 y Figura 15, muestran los puntajes totales con sus respectivos promedios de los factores de la dimensión gestión del destino según los turistas, en el ítem 9 considera que los establecimientos que visito son de calidad y cumplen con estándares internacionales, se obtuvo un puntaje total 270 cuyo promedio fue 1.6, en el ítem 10 considera que la oferta turística de Yunguyo como destino es diversa se obtuvo un puntaje de 343 cuyo promedio de 2.0, de acuerdo al ítem 11 se considera que la publicidad de Yunguyo por internet es la adecuada se obtuvo un puntaje 296 cuyo promedio fue de 1.7, por último en el ítem 12 el trato que le brindaron fue amable y confiable el personal que labora en hoteles, restaurantes y transporte cuyo puntaje total fue de 377 cuyo promedio fue de 2.2, finalmente de acuerdo a la tabla podemos mencionar que el puntaje total obtenido fue de 1286 cuyo promedio fue de 1.9 y según la escala se encuentra en el rango de poco competitivo por lo que podemos aseverar que la dimensión gestión del destino representa un factor crítico de riesgo para el destino turístico de Yunguyo.

4.2.2.3. CONSOLIDADO DE ANÁLISIS DE GESTIÓN DE LA DEMANDA

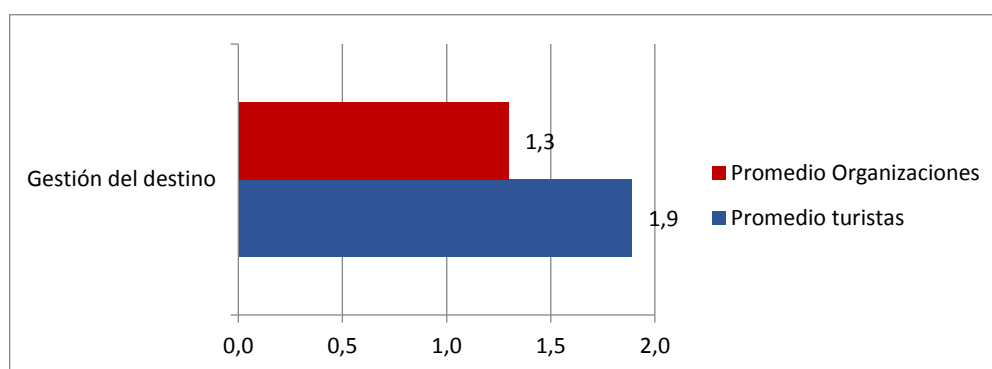
En esta sección se realiza la contrastación y análisis del consolidado de resultados obtenidos según organizaciones y turistas encuestados para acreditar que la dimensión de gestión del destino es factor crítico de riesgo. A continuación, se especifica el tratamiento de datos del siguiente modo, primeramente, se hace una suma horizontal de promedios (organizaciones y turistas), posteriormente se divide entre 2 (cantidad de promedios), finalmente el resultado obtenido nos indica la ubicación que ocupa en la escala de valoración.

Tabla 19: Consolidado de valoraciones de la dimensión gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Gestión del destino	1.3	1.9	1.6

Fuente: Tabla 17 y 18

Figura 16: Consolidado de valoraciones de la dimensión gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.



Fuente: Tabla 19

Como se observa en la Tabla 19 y Figura 16, la dimensión gestión del destino es considerada como un factor crítico de riesgo ya que presenta una valoración consolidada de 1.6, puesto que organizaciones y turistas consideran que existe una escasa innovación de actividades turísticas, no se desarrollan ni implementan planes

propuestos en el PERTUR, no se realiza un eficiente uso del sistema de información de inteligencia de mercado, se realizan capacitación de RR.HH eventualmente, no existe un involucramiento en el turismo del gobierno local y solo se cumple con los documentos exigidos para el cumplimiento de metas, falta de actualización de información acerca del destino en las páginas de internet, etc. Resultado que lo ubica como factor crítico de riesgo y en consecuencia le resta competitividad al destino turístico de Yunguyo.

4.2.3. ANÁLISIS DE CONDICIONES DE LA DEMANDA QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD

Se realiza un análisis de los componentes evaluados en la dimensión de gestión del destino, también se realiza el tratamiento de los datos obtenidos de las organizaciones y turistas para obtener un promedio de cada uno de ellos y finalmente promediar estos resultados para obtener un promedio consolidado.

4.2.3.1. ANÁLISIS DE CONDICIONES DE LA DEMANDA SEGÚN ORGANIZACIONES

A continuación para el análisis de la dimensión de condiciones de la demanda presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a las 36 organizaciones públicas y privadas del sector turismo así como también se especifica el análisis del desempeño competitivo para constatar que la presente dimensión compone un factor crítico de riesgo.

a. Resumen de resultados de Factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda.

En el siguiente párrafo se describe la síntesis de la cantidad de organizaciones que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 7 ítems de la dimensión de condiciones de la demanda. Se debe precisar que la cantidad de organizaciones es la frecuencia absoluta (fi).

De acuerdo a la tabla de organizaciones (ver anexo 4), podemos mencionar o afirmar lo siguiente que en el ítem 39 posicionamiento en mercados internacionales el 100% de organizaciones lo consideran deficiente, por otro lado en el ítem 40 respecto a la competencia de otros destinos el 86% de organizaciones lo consideran deficiente, de igual manera el ítem 41 de acuerdo a la pregunta imagen (desarrollo de la marca turística) el 100% es deficiente, en el ítem 42 desarrollo de nuevas experiencias y mayor información a los turistas el 53% lo consideran deficiente, seguidamente en el ítem 43 enlaces del mercado el 100% de organizaciones lo consideran deficiente, también en el ítem 44 de acuerdo a la pregunta costo/valor el 61% de organizaciones lo consideran insuficiente, finalmente en el ítem 45 con respecto al acondicionamiento del producto al mercado el 61% de las organizaciones lo consideran insuficiente, todos estos ítems son considerados con factores de riesgo y afectan negativamente el nivel del competitividad.

b. Análisis de condiciones de la demanda de acuerdo al desempeño competitivo.

Aquí detallamos el procedimiento del tratamiento de datos el cual es como sigue, primeramente, se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego el puntaje total se divide por la cantidad de organizaciones (36), esta operación se realiza para cada ítem. Así

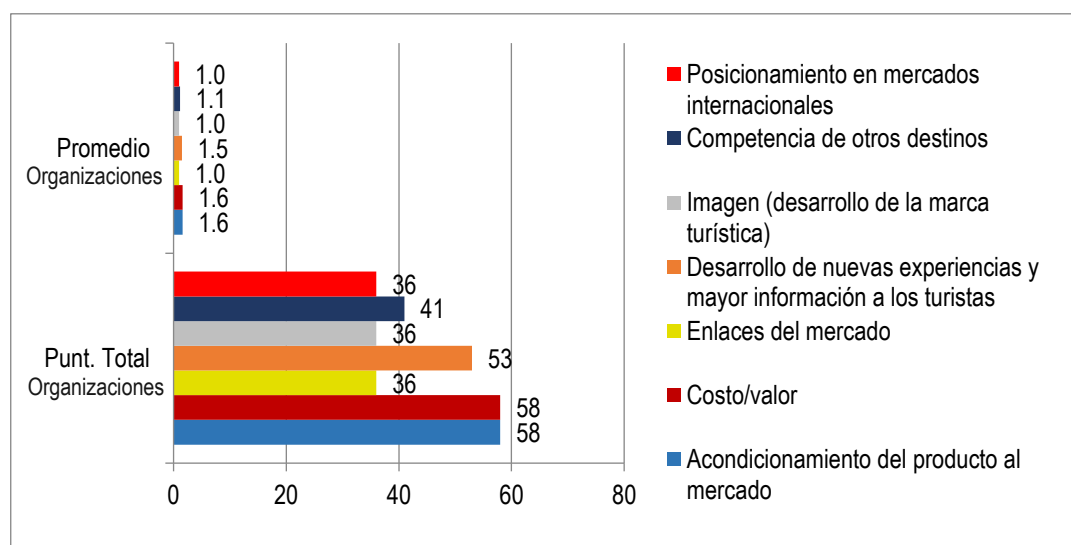
finalmente se obtiene 7 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el promedio total.

Tabla 20: Análisis de factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.

Condiciones de la demanda	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
39	Posicionamiento en mercados internacionales	36	36	0	0	0	0	36	1.0
40	Competencia de otros destinos	31	31	5	10	0	0	41	1.1
41	Imagen (desarrollo de la marca turística)	36	36	0	0	0	0	36	1.0
42	Desarrollo de nuevas experiencias y mayor información a los turistas	19	19	17	34	0	0	53	1.5
43	Enlaces del mercado	36	36	0	0	0	0	36	1.0
44	Costo/valor	14	14	22	44	0	0	58	1.6
45	Acondicionamiento del mercado	14	14	22	44	0	0	58	1.6
TOTAL		186	186	66	132	0	0	318	1.3

Fuente: Tabla D (Anexo N° 04)

Figura 17: Análisis de factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.



Fuente: Tabla 20

En la Tabla 20 y Figura 17, se muestran los puntajes totales con los respectivos promedios de cada factor de la dimensión condiciones de la demanda según las organizaciones, en el ítem 39 posicionamiento en mercados internacionales se obtuvo un puntaje de 36 y un promedio de 1.0, por otro lado en el ítem 40 respecto a la competencia de otros destinos se obtuvo un puntaje de 41 y un promedio de 1.1, de igual manera el ítem 41 respecto a la imagen se obtuvo un puntaje de 36 y un promedio de 1.0, en el ítem 42 desarrollo de nuevas experiencias y mayor información se obtuvo un puntaje de 53 y un promedio de 1.5, seguidamente en el ítem 43 enlaces del mercado se obtuvo un puntaje de 36 y un promedio de 1.0, también en el ítem 44 costo/valor se obtuvo un puntaje de 58 y un promedio de 1.6, por último en el ítem 45 con respecto al acondicionamiento del producto al mercado se obtuvo un puntaje de 45 y un promedio de 1.6, finalmente obtenemos un promedio total de 1.3 cuyo valor según la escala aplicada está en el rango de poco competitivo, lo que indica que los factores

mencionados son considerados como factores críticos de riesgo que le restan competitividad al destino turístico de Yunguyo.

4.2.3.2. ANÁLISIS DE CONDICIONES DE LA DEMANDA SEGÚN TURISTAS

A través de esta sección, realizamos el análisis de condiciones de la demanda para lo cual presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a los 170 turistas que arribaron a la provincia de Yunguyo. También se describe el análisis del desempeño competitivo para identificar si la presente dimensión compone un factor crítico de riesgo.

a. Resumen de resultados de los factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda.

A continuación, se detalla la síntesis de la cantidad de turistas que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 5 ítems considerados en la dimensión de condiciones de la demanda. Se debe precisar que la cantidad de turistas es la frecuencia absoluta (f_i).

La tabla de los turistas (ver anexo 7) los resultados según los factores de riesgo en la dimensión condiciones de la demanda se obtuvo los siguientes resultados en el ítem 13 a la pregunta tenía conocimiento previo de Yunguyo antes de su visita en el resultado A 53 turistas representa el 31% en escala de deficiente, seguidamente en el resultado B se obtuvo 61 turistas que representa el 36% de manera insuficiente, finalmente se obtiene 56 turistas que representa el 33% de acuerdo al resultado C en escala de bueno, de igual manera en el ítem 14 a la pregunta considera a Yunguyo como uno de los mejores destinos que visito en la región el resultado A se tuvo 45 turistas que representa el 26% en escala de deficiente, 96 turistas representa el 56% en escala de insuficiente, por ultimo 29 turistas representa el 17% en la escala de

bueno. Por otro lado en el ítem 15 a la pregunta recibió información turística de calidad en la ciudad de Yunguyo en el resultado A se obtuvo 92 turistas que representa el 54% en la escala de deficiente, en el resultado B 61 turistas que representa el 36% en la escala de insuficiente, finalmente de acuerdo al resultado C 17 turistas representa el 10% en la escala de bueno. En el ítem 16, la pregunta el precio de los servicios/productos satisface sus expectativas en el resultado A se obtuvo 36 turistas que representa el 21% en la escala de deficiente, en el resultado B 88 turistas que representa el 52% en la escala de insuficiente, finalmente de acuerdo al resultado C 46 turistas representa el 27% en la escala de bueno. Finalmente en el ítem 17 según a la pregunta los servicios turísticos de alimentación, transporte y hospedaje fueron adecuados, 36 turistas que representa el 21% de acuerdo al resultado A en la escala de deficiente, seguidamente de 96 turistas que representa el 56% en el resultado B en la escala de insuficiente, por último 38 turistas que representa el 22% en el resultado C en la escala de bueno.

b. Análisis de condiciones de la demanda de acuerdo al desempeño competitivo.

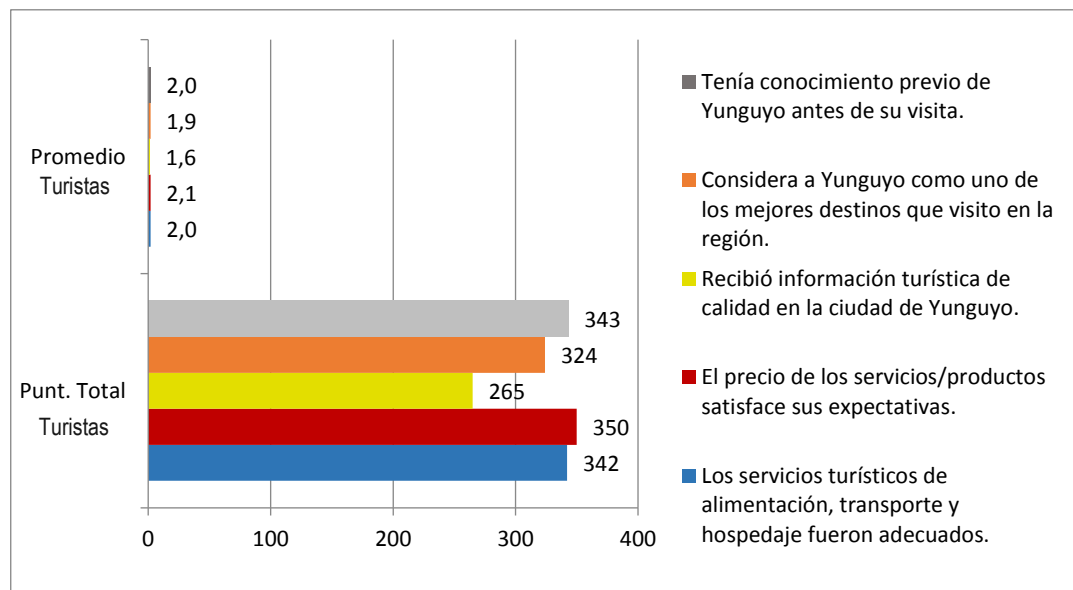
En esta sección se realiza un análisis de cada ítem de correspondientes a la dimensión de condiciones de la demanda. Y el tratamiento de datos que se realiza es de la siguiente manera, primeramente, se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego ese puntaje total se divide por la cantidad de turistas encuestados (170), esta operación se realiza para cada ítem. Así finalmente se obtiene 5 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el promedio total.

Tabla 21: *Análisis de factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.*

Condiciones de la demanda	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
13	Tenia conocimiento previo de Yunguyo antes de su visita.	53	53	61	122	56	168	343	2.0
14	Considera a Yunguyo como uno de los mejores destinos que visito en la región.	45	45	96	192	29	87	324	1.9
15	Recibió información turística de calidad en la ciudad de Yunguyo.	92	92	61	122	17	51	265	1.6
16	El precio de los servicios/productos satisface sus expectativas.	36	36	88	176	46	138	350	2.1
17	Los servicios turísticos de alimentación, transporte y hospedaje fueron adecuados.	36	36	96	192	38	114	342	2.0
TOTAL		262	262	402	804	186	558	1624	1.9

Fuente: Tabla D (Anexo N° 07)

Figura 18: Análisis de factores críticos de riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas



Fuente: Tabla 21

De acuerdo a la Tabla 21 y Figura 18, muestran los puntajes totales con sus respectivos promedios de los factores de la dimensión de condiciones de la demanda según los turistas, en el ítem 13 tenía conocimiento previo de Yunguyo antes de su visita, se obtuvo un puntaje total 343 cuyo promedio fue 2.0, en el ítem 14 considera a Yunguyo como uno de los mejores destinos que visito en la región se obtuvo un puntaje de 324 cuyo promedio de 1.9, de acuerdo al ítem 15 recibió información turística de calidad en la ciudad de Yunguyo se obtuvo un puntaje 265 cuyo promedio fue de 1.6, de acuerdo al ítem 16 el precio de los servicios/productos satisface sus expectativas se obtuvo un puntaje 350 cuyo promedio fue de 2.1, por último en el ítem 17 los servicios turísticos de alimentación, transporte y hospedaje fueron adecuados cuyo puntaje total fue de 342 cuyo promedio fue de 2.0, finalmente de acuerdo a la tabla podemos mencionar que el puntaje total obtenido fue de 1624 cuyo promedio fue de 1.9 y según la escala se encuentra en el rango de poco competitivo por lo que podemos afirmar que la

dimensión de factores de apoyo representa un factor crítico para el destino turístico de Yunguyo.

4.2.3.3. CONSOLIDADO DE ANÁLISIS DE CONDICIONES DE LA DEMANDA

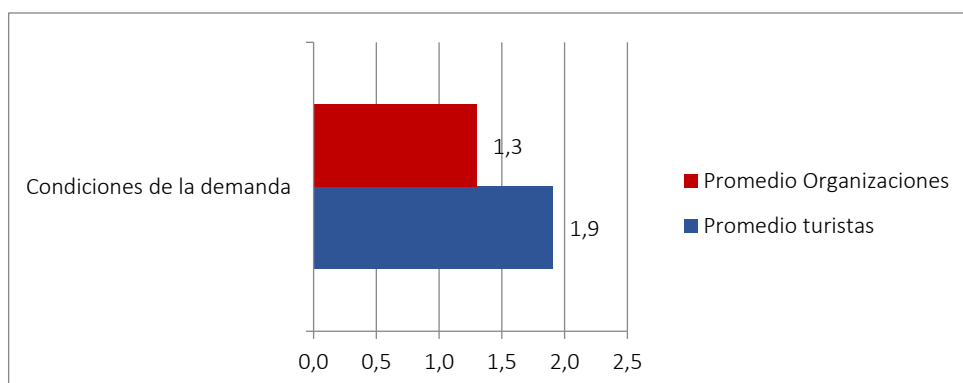
En esta sección se realiza la contrastación y análisis del consolidado de resultados obtenidos según organizaciones y turistas encuestados para acreditar que la dimensión condiciones de la demanda es factor crítico de riesgo. A continuación, se especifica el tratamiento de datos del siguiente modo, primeramente, se hace una suma horizontal de promedios (organizaciones y turistas), posteriormente se divide entre 2 (cantidad de promedios), finalmente el resultado obtenido nos indica la ubicación que ocupa en la escala de valoración.

Tabla 22: Consolidado de valoraciones de la dimensión condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Condiciones de la demanda	1.3	1.9	1.6

Fuente: Tabla 20 y 21

Figura 19: Consolidado de valoraciones de la dimensión condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.



Fuente: Tabla 22

Como se observa en la Tabla 22 y Figura 19, muestran que la dimensión de condiciones de la demanda es un factor crítico de riesgo que le resta competitividad al destino

turístico de Yunguyo con una valoración consolidada de 1.6, de acuerdo a las organizaciones y turistas, debido a que el destino turístico no está posicionado a nivel nacional ni internacional, no posee una marca representativa del destino, además presenta poca variedad de actividades e incluso una escasa existencia de centros de información, no precisa un claro perfil de turistas que provienen de diferentes países, se realiza una deficiente promoción y difusión del lugar así como el insuficiente aprovechamiento de los atractivos y accesibilidad del lugar.

4.2.4. ANÁLISIS DE MODIFICADORES SITUACIONALES QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD

Se realiza un análisis de los componentes evaluados en la dimensión de modificadores situacionales, también se realiza el tratamiento de los datos obtenidos de las organizaciones y turistas para obtener un promedio de cada uno de ellos y finalmente promediar estos resultados para obtener un promedio consolidado.

4.2.4.1. ANÁLISIS DE MODIFICADORES SITUACIONALES SEGÚN ORGANIZACIONES

Con respecto al análisis de la dimensión de modificadores situacionales presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a las 36 organizaciones públicas y privadas del sector turismo, así como también se expone el análisis del desempeño competitivo para constatar que la presente dimensión compone un factor crítico de riesgo.

a. Resumen de resultados de los factores críticos de riesgo según modificadores situacionales.

En el siguiente párrafo se pasa a explicar la síntesis de la cantidad de organizaciones que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 5 ítems de la dimensión de modificadores situacionales. Se debe precisar que la cantidad de organizaciones es la frecuencia absoluta (fi).

De acuerdo a la tabla organizaciones (ver anexo 4), se observa en el ítem 46 conflictos sociales el 58% de organizaciones lo clasificaron como insuficiente, seguidamente en el ítem 47 de acuerdo a la pregunta de inseguridad el 72% lo consideraron de insuficiente, asimismo en el ítem 48 con respecto a la pregunta deterioro y contaminación ambiental el 69% de las organizaciones afirman que fue insuficiente, respecto al ítem 49 con respecto a la generación de ingresos y empleo el 69% de organizaciones lo clasifico como insuficiente, finalmente en el ítem 50 en el subempleo (economía informal) el 67% de organizaciones lo consideran deficiente.

b. Análisis de modificadores situacionales de acuerdo al desempeño competitivo.

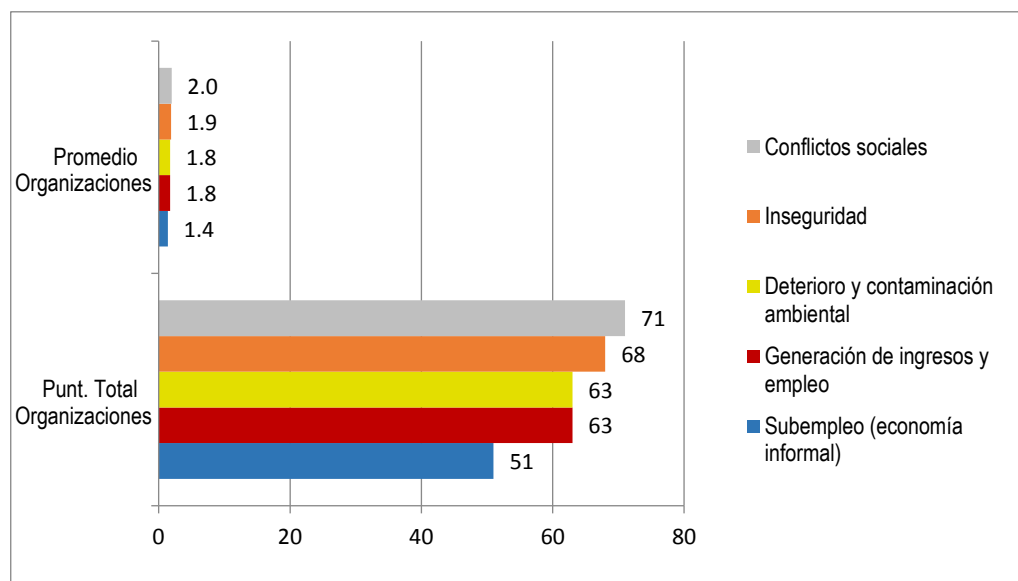
En el caso de la dimensión de modificadores situacionales el tratamiento de datos que se realiza es como se describe a continuación, primeramente, se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego ese puntaje total se divide por la cantidad de organizaciones (36), esta operación se realiza para cada ítem. Así finalmente se obtiene 5 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por último el promedio total.

Tabla 23: *Análisis de factores críticos de riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.*

Modificadores situacionales	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
46	Conflictos sociales	8	8	21	42	7	21	71	2.0
47	Inseguridad	7	7	26	52	3	9	68	1.9
48	Deterioro y contaminación ambiental	10	10	25	50	1	3	63	1.8
49	Generación de ingresos y empleo	10	10	25	50	1	3	63	1.8
50	Subempleo (economía informal)	24	24	9	18	3	9	51	1.4
TOTAL		59	59	106	212	15	45	316	1.8

Fuente: Tabla E (Anexo N° 04)

Figura 20: Análisis de factores críticos de riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – organizaciones.



Fuente: Tabla 23

En la Tabla 23 y Figura 20, se muestran los puntajes totales con los respectivos promedios de cada factor de la dimensión modificadores situacionales según las organizaciones, en el ítem 46 conflictos sociales se obtuvo un puntaje de 71 y un promedio de 2.0, seguidamente en el ítem 47 con respecto a la inseguridad se obtuvo un puntaje de 68 y un promedio de 1.9, asimismo en el ítem 48 con respecto a la pregunta deterioro y contaminación ambiental se obtuvo un puntaje de 63 y un promedio de 1.8, respecto al ítem 49 generación de ingresos y empleo se obtuvo un puntaje de 63 y un promedio de 1.8, por último en el ítem 50 subempleo se obtuvo un puntaje de 51 y un promedio de 1.4, finalmente obtenemos un promedio total de 1.8 cuyo valor según la escala aplicada está en el rango de poco competitivo, lo que indica que los factores mencionados son considerados como factores críticos de riesgo que le restan competitividad al destino turístico de Yunguyo.

4.2.4.2. ANÁLISIS DE LOS MODIFICADORES SITUACIONALES SEGÚN TURISTAS

Con respecto a esta sección, detallamos el análisis de modificadores situacionales por lo que presentamos el resumen de resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a los 170 turistas que arribaron a la provincia de Yunguyo. También se describe el análisis del desempeño competitivo para identificar si la presente dimensión corresponde a un factor crítico de riesgo.

a. Resumen de resultados de los factores críticos de riesgo según modificadores situacionales.

Seguidamente se describe la síntesis de la cantidad de turistas que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los 4 ítem de la dimensión de modificadores situacionales. Es necesario precisar que la cantidad de turistas es la frecuencia absoluta (fi).

La tabla de los turistas (ver anexo 7) los resultados según los factores de riesgo en la dimensión modificadores situacionales se obtuvo los siguientes resultados en el ítem 18 a la pregunta pudo transitar libremente por la ciudad sin inconvenientes de huelgas o disturbios sociales, en el resultado A 21 turistas representa el 12% en escala de deficiente, seguidamente en el resultado B se obtuvo 54 turistas que representa el 32% de manera insuficiente, finalmente se obtiene 95 turistas que representa el 56% de acuerdo al resultado C en escala bueno, de igual manera en el ítem 19 a la pregunta se sintió seguro durante su estancia en la ciudad de Yunguyo (nada de robos) en el resultado A se tuvo 26 turistas que representa el 15% en escala de deficiente, 50 turistas representa el 29% en escala de insuficiente, por ultimo 94 turistas representa el 55% en la escala de bueno. Por otro lado en el ítem 20 a la pregunta considera que el medio ambiente de la ciudad se encuentra limpio, en el

resultado A se obtuvo 22 turistas que representa el 13% en la escala de deficiente, en el resultado B 93 turistas que representa el 55% en la escala de insuficiente, finalmente de acuerdo al resultado C 55 turistas representa el 32% en la escala de bueno. En el ítem 21 a la pregunta pudo observar un alto nivel de empleabilidad en los servicios, en el resultado A se obtuvo 51 turistas que representa el 30% en la escala de deficiente, en el resultado B 90 turistas que representa el 53% en la escala de insuficiente, finalmente de acuerdo al resultado C 29 turistas representa el 17% en la escala de bueno.

b. Análisis de modificadores situacionales de acuerdo al desempeño competitivo.

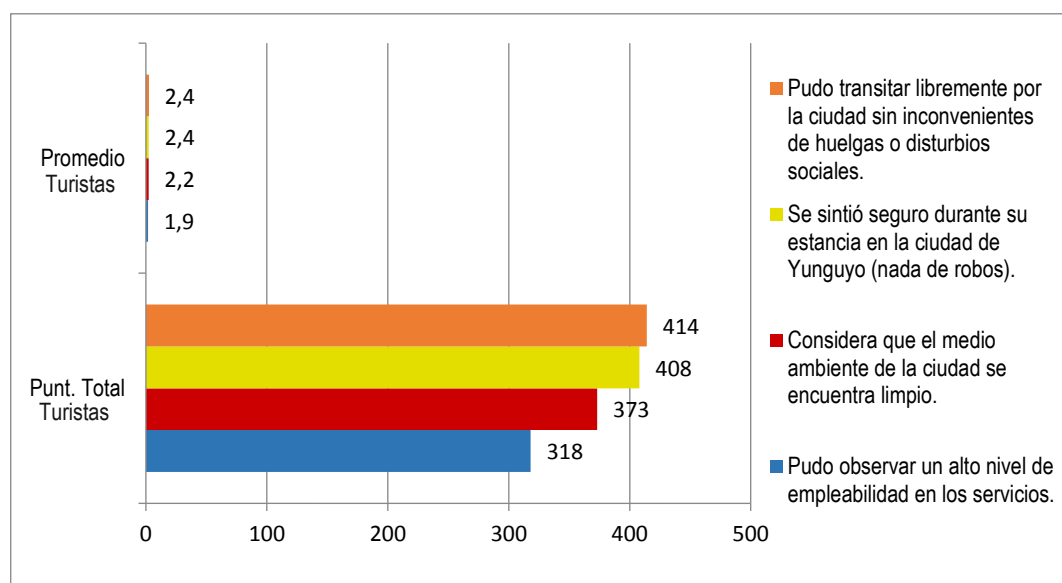
En este acápite se realiza el análisis de los ítems correspondientes a la dimensión de modificadores situacionales. La exposición de tratamiento de datos es de la siguiente manera, primeramente, se hace una suma horizontal de todos los puntajes obtenidos (resultado A, resultado B y resultado C), luego ese puntaje total se divide por la cantidad de turistas encuestados (170), esta operación se realiza para cada ítem. Así finalmente se obtiene 4 promedios, los cuales se deben sumar y dividir entre la misma cantidad dándonos por el promedio total.

Tabla 24: Análisis de factores críticos de riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.

Modificadores situacionales	Análisis	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Punt. Total	Promedio
		fi	Punt.	fi	Punt.	fi	Punt.		
18	Pudo transitar libremente por la ciudad sin inconvenientes de huelgas o disturbios sociales.	21	21	54	108	95	285	414	2.4
19	Se sintió seguro durante su estancia en la ciudad de Yunguyo (nada de robos).	26	26	50	100	94	282	408	2.4
20	Considera que el medio ambiente de la ciudad se encuentra limpio.	22	22	93	186	55	165	373	2.2
21	Pudo observar un alto nivel de empleabilidad en los servicios.	51	51	90	180	29	87	318	1.9
TOTAL		120	120	287	574	273	819	1513	2.2

Fuente: Tabla E (Anexo N° 07)

Figura 21: Análisis de factores críticos de riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – turistas.



Fuente: Tabla 24

De acuerdo a la Tabla 24 y Figura 21, muestran los puntajes totales con sus respectivos promedios de los factores de la dimensión de modificadores situacionales según los turistas, en el ítem 18 pudo transitar libremente por la ciudad sin inconvenientes de huelgas o disturbios sociales, se obtuvo un puntaje total 414 cuyo promedio fue 2.4, en el ítem 19 a la pregunta se sintió seguro durante su estancia en la ciudad de Yunguyo se obtuvo un puntaje de 408 cuyo promedio de 2.4, de acuerdo al ítem 20 considera que el medio ambiente de la ciudad se encuentra limpio se obtuvo un puntaje 373 cuyo promedio fue de 2.2, por último en el ítem 21 pudo observar un alto nivel de empleabilidad en los servicios cuyo puntaje total fue de 318 cuyo promedio fue de 1.9, finalmente de acuerdo a la tabla podemos mencionar que el puntaje total obtenido fue de 1513 cuyo promedio fue de 2.2 y según la escala se encuentra en el rango de competitivo.

4.2.4.3. CONSOLIDADO DE ANÁLISIS DE MODIFICADORES SITUACIONALES

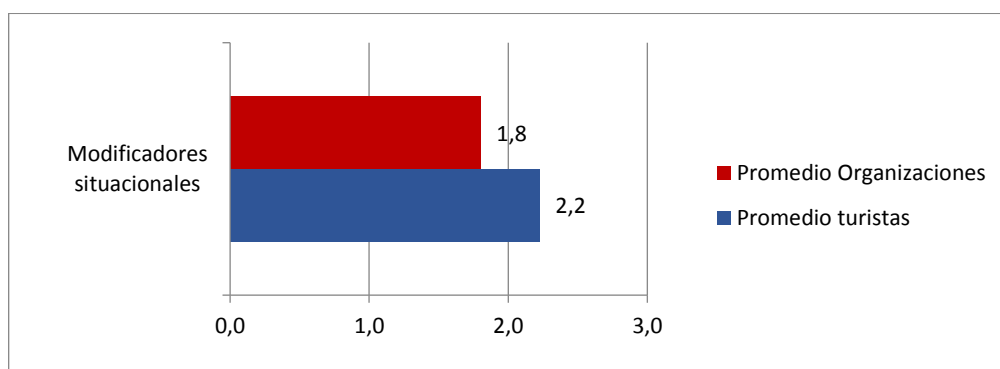
Aquí se realiza la contrastación y análisis del consolidado de resultados obtenidos según organizaciones y turistas encuestados para acreditar que la dimensión modificadores situacionales es factor crítico de riesgo. Seguidamente se especifica el tratamiento de datos de la siguiente forma, primeramente, se hace una suma horizontal de promedios (organizaciones y turistas), posteriormente se divide entre 2 (cantidad de promedios), finalmente el resultado obtenido nos indica la ubicación que ocupa en la escala de valoración.

Tabla 25: Consolidado de valoraciones de la dimensión modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Modificadores situacionales	1.8	2.2	2.0

Fuente: Tabla 23 y 24

Figura 22: Consolidado de valoraciones de la dimensión modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.



Fuente: Tabla 25

Como se observa en la Tabla 25 y Figura 22, según las organizaciones la dimensión modificadores situacionales es considerada como un factor crítico de riesgo ya que

presenta un promedio de 1.8. Con respecto a los turistas representaría un factor clave de éxito con un promedio de 2.2, finalmente se muestra un promedio consolidado de 2.0 ubicandolo en el rangopoco competitivo. Tambien se debe considerar que en el caso de turistas encuestados en el periodo 2017, respecto a esta dimensión modificadores situacionales se hallan 2 características las cuales son: conflictos sociales y percepción de inseguridad, dado esto se debe especificar que el promedio de días total que permanece un turista en el lugar es de 1.29. Por lo tanto son características que la mayoría de turistas en su momento no hayan podido percibir concretamente en especial el primer caso, razón por el cual las calificaciones han sido buenas, y difiere con los resultados de las organizaciones encuestadas, sin embargo según los reportes del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) e informes realizadas por la defensoría del pueblo Puno está dentro de los departamentos que presenta mayor cantidad de casos de conflictos sociales, así como también tiene los más elevados porcentajes de percepción de inseguridad, en consecuencia son características que afectan la imagen de todos los destinos turísticos dentro del departamento. (ver anexo 8)

4.2.5. RESUMEN DE CONSOLIDADOS DE FACTORES CRITICOS DE RIESGO SEGÚN ORGANIZACIONES Y TURISTAS

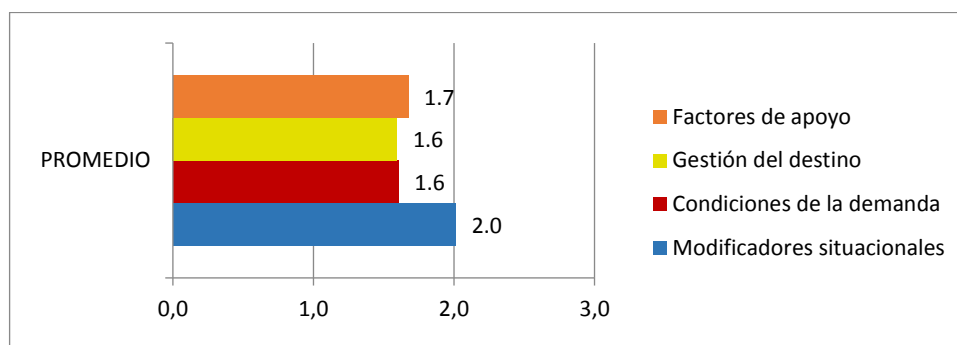
Seguidamente tenemos el resumen de consolidados de los factores críticos de riesgo (factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales) que ya anteriormente se analizaron independientemente.

Tabla 26: Resumen de consolidados de factores críticos de riesgo según organizaciones y turistas.

	Factores de apoyo	Gestión del destino	Condiciones de la demanda	Modificadores situacionales
Promedio	1.7	1.6	1.6	2.0

Fuente: Tabla 16, 19, 22 y 25

Figura 23: Resumen de consolidados de factores críticos de riesgo según organizaciones y turistas.



Fuente: Tabla 26

En la Tabla 26 y Figura 23, se observa el resumen de valoraciones consolidadas de parte de las organizaciones y turistas realizadas para las 4 dimensiones, identificadas como factores críticos de riesgo que le resta y afectan negativamente la competitividad del destino turístico Yunguyo, que seguidamente detallamos: para el caso de factores de apoyo se obtuvo un promedio de 1.7; en gestión del destino se obtuvo un promedio de 1.6; respecto a condiciones de la demanda de igual manera se obtuvo un promedio de 1.6, todos estos promedio consolidados se ubican en el rango de poco competitivo e insuficiente; la dimensión modificadores situacionales tiene un promedio de 2.0 lo que indica que se encuentra al límite del parámetro de insuficiente tendiente a bueno.

Luego de haber realizado el análisis de cada dimensión de la competitividad de destinos turísticos; se tiene identificado en el factor clave de éxito a la dimensión de recursos y como factor crítico de riesgo a las dimensiones de factor de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales. De los resultados totales de cada dimensión obtenemos un promedio de 1.8 para el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo el cual se ubica en el rango de poco competitivo.

4.3. PROPUESTA PARA IMPULSAR LOS FACTORES CLAVE DE ÉXITO Y REDUCIR LOS FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO PARA ELEVAR EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO DE YUNGUYO.

La propuesta tiene como propósito el desarrollo competitivo del destino, la cual va a ser producto de la capacidad de los stakeholders del sector con su involucramiento coordinado y compromiso de trabajar juntos para concretarlo, ya que es necesario mejorar algunos aspectos del sector turismo e incluir cambios para promover el desarrollo de esta actividad y que se exija y aumente el control de estas actividades manteniendo y fortaleciendo la identidad y el bienestar de toda la comunidad. Para lo cual se requiere que los siguientes elementos estén activos para el desarrollo de las propuestas de mejoramiento de este sector.

a) Elemento receptor (la comunidad)

El turismo es una actividad que involucra a toda la comunidad tanto al alcalde, al responsable del área de turismo o al representante de una organización, por lo que el desarrollo del turismo necesita de la implantación total y permanente de todos los habitantes de la comunidad.

➤ Autoridades

Es necesario que las autoridades municipales, organizaciones productivas (organizaciones de pesca, artesanía, etc.) e instituciones, se involucren activamente en la iniciativa de mejorar la competitividad turística de Yunguyo frente a otros destinos.

➤ De parte del municipio

Deben existir representantes del municipio que verifiquen y controlen la calidad de los servicios y el cumplimiento del reglamento de funcionamiento de la actividad turística.

La municipalidad además de enfocarse en la mejora de la infraestructura y acceso de Yunguyo debe involucrarse también en la publicidad y promoción no solo del producto turístico (ferias turísticas, páginas web, etc.) sino también deben proporcionar programas para educar a la población en temas de identidad, valores, y conservación de tradiciones, etc., que vayan de la mano con programas de reciclaje de basura, manejo de recursos de la zona y fortalecimiento de sus organizaciones.

➤ **De parte de las instituciones**

Es necesario que los institutos, escuelas y colegios participen activamente en las propuestas sobre el manejo del desarrollo de turismo ya que estas instituciones albergan a los futuros líderes de la provincia; también es necesario considerar a los centros de policía y salud, ya que cumplen un rol esencial en el control del orden y sobre todo de la bienestar de la población.

➤ **Especialistas en turismo.**

Los especialistas en turismo además de saber sobre la actividad turística en general debe tener conocimientos específicos de la comunidad (tradiciones, costumbres, religión, etc.) que hagan posible que la planificación se diseñe correctamente y se lleve a cabo siguiendo las metodológicas coherentes y eficaces.

b) Elemento de vinculación (comunidad y turistas)

Para que exista una vinculación exitosa entre la comunidad y los turistas se debe hacer cumplir las normas y reglamentos que orientan y guían los servicios turísticos que se ofrezcan a los turistas para el desarrollo de la organización de esta actividad.

Además el compromiso de los líderes de la organización turística debe controlar el desarrollo de los servicios existentes y de los nuevos servicios que se puedan crear.

En cuanto los servicios y equipamientos cuyo aprovechamiento no es exclusivamente turístico destacan especialmente las vías de acceso, medios de transporte, tiendas, posta de salud, servicios de agua, electricidad, etc., también es importante el cuidado de las vías de acceso y las señalizaciones.

En el caso concreto del turismo en Yunguyo podemos distinguir básicamente los siguientes servicios:

➤ **Servicios de alojamiento**

Esta quizá sería la oferta más significativa de todos los servicios que se ubica en el sector. Estos alojamientos deben ser creativos, atractivos y acogedores para los turistas. También es importante mencionar que deben estar bien equipadas con: sillas, mesas, colgadores, lámparas, basureros, papel higiénico, toallas, etc., y sobre todo botiquín de primeros auxilios y balón de oxígeno ya que son accesorios mínimos necesarios dentro de una habitación. También debe existir capacitaciones para los encargados de estos establecimientos y mejorar aspectos tales como las capacidades gerenciales, innovación, tecnologías de la información, atención al cliente, sobre patrones estéticos (detalles para decorar), etc.

➤ **Servicios de alimentación**

Es integrado por todos los establecimientos que ofrecen servicios relacionados con la elaboración y venta de comida o diferentes platos típicos. Estos deben estar orientados también en brindar una atención y productos de calidad.

➤ **Servicios de transporte**

Los servicios de transporte deben estar organizados en conjunto, es decir que no deben actuar aisladamente para que logren mejorar las carreteras, los caminos, y de esa forma no esperar solo la iniciativa del municipio.

Cada miembro de esta organización debe conocer toda la comunidad para que brinde información a cualquier huésped que lo necesite. Así también se debe cumplir con todos los implementos obligatorios mencionados en el reglamento de transportes para la protección y seguridad de los turistas.

➤ **Elemento emisor (los turistas)**

Los turistas que nos visitan provienen principalmente de países desarrollados y de una localidad urbana, estos aspiran a disfrutar de la cultura, del campo y la naturaleza en compañía de familiares, amigos, etc., a un costo razonable, evitando lugares y formas de vacaciones que sean parecidas a las de su vida habitual. La mayoría tiene conciencia ambiental y social, desean contribuir a la preservación general del medio en el cual se desarrollan sus vacaciones. Demuestran interés por profundizar su contacto con los destinos que visitan y la cultura local. Además la mayoría de visitantes rurales buscan:

- Viajar con seguridad
- Dormir cómodamente a un precio razonable
- Servicios limpios.
- Disfrutar de buenas comidas.
- Conocer la historia y la cultura.
- Participar en actividades recreativas.
- Disfrutar de música y danza tradicional.
- Adquirir artesanía local.

- Disfrutar de un entorno natural y limpio

También les interesa participar en diferentes actividades recreativas así como también de fiestas costumbristas, entre otros. Para que los servicios turísticos estén dirigidos especialmente a satisfacer las necesidades de los turistas es necesario:

Identificación del perfil del turista

Es fundamental identificar y conocer ciertos patrones culturales propios de los futuros huéspedes. Además es importante tratar de entender sus gustos y preferencias en condiciones de higiene, alimentación y comodidad de los visitantes de los diferentes países.

El mismo que debe basarse en el modelo teórico de competitividad turística resultado de la investigación.

Tabla 27: Identificación de factores de éxito y de riesgo

Identificación de factores	Determinantes
Factores claves de éxito	a) Recursos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos heredados ➤ Recursos creados
Factores críticos de riesgo	a) Factores de apoyo
	b) Gestión del destino
	c) Condiciones de la demanda
	d) Modificadores situacionales

Fuente: Elaboración Propia

4.3.1. FACTORES CLAVES DE ÉXITO

OBJETIVO: Potenciar los factores claves de éxito que inciden en el impulso de la competitividad del destino turístico Yunguyo – periodo 2017.

a) RECURSOS

Se hace referencia a elementos relacionados con el manejo adecuado de los recursos naturales y culturales (fauna, flora, patrimonio histórico, etc.) destinados a generar

una ventaja diferenciada frente a otros destinos. En la siguiente tabla de propuestas las estrategias se establecieron en función a los resultados obtenidos en cada ítem de la dimensión de recursos con el fin de seguir mejorando cada factor o característica en el futuro. También se consideraron como referencia diferentes fuentes de información para establecer las líneas de acción tales como el Esquema de acondicionamiento territorial provincia Chucuito; también se consideró el artículo de estudio sobre competitividad en el sector turismo de Colombia; y finalmente se tomó como referencia una tesis de la UNA – Puno titulada organización y gestión del turismo rural para el distrito de Arapa. Y por último para determinar los indicadores se tomaron como referencia los propuestos por el Ministerio de comercio e industria y turismo - Sistema de indicadores de competitividad para el turismo colombiano. Y para ciertos casos particulares solo se trató de adaptarlas y adecuarlas a la línea de acción propuesta.

Tabla 28: Propuesta para la dimensión de recursos e impulsar la competitividad

Recursos heredados		
Estrategias	Líneas de acción	Indicadores
Protección del territorio y del paisaje cultural y natural. Para elevar los resultados de la tabla 6: ítem 1; y tabla 8: ítem 2.	➤ Identificación, valoración y priorización de los recursos turísticos.	➤ Numero de atractivos naturales valorados. ➤ Numero de recursos valorados.
	➤ Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística.	➤ Numero de bienes inmuebles clasificados que integran el patrimonio cultural.
	➤ Participación de la comunidad en la conservación y cuidado de los sitios arqueológicos	➤ Asistencia a charlas promovidas por las autoridades para la comunidad.
	➤ Identificación de las limitaciones y condicionantes para su aprovechamiento turístico.	➤ FODA del sector de turismo actualizado.
Revaloración de las expresiones culturales. Para elevar el resultado de la tabla 6: ítem 4.	➤ Promover la defensa del patrimonio identidad cultural, costumbres, tradiciones, creencias, etc.	➤ Productos con cultura originaria.
	➤ Promoción de actividades culturales y fortalecimiento de la identidad local.	➤ Numero de eventos programados.
Recursos creados		
Estrategias	Líneas de acción	Indicadores
Mejorar, diversificar y segmentar la oferta turística, mediante el desarrollo e innovación de productos y servicios, haciendo su oferta más atractiva y competitiva para el turista. Para elevar los resultados de las siguientes tablas: tabla 6: ítem 9; tabla 7: ítem 6; tabla 8: ítems 7, 8, 13; y la tabla 15: ítem 31.	➤ Diseñar un Programa de Desarrollo de Productos por segmento turístico específico (Turismo de Naturaleza, Turismo Rural, Turismo Ecológico, entre otros).	➤ Documento que detalle el desarrollo del segmento turístico específico.
	➤ Promoción de productos específicos según intereses de mercado internacional.	➤ Satisfacción de las expectativas del cliente.
	➤ Promoción de inversiones que permita la transformación de recursos en productos turísticos competitivos.	➤ Productos turísticos nuevos.

<p>Definir circuitos y rutas turísticos para enriquecer la oferta turística. Para elevar los resultados de la tabla 7: ítems 11 y 12.</p>	<p>➤ Identificar las comunidades que se puedan vincular más fácilmente a las rutas turísticas.</p>	<p>➤ Lista con posibles opciones a ser incluidas.</p>
	<p>➤ Elegir las rutas con mayor potencial para el turismo, Yunguyo – Asiru Patjta – Queñuani; Yunguyo – Kaphia; Yunguyo, Punta Hermosa - Anapia; Yunguyo – Queñuani – Acari - Khapia – Tahuaco – Sanquirá – Yanapa – Pajana San Agustín – Puerto Tapoje – Aplani – Yunguyo,</p>	<p>➤ Rutas turísticas establecidas.</p>

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.2. FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

OBJETIVO: Reducir los factores críticos de Riesgo que inciden negativamente en la competitividad del destino turístico Yunguyo – periodo 2017.

a) FACTORES DE APOYO

Involucra a factores tales como infraestructura, ordenamiento urbano, etc., y que dándoles una gestión y uso adecuado contribuirán a mejorar el producto turístico ofrecido. En la tabla de propuestas, las estrategias formuladas se realizaron en base a cada ítem de la determinante de factores de apoyo sin embargo también incluye mejorar otras características. Y las líneas de acción se elaboraron de acuerdo a las referencias que se tuvo de los trabajos de investigación sobre Competitividad de destinos turísticos y casos de investigación aplicada en México, también se tomó como modelo al Esquema de acondicionamiento territorial provincia Chucuito (EAT), igualmente se incluyó el Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Puno y por ultimo al Plan de promoción internacional del turismo cultural 2010 – 2012. Para determinar los indicadores se adaptaron y adecuaron de los propuestos por el

Ministerio de Comercio e industria y turismo - Sistema de indicadores de competitividad para el turismo colombiano. Y en algunos casos particulares que no se encontraron en la referencia considerada se trató solo de formularlas por criterio según a la teoría.

Tabla 29: *Propuestas para la dimensión de factores de apoyo e impulsar la competitividad.*

Factores de apoyo		
Estrategias	Líneas de acción	Indicadores
Mejoramiento de infraestructuras básicas. Para elevar los resultados de la tabla 12: ítem 16; y tabla 15: ítem 24.	➤ Identificación de los posibles “cuellos de botella”, que para el desarrollo turístico pueden significar las carencias en infraestructuras y servicios básicos. (energía, suministro de agua, servicios sanitarios y tecnologías de información)	➤ Numero de mejoras.
	➤ Monitoreo de la calidad de los servicios de agua, cloacas, drenajes, telecomunicaciones, aseo urbano, etc.	➤ Porcentaje de mejora de los servicios públicos.
	➤ Promover la ejecución de obras de mejoramiento y rehabilitación de la Imagen urbana de las principales áreas turísticas.	➤ Cantidad de ideas consensuadas de posibles pequeños proyectos.
Mejoramiento del ordenamiento y protección del territorio urbano. Para elevar el resultado de tabla 12: ítem 17.	➤ Evaluación de la dinámica y del ordenamiento territorial y su grado de adecuación al turismo.	➤ Ordenamiento del espacio.
	➤ Implementar planes de desarrollo urbano integrales por zonas turísticas prioritarias.	➤ Grado de avance del plan de desarrollo urbano.
	➤ Mantenimiento y mejoramiento de la infraestructura vial y el transporte público.	➤ Porcentaje de cumplimiento.
Desarrollo de lugares de entretenimiento y equipamiento de uso turístico y recreativo. Para elevar el resultado de la tabla 12: ítem 18.	➤ Impulsar y fomentar la realización de un malecón turístico y áreas de recreación de carácter turístico.	➤ Porcentaje de cumplimiento.
	➤ Rescate y ampliación de espacios públicos.	➤ Número de sitios identificados.
Incremento de la calidad de los servicios turísticos. Para elevar el resultado	➤ Impulsar y fomentar la certificación de prestadores de servicios turísticos.	➤ Alojamientos certificados.
		➤ Establecimientos turísticos de

de la tabla 12: ítem 19.		alimentos y bebidas certificados.
	➤ Diseñar programas de capacitación para la atención de los turistas dirigido a prestadores de servicios turísticos.	➤ Cantidad de eventos de capacitación.
Fortalecer la cultura turística. Para elevar el resultado de la tabla 12: ítem 20.	➤ Programas de educación y sensibilización hacia el turismo.	➤ Apreciación del turista.

Fuente: Elaboración propia.

b) GESTIÓN DEL DESTINO

En esta determinante la cooperación y coordinación entre sector público y privado es una necesidad ineludible en turismo. Por un lado, el desarrollo del turismo no sería óptimo si se dejara totalmente de la mano del sector privado, dado que su principal motivación es la obtención de beneficios, pero tampoco si fuera dominado totalmente por el sector público, ya que éste acostumbra a ser menos eficiente desde el punto de vista económico. Por lo tanto, conviene que uno y otro coordinen en la definición de políticas turísticas. Por otra parte, la naturaleza del turismo, que combina una oferta de bienes y servicios privados (alojamiento, restauración y ocio) y públicos (infraestructuras, sanidad y equipamientos complementarios) fundamentales para el establecimiento de la experiencia turística del visitante, hace que el sector público tenga un doble papel como elemento de competitividad de un destino: como agente de regulación de la actividad y como parte integrante del producto turístico ofrecido; en el sentido de ser gestor de bienes y servicios públicos indispensables para el normal funcionamiento del turismo en un destino. Por lo tanto, la gestión de producto turístico depende de la coordinación entre los prestatarios públicos y privados; según cómo sea de eficaz esta gestión, dependerá la calidad del producto y el grado de satisfacción de la

demanda. De igual forma las estrategias son formuladas en función a los resultados de cada ítem del determinante de gestión del destino para reducir los impactos de pérdidas o daños que puedan generar. Las estrategias que se proponen fueron determinadas en base a fuentes de investigación como la formulación de plan concertado del sub sector de pesca del 2010 al 2021 DIREPRO Puno; también se tomó como referencia al texto sobre Competitividad de destinos turísticos, casos de investigación aplicada en México; igualmente se consideró al Artículo estudio de la competitividad de Colombia y finalmente se recurrió al informe del Ministerio de Turismo de Ecuador proyecto de potencia turística. De la misma forma para determinar los indicadores se tomaron como referencia a los propuestos por el Ministerio de Comercio e industria y turismo - Sistema de indicadores de competitividad para el turismo colombiano, de igual forma se tomó como modelo los aplicados en la Tesis de maestría plan estratégico para el desarrollo del turismo de aventura de Lunahuana.

Tabla 30: Propuestas para la dimensión de gestión del destino e impulsar la competitividad.

Gestión del destino		
Estrategias	Líneas de acción	Indicadores
Mejorar la coordinación interinstitucional entre el sector público, privado y social para hacer un esfuerzo común que apoye y refuerce las iniciativas, políticas y proyectos del sector turístico. Para incrementar los resultados de la tabla 15: ítems 25, 30, 34, 36, 37.	➤ Reforzar la integración del área de Turismo de la Municipalidad, junto con los prestadores de servicios turísticos y dependencias de la región.	➤ Reuniones con instituciones y/o dependencias de la industria turística.
	➤ Participación coordinada con otros actores fuera de la industria turística.	➤ Cantidad de convenios y acuerdos en colaboración con otras entidades en materia de turismo
Investigación e inteligencia de mercados para potenciar a Yunguyo como destino turístico. Con el fin de elevar el	➤ Creación e implementación de un sistema de investigación e inteligencia de mercados.	➤ Grado de avance de la actividad
	➤ Impulsar un Sistema de Información Estadística, de Análisis y	➤ Grado de avance de la actividad

<p>resultado de la tabla 15: ítems 26 y 32.</p>	<p>Evaluación Turística.</p>	
<p>Lograr la promoción y comercialización turística en el ámbito local, regional, nacional e internacional, para potenciar los esfuerzos de todos los actores del sector. Para elevar el resultado de la tabla 15: ítems 21, 22, 28 y 29.</p>	<p>➤ Diseñar e implantar un Plan Estratégico de Mercadotecnia Turística.</p>	<p>➤ Plan de promoción para desarrollo turístico.</p>
	<p>➤ Marketing on-line, promoción del destino turísticos mediante redes sociales.</p>	<p>➤ Medición de impacto publicitario.</p>
	<p>➤ Promoción de productos específicos según intereses de mercado internacional mediante videos turísticos con material turístico de Yunguyo.</p>	<p>➤ Visitas al portal de información turística.</p>
<p>Fortalecimiento de capacidades del personal de servicios. Para elevar el resultado de la tabla 12: ítem 33.</p>	<p>➤ Ampliar la participación y promoción en ferias y eventos nacionales. (presentaciones WorkShops)</p>	<p>➤ Cantidad de participaciones en ferias.</p>
	<p>➤ Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo.</p>	<p>➤ Establecimientos con formación en turismo.</p>
	<p>➤ Elaboración de un programa de capacitación y de actualización, para los empleados del sector.</p>	<p>➤ Nivel de formación de los recursos humanos.</p>
<p>Análisis del Marco regulatorio. Para elevar el resultado de la tabla 12: ítem 35.</p>	<p>➤ Hacer convenios con universidades, institutos y demás instituciones para apoyar en las ponencias.</p>	<p>➤ Cantidad de convenios realizados.</p>
	<p>➤ Promover un marco normativo que optimice la competitividad del sistema turístico, además de favorecer la innovación e iniciativa empresarial y facilitar los procesos administrativos que afectan a la toma de decisiones.</p>	<p>➤ Numero de determinaciones contenidas en la ordenación de empresas turísticas que favorezcan su desarrollo.</p>
	<p>➤ Promoción de incentivos fiscales en materia turística.</p>	<p>➤ Porcentaje de informalidad de empresas.</p>

Fuente: Elaboración propia.

c) CONDICIONES DE LA DEMANDA

La mejora de este factor está en función de lograr una adecuada relación entre la preferencia del turista y la percepción de los productos ofrecidos del destino. Y en esto juega un papel muy importante la imagen y el marketing del destino, pero también la calidad del mismo. Para redactar las estrategias se realizaron en función a cada ítem para reducir los factores de riesgo. Para plantear las líneas de acción se tuvo que revisar diferentes artículos de investigación como por ejemplo el Artículo sobre Estrategias para el desarrollo turístico del cantón bolívar – Ecuador; de igual modo se repasó el Artículo la gestión del turismo sostenible en el caso español; y por último se consideró el aporte del Artículo planificación y gestión de destinos turísticos. Y en el caso de los indicadores fueron establecidos en función a los empleados en el Artículo denominado propuesta de estrategias de desarrollo turístico disponible para la hacienda Luis de Manares, así como también se tomaron como referencia a los propuestos por el Ministerio de Comercio e industria y turismo - Sistema de indicadores de competitividad para el turismo colombiano, 2008.

Tabla 31: Propuestas para la dimensión de condiciones de la demanda e impulsar la competitividad

Condiciones de la demanda		
Estrategias	Líneas de acción	Indicadores
Desarrollo de imagen de marca y posicionamiento internacional. Para incrementar el resultado de la tabla 18: ítem 39 y 41.	➤ Incrementar la participación del turismo en el mercado internacional	➤ Aporte del PBI del destino. Tasa de crecimiento del sector turismo.
	➤ Promover la elaboración de marca para posicionamiento nacional e internacional.	➤ Logo turístico y eslogan elaborado.
	➤ Acciones de promoción de marca e imagen de la ciudad.	➤ Presencia de marca en los eventos (adquisición de publicidad)
Potenciar la oferta turística para elevar la competencia con otros destinos. Para incrementar el resultado de la tabla 18: ítem 40.	➤ Diversificar y segmentar la oferta turística mediante el desarrollo e innovación de productos y servicios, haciendo su oferta más atractiva y competitiva para el turista.	➤ Gasto promedio de los turistas. ➤ Ocupación hotelera.
Información de calidad, oportuna y al alcance de todos los turistas nacionales e internacionales para la comercialización del destino. Para elevar el resultado de la tabla 18: ítem 42.	➤ Actualización de plataformas web (portal de información turística)	➤ Porcentaje de cumplimiento.
	➤ Disposición de módulos de información al turista (local y extranjero), incluyendo material impreso de calidad con contenido turístico estratégico.	➤ Numero de materiales publicitarios, ➤ Turistas satisfechos.
	➤ Colocar señalización turística en zonas estratégicas.	➤ Plan de señalización urbana, rural y de sitios de patrimonio natural y cultural.

Fuente: Elaboración propia.

d) MODIFICADORES SITUACIONALES

Este factor abarca la seguridad, conservación ambiental, empleo, etc. Por lo que lo que se tiende a lograr es el control adecuado de los impactos que puedan resultar de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y los visitantes, teniendo en cuenta que por tales no solo hay que considerar a aquellos que

proceden de otros lugares sino que incluso, los originarios del mismo destino pueden generar también sus correspondientes impactos.

También se considera el compromiso de realizar una gestión ambiental óptima para el desarrollo de los servicios. El turista exige esta actitud aplicada en la práctica cotidiana del servicio; de allí la urgente necesidad de desarrollar un equilibrio entre el aprovechamiento de los recursos y la de disminuir impactos negativos de la actividad. Para desarrollar las estrategias se hacen siempre en función a los ítems de la determinante de modificadores situacionales. Seguidamente las líneas de acción se adaptaron de los propuestos en la revisión teórica considerada, entre estas tenemos el Artículo propuesto para el diseño de un modelo de gestión de destinos turísticos sostenibles. Así como también del texto Competitividad de destinos turísticos: casos de investigación aplicada en México. Respecto a los indicadores utilizados se adecuaron de aquellos propuestos por el Ministerio de Comercio e Industria y Turismo - Sistema de indicadores de competitividad para el turismo colombiano, así como también del artículo Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios, y también se consideró los empleados en la tesis del CENTRUM plan estratégico para el desarrollo del turismo de aventura en Lunahuana.

Tabla 32: Propuestas para la dimensión de modificadores situacionales e impulsar la competitividad

Modificadores situacionales		
Estrategias	Líneas de acción	Indicadores
<p>Garantizar la protección y vigilancia de la integridad física y patrimonial de los ciudadanos y de las personas que visitan Yunguyo.</p> <p>Para elevar el resultado de la tabla 21: ítem 47 y 48.</p>	➤ Implementar operativos para patrullaje normal o específicos.	➤ Grado de seguridad
	➤ Ampliar la presencia policiaca y de custodia en los principales nodos turísticos de Yunguyo.	➤ Número de accidentes
	➤ Promover una cultura de respeto al medio ambiente, los recursos naturales y el patrimonio cultural entre la población con el fin de conservar el ambiente seguro y confortable para el turista.	➤ Numero de hechos delictivos
<p>Reducir la contaminación ambiental.</p> <p>Para elevar el resultado de la tabla 21: ítem 48.</p>	➤ Promover la acción de reciclado de Residuos Sólidos.	➤ Porcentaje de participación.
	➤ Incrementar el número de veces del recojo de basura de parte de la municipalidad.	➤ Reciclado de residuos sólidos (n.º kg / n.º hab.)
<p>Coordinar, gestionar y promover acciones en materia de empleo y autoempleo que ayuden al crecimiento económico de las empresas turísticas.</p> <p>Para elevar el resultado de las siguientes tablas: tabla 21: ítem 49, 50; y tabla 15: ítem 24.</p>	➤ Fomentar la inversión pública y privada, nacional y extranjera en proyectos turísticos sustentables.	➤ Percepción de los turistas de olores molestos y distorsiones en el paisaje.
	➤ Impulsar la planeación, análisis y atención de proyectos de inversión.	➤ Atracción de inversión pública y privada.
	➤ Fomentar la inversión público y privada, nacional e internacional y de los tres niveles de Gobierno.	➤ Cantidad de proyectos concluidos.
	➤ Impulsar la creación y apoyo de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas turísticas.	➤ Grado de consenso entre los sectores público y privado.
	➤ Crear un programa municipal de financiamientos para las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas a fin de facilitar la obtención de créditos.	➤ Porcentaje de negocios turísticos.
		➤ Grado de inversión

Fuente: Elaboración propia.

4.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

A continuación, se presenta la contrastación de las hipótesis planteadas en función a los resultados de la presente investigación.

4.4.1. HIPOTESIS ESPECIFICA 1

- **Los factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo están relacionados con recursos.**

De acuerdo a nuestros resultados se realizó la síntesis de la cantidad de organizaciones y turistas que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los ítems de la dimensión de recursos y de acuerdo a las organizaciones el ponderado total resultante fue de 2.3 (ver tabla 11) que pertenece al parámetro de 2 a 3 que es considerado competitivo, para respaldar esta hipótesis también tenemos los resultados de acuerdo a los turistas en el que se obtuvo un promedio de 2.3 (ver tabla 11) que se ubica dentro del intervalo de 2 a 3 el cual es considerado competitivo, dando finalmente un resultado general de 2.3 (ver tabla 11). Entre las afirmaciones de las organizaciones y los turistas la dimensión de recursos se ubica en la escala de competitivo. El análisis efectuado permite validar la hipótesis planteada respecto a que la dimensión de recursos es considerado un factor clave de éxito que incide en la competitividad del destino turístico de Yunguyo, por lo que validamos nuestra hipótesis.

4.4.2. HIPOTESIS ESPECÍFICA 2

- **Los factores críticos de riesgo que afectan negativamente la competitividad del destino turístico de Yunguyo están relacionados con factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales**

De acuerdo a nuestros resultados se realizó la síntesis de la cantidad de organizaciones y turistas que marcaron deficiente (resultado A), insuficiente (resultado B) y bueno (resultado C) para los ítems de la dimensión de factores de apoyo, de acuerdo a las organizaciones el promedio de los factores críticos de riesgo es de 1.4 (ver tabla 14) y pertenece al intervalo 1 a 2 que es considerado como poco competitivo, este resultado es corroborado por los turistas que obtuvieron un promedio de 2.0 (ver tabla 14) que está en el intervalo de 1 a 2, este intervalo denominado poco competitivo, de acuerdo a los promedios entre organizaciones y turistas tenemos un promedio general de 1.7 (ver tabla 14) que es considerado poco competitivo. Sin embargo también tenemos el otro factor de riesgo que es gestión del destino cuyo promedio de las organizaciones es de 1.3 (ver tabla 17) que pertenece al intervalo de 1 a 2 y es considerado poco competitivo, este resultado es avalado por el promedio de turistas cuyo resultado fue de 1.9 (ver tabla 17) que pertenece al mismo intervalo de 1 a 2 y también pertenece al nivel poco competitivo, en cuanto al promedio general podemos afirmar que el puntaje 1.6 (ver tabla 17) es el promedio entre organizaciones y turistas que pertenece a la categoría de poco competitivo. De igual manera consideramos dentro de los factores de riesgo a condiciones de la demanda, ya que según los resultados muestran el promedio de las organizaciones fue de 1.3 (ver tabla 20) que pertenece al intervalo de 1 a 2 y está categorizado con poco competitivo, esto es respaldado por los turistas que se obtuvo un promedio de 1.9 que pertenece al intervalo 1 a 2 y que también es considerado

poco competitivo, asimismo el promedio general es de 1.6 (ver tabla 20) que igualmente pertenece a la categoría de poco competitivo. Finalmente tenemos a la dimensión de modificadores situacionales obteniendo resultados en el promedio de organizaciones de 1.8 (ver tabla 23), respaldando estos resultados tenemos el promedio de turistas con un 2.2, y que en conclusión obtenemos un promedio general de 2.0 que pertenece al intervalo de 1 a 2 de poco competitivo y son considerados como factores de riesgo. El análisis efectuado permite validar la hipótesis planteada respecto a que los factores críticos de riesgo que afectan negativamente la competitividad del destino turístico de Yunguyo están relacionados con los factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales, por lo que validamos nuestra hipótesis.

4.4.3. HIPOTESIS GENERAL

- **Los factores clave de éxito que impulsan la competitividad se encuentran relacionados con los recursos y los críticos con los factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales, presentandose un nivel de competitividad bajo.**

Al ser validadas las hipótesis específicas 1 y 2 podemos afirmar que los factores claves de éxito que impulsan la competitividad del destino turístico son los recursos, así como también está claro que dentro de los factores de riesgo se encuentran las dimensiones de factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales; por consecuencia hace que se genere un nivel de competitividad bajo para el destino turístico de Yunguyo. Con todo esto queda comprobada la hipótesis general y por consiguiente queda validada.

4.4.4. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES DE ORGANIZACIONES Y TURISTAS

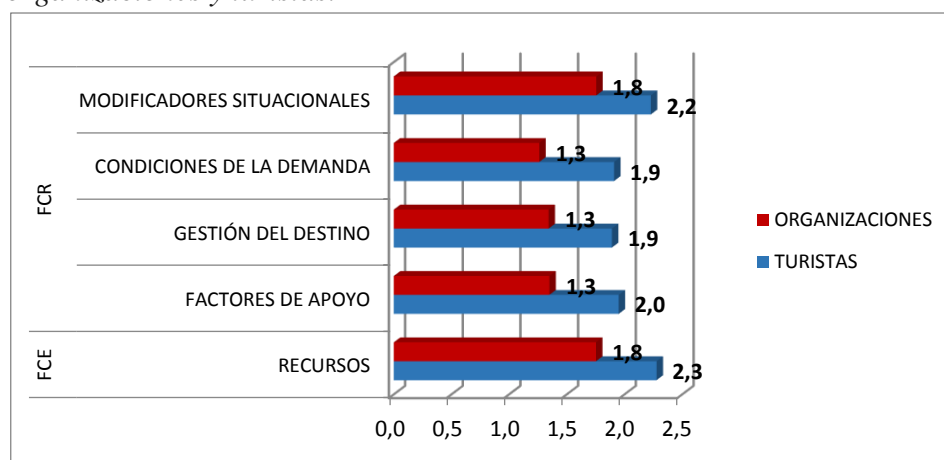
El análisis se realiza en función a los resultados obtenidos de las 36 organizaciones, de igual manera se estudiaron los resultados de los turistas, es necesario detallar que para el caso de los turistas la muestra total es de 170 turistas, sin embargo, para el análisis solo se emplearon los resultados de 36 turistas los cuales fueron escogidos aleatoriamente. En el caso de las organizaciones primero sacamos un promedio por dimensión (recursos, factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales) de tal manera que al final nos resulte 36 promedios de cada dimensión, del mismo modo se procede para el caso de los turistas obteniendo 36 promedios. (ver anexo 9)

Tabla 33: Promedio total de las dimensiones de la competitividad según organizaciones y turistas.

	FCE			FCR	
	Recursos	Factores de apoyo	Gestión del destino	Condiciones de la demanda	Modificadores situacionales
Organizaciones	1.8	1.4	1.3	1.3	1.8
Turistas	2.3	2.0	1.9	1.9	2.2

Fuente: Anexo N° 9

Figura 24: Promedio total de las dimensiones de la competitividad según organizaciones y turistas.



Fuente: Anexo N° 9

Según la Tabla 33 y la Figura 24, la dimensión de recursos según las organizaciones lo ubican en el rango de poco competitivo con un promedio de 1.8 porque todos los ítems son evaluados por igual, sin embargo, anteriormente se explica que no todos tienen el mismo desempeño competitivo; para los turistas la dimensión de recursos representa un factor de éxito con un promedio de 2.3 que corresponde al rango de competitivo. En relación a las demás dimensiones las organizaciones los consideran como factores críticos de riesgo con promedios que están en el rango de poco competitivo, estos resultados son corroborados por los resultados obtenidos de los turistas a excepción de la última dimensión, que según los reportes del INEI (ver anexo 8) respaldan el hecho de considerarlo un factor crítico de riesgo. En conclusión los resultados que se tienen tanto de organizaciones y turistas no difieren mucho además del hecho de que las calificaciones de las organizaciones son más bajas a comparación de los resultados que presentan los turistas.

4.5. DISCUSION DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados de la investigación, según las organizaciones y turistas en la dimensión de recursos se obtuvo una valoración de 2.3, lo cual indica que esta dimensión es un factor clave de éxito que incide en el impulso de la competitividad del destino turístico de Yunguyo, puesto que se ubica en el tramo de 2 a 3 de la escala de valoración. Este resultado es similar al que sostiene Franco Jove (2015), quien llegó a la conclusión de acuerdo al análisis del modelo teórico de Dwyer y Kim, que las ventajas competitivas de Puno como destino turístico son el contar con atractivos naturales de gran interés y singularidad; ser parte de la ruta Cuzco – la Paz interoceánica; contar con un patrimonio inmaterial; expresiones culturales quechua y aymara y organizar eventos culturales. También es corroborado por Arohuanca (2010) quien menciona que los

factores críticos de éxito identificados para el caso de los Uros y que influyen en el desarrollo competitivo territorial son básicamente: la preservación de la identidad cultural, tradiciones, vivencias y la unidad organizacional (particularidad del modus vivendi). De igual manera según Yucra (2010) tuvieron resultados parecidos y se concluye que la percepción de la comunidad de Llachon, como destino turístico; cuenta con recursos turísticos de primer orden destacando: los recursos naturales, los recursos inmateriales (folklore, costumbres, tradiciones, artesanía entre otros). El investigador Salamanca (2001) tuvo resultados parecidos y llegó a la conclusión que el distrito de Ilave posee una diversidad de recursos turísticos potenciales, tanto, naturales culturales y folklore para la apertura del desarrollo de la actividad turística dentro del ámbito del distrito de Ilave, las costumbres y tradiciones. Asimismo Alanya (2014) encontró resultados parecidos y concluye que los factores que describen y explican la situación actual de Puno como destino turístico son algunos elementos que están bastante desarrollados y otros escasamente trabajados y según la ubicación del punto en el plano de posicionamiento estratégico del destino turístico Puno, este se encuentra en una posición competitiva, este resultado se debe sobre todo a los recursos turísticos con los que cuenta la región y el incremento de la demanda anual.

La valoración consolidada de la evaluación de organizaciones y turistas para la dimensión factores de apoyo es de 1.7 lo que indica que es un factor crítico de riesgo e incide negativamente en la competitividad, esto debido a que las organizaciones que operan en el sector turismo no cuentan con las correspondientes certificaciones de calidad, en otro extremo según la Consultora de Sistema de Gestión y Normas ISO (2017) China figura como el primer país a nivel mundial con certificaciones ISO 9001 (calidad), ISO 14001 (sistemas de gestión ambiental), ISO 22000 (sistemas de gestión de la inocuidad de alimentos), ISO 20000 - 1 (requisitos del sistema de gestión de

servicio), lo cual indica que China sigue las normas de sistemas de gestión establecidos para el funcionamiento de las empresas.

Por otro lado para la dimensión gestión del destino, de acuerdo a los resultados obtenidos producto de la valoración de parte de organizaciones y turistas, se tiene una valoración consolidada de 1.6, esto indica que es un factor crítico de riesgo y resta competitividad a Yunguyo, debido a que la gestión de los recursos financieros, RR.HH, tecnológicos, etc., no se desarrolla de manera eficaz y eficiente por parte de las autoridades regionales, locales y demás involucrados en el sector turismo. Por otro lado a nivel internacional según el Ayuntamiento de Barcelona (2014), la valoración de los visitantes al destino turístico de Barcelona es altamente positiva en la mayoría de los aspectos de la ciudad, destacando ámbitos tan variados como lugares de ocio y entretenimiento, la planta hotelera, la oferta comercial y de restauración, así como la amplia oferta de equipamientos e instalaciones para el turismo de ferias, también es apreciada por su calidad de creatividad e innovación puestos en el desarrollo de productos y actividades turísticas. Sobre todo el gran impacto del turismo en Barcelona es producto de una estrategia singular de la gestión turística por parte del Ayuntamiento de Barcelona y una gran y estrecha coordinación interdepartamental que garantice la coherencia de las políticas de turismo. Así pues, el Ayuntamiento de Barcelona dispone de la Dirección Operativa de Turismo y Eventos de Barcelona Activa, que se ocupa de impulsar y coordinar las acciones relacionadas con la gestión del turismo en la ciudad para que, manteniendo su importancia económica, mejore la calidad de vida de los ciudadanos, así como de promover la atracción y la fidelización en la ciudad. Además se resaltan aspectos como el desarrollo de la actividad turística, la gestión de los efectos del turismo (regulación y control) y todo en el marco del impulso de políticas de turismo responsables y sostenibles.

Del mismo modo la dimensión condiciones de la demanda también es considerada como un factor crítico de riesgo de acuerdo a la valoración consolidada por parte de las organizaciones y los turistas, cuyo valor es 1.6 por no estar posicionado a nivel internacional, ni poseer una imagen y/o marca turística, en contra posición a esto según Narros (2016) y la OMT Paris – Francia es el país más turístico del mundo, es decir, el mejor posicionado en el mercado internacional, debido a la innovación turística, necesidad de destacar frente a los competidores, adaptación a las nuevas necesidades del público, también busca el desarrollo de nuevas experiencias. París presenta una oferta musical (conciertos de música y el Moulin Rouge), oferta gastronómica (restaurantes con varias estrellas Michelin, panaderías y pastelerías, grandes chefs y buenos vinos), oferta de tiendas (numerosas boutiques de lujo y marcas de los mejores diseñadores), turismo de negocios (hoteles con buenas instalaciones y equipamientos para la realización de congresos y convenciones), turismo temático (Parque Disneyland y Walt Disney Studios) el más conocido y visitado de los lugares recreativos situado en Marne-la - Vallée (Isla de Francia), etc. Esto hace que sea un destino ofertado a todos los públicos. El atractivo turístico de Francia se basa en una infraestructura muy desarrollada que hace que sea un país turístico muy atractivo con el fin de responder a las necesidades de la demanda, Francia ofrece un amplio abanico de posibilidades para poder llevar a cabo distintas modalidades de turismo y no cesa de innovar para seguir posicionándose entre las primeras potencias mundiales. Tampoco podemos olvidar que París es conocida por ser la Ciudad del Amor, la Ciudad de las Luces y la Ciudad de la Moda.

También de acuerdo a las organizaciones y los turistas la dimensión de modificadores situacionales es considerado como un factor crítico de riesgo, con una valoración consolidada de 2.0 por presentar altos índices de inseguridad ciudadana y conflictos

sociales en la región de Puno, consecuentemente esto le resta competitividad a Yunguyo. Por otro lado a nivel internacional según el Next Internacional Business School (2017) indica que la seguridad de un país es uno de los factores más decisivos a la hora de elegir el próximo destino de vacaciones. Por este motivo, los países de Dinamarca e Islandia se posicionan como los destinos turísticos más seguros del mundo, teniendo en cuenta parámetros relacionados con el nivel de paz o la ausencia de violencia, Dinamarca; es un pequeño país europeo altamente clasificado en la lista de los países más seguros e incluso se dice que es el país más seguro de la Tierra, la probabilidad de que los turistas se enfrenten a cualquier amenaza grave es mínima. Para este país el crecimiento económico no debe deteriorar el medio ambiente ni perjudicar a la naturaleza, algunos de los medios para alcanzar estos objetivos son los impuestos al consumo de energía y al vertido de aguas residuales, ya que se busca un desarrollo sostenible, por otro lado el sistema social actúa como una red de seguridad que protege a los daneses desde el momento de su nacimiento hasta su muerte, y por otro lado Islandia es famosa por sus paisajes únicos de volcanes y géiseres tanto como por sus logros en materia de bienestar social; el centro de estudios australiano Institute for Economics and Peace posiciona a este país como uno de los destinos turísticos más seguros del mundo debido a la eficacia de sus políticas de seguridad social, sus méritos medioambientales (el 100% de la energía la obtienen de fuentes renovables), sus avances en igualdad de género (en enero, el país se convirtió en el primero del mundo en obligar a las empresas a demostrar que pagan equitativamente a hombres y mujeres), y sus mejoras en materia de salud pública. Islandia es el único país de la OTAN que no posee Fuerzas Armadas, puesto que fueron abolidas en el siglo XIII y sólo una ínfima parte de los 679 policías del país lleva armas.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Se concluye respecto al objetivo general, sobre los factores clave de éxito según las organizaciones y turistas la dimensión de recursos se obtuvo un promedio total de 2.3 el cual se ubica en el rango de competitivo y se considera un factor clave de éxito que genera competitividad en el destino turístico de Yunguyo. Con respecto al factor crítico de riesgo según organizaciones y turistas comprende a las dimensiones factor de apoyo con un promedio de 1.7, gestión del destino con un promedio de 1.6, condiciones de la demanda igualmente con un promedio de 1.6, y modificadores situacionales con un promedio de 2.0 esta última dimensión según el INEI y la defensoría del pueblo debe ubicarse en el rango de poco competitivos. En definitiva tanto los factores de éxito y críticos de riesgo afectan el nivel de competitividad del destino turístico Yunguyo con un promedio de 1.8 ubicándolo en un rango poco competitivo para el periodo 2017.

SEGUNDA: Se ha identificado como factor clave de éxito a la dimensión recursos por haber obtenido un promedio consolidado de 2.3 de parte de las organizaciones y turistas, debido a la riqueza invaluable de recursos naturales que posee así como el lago menor de Wiñaymarca, cerro khapia, cerro Juana, el centro Ceremonial de Pahamaya; recursos culturales, la zona posee un amplio patrimonio inmaterial heredado expresado en las costumbres y tradiciones, Yunguyo también presenta lugares históricos de gran valor artístico así como el complejo arqueológico Queñuani, santuario de Pukara, templo de nuestra señora de Asuncion entre otros; además de eventos culturales como fiestas patronales y costumbristas, la más representativa de la Zona es la festividad de San Francisco de Borja – Tata Pancho. En este sentido la dimensión recursos impulsa la competitividad de Yunguyo como destino turístico frente a otros.

TERCERA: Se identifica como factor crítico de riesgo a las dimensiones comprendidas por: factor de apoyo con un promedio de 1.7, seguidamente gestión del destino con un promedio de 1.6, asimismo tenemos a la dimensión condiciones de la demanda con un promedio de 1.6, y por último la dimensión modificadores situacionales con un promedio 2.0; todas estas dimensiones se tipifican como poco competitivos y constituyen factores de riesgo que afectan negativamente la competitividad del destino turístico Yunguyo.

CUARTA: La propuesta es planteada en función al análisis efectuado sobre los resultados obtenidos de factores de claves éxito y factores críticos de riesgo que afectan la competitividad del destino turístico, donde se plantean estrategias, acciones e indicadores formuladas para cada dimensión de la competitividad y están orientadas a potenciar los factores claves de éxito, así como reducir los factores críticos de riesgo con el fin de incrementar el nivel de competitividad del destino turístico Yunguyo.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda a las autoridades regionales y locales tomar conciencia acerca del potencial turístico con el que se cuenta en las diferentes zonas, para proteger los espacios y/o expresiones culturales porque representan el patrimonio cultural y natural que hemos heredado. Respecto a las instituciones deben tener una visión de destino turístico eficaz para que posteriormente no tengan que emplear frecuentemente planes de contingencias generando gastos innecesarios, por lo que se debe poner énfasis en la organización, en las políticas del destino, comunicación del destino, servicios de calidad y desarrollo del capital humano para que Yunguyo mejore gradualmente, en temas de productividad y de calidad de servicio y en la imagen que proyectan frente al turista.

SEGUNDA: A las autoridades locales del destino turístico de Yunguyo en coordinación con el gobierno regional se recomienda potenciar los factores claves de éxito ya que representan nuestra ventaja comparativa frente a otros destinos turísticos por ser factores que están de forma natural y son únicos, igualmente con los recursos creados, es por ello que las autoridades deben poner énfasis en la identificación, valoración y priorización de recursos naturales y culturales, con la participación de la comunidad en la conservación y el cuidado de los sitios arqueológicos, y ejecutando proyectos de fortalecimiento de la identidad local, desarrollo de productos por segmento turístico específico como turismo de aventura, turismo ecológico, turismo de salud, etc., y realizar la promoción de inversiones que permita la transformación de recursos en producto turísticos competitivos para mejorar la oferta turística.

TERCERA: Se recomienda a las instituciones vinculadas al sector turismo diseñar proyectos que mejoren los servicios turísticos y que contribuyan al mantenimiento y creación de más zonas de entretenimiento y recreativo para uso turístico que respondan a las necesidades de los turistas, desarrollar políticas de marketing adecuadas. Además el gobierno local debe motivar la participación de todos los agentes involucrados y la población local para realizar una mejor gestión de los recursos con los que se cuenta de forma eficiente a medio y largo plazo y fortalecer la capacidad del destino turístico. Así como también se debe realizar una evaluación periódica de los factores de riesgo identificados del destino turístico de Yunguyo por las instancias correspondientes en cuanto al grado disminución de estos y poder establecer soluciones eficientes y eficaces de manera directa y reducir los factores de riesgo que afectan negativamente a la competitividad y a las organizaciones.

CUARTA: Se recomienda a las autoridades locales realizar una evaluación de las estrategias propuestas para potenciar los factores de éxito y reducir los críticos de riesgo para su aplicación; las estrategias detalladas responden a cada dimensión evaluada, respecto a recursos se tienen estrategias como: protección del territorio y del paisaje cultural y natural, revaloración de las expresiones culturales, definir circuitos y rutas turísticas (Yunguyo – Asiru Patjta – Queñuani; Yunguyo – Kaphia; Yunguyo, Punta Hermosa - Anapia; Yunguyo – Queñuani – Acari - Khapia – Tahuaco – Sanquira – Yanapa – Pajana San Agustín – Puerto Tapoje – Apllani – Yunguyo), para enriquecer la oferta turística entre otros; para la dimensión de factores de apoyo se tiene, mejoramiento de infraestructuras básicas, mejoramiento del ordenamiento y protección del territorio urbano, desarrollo de lugares de entretenimiento y equipamiento de uso turístico y recreativo, etc.; para la dimensión de gestión del destino tenemos,

investigación e inteligencia de mercados, lograr la promoción y comercialización turística en el ámbito local, regional, nacional e internacional, para potenciar los esfuerzos de todos los actores del sector, fortalecimiento de capacidades del personal de servicios, etc.; para la dimensión de condiciones de la demanda se proponen estrategias como desarrollo de imagen de marca y posicionamiento internacional, potenciar la oferta turística para elevar la competencia con otros destinos, etc.; y para la dimensión de modificadores situacionales se tienen estrategias como garantizar la protección y vigilancia de la integridad física y patrimonial de los ciudadanos y de las personas que visitan Yunguyo, coordinar, gestionar y promover acciones en materia de empleo y autoempleo que ayuden al crecimiento económico de las empresas turísticas

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. A. (2009). *Competitividad de destinos turísticos*. Mexico: Editorial Trillas S.A. C.V.
- Alanya, D. M. (2014). *Análisis de factores para la evaluación del posicionamiento estratégico del destino turístico Puno - 2013*. (tesis de grado), Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Alonso Ferreras, V. H. (2010). *Factores Críticos de Exito y Evaluación de la Competitividad de Destinos Turísticos. Estudios y Perspectivas en Turismo* , 201 -220.
- Altamirano, M. J., & Trujillo, J. H. (2014). *Competitividad de Destinos Turísticos: Casos de Investigación Aplicada*. Tuxtla: Universidad Autónoma de Chiapas.
- Altés Machin , C. (2001). *Marketing y Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.
- Arohuanca Percca, P. A. (2010). *Factores críticos de éxito y su influencia en el desarrollo turístico competitivo: caso comunidad de los Uros - Puno periodo 2008- 2009*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Escuela de Postgrado.
- Barcelona, A. d. (2014). *El Sector Turístico en Barcelona*. Área de Economía, Empresa y Ocupación , 32.
- Burbano, P. P., & Cardona, M. N. (2011). *Los cuellos de botella del desarrollo endógeno territorial, desde la perspectiva del sistema de ciencia, tecnología e innovación en Colombia*. Iberoamericana de ciencia y tecnología y sociedad , 25.
- Bustamante, X., & Guzmán, F. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos*. España: Planeta de Agostini Profesional y Formación, S.L.
- Carreto, J. (2008). *Planeación Estratégica*. Full Management , 52.
- Cayo Velazquez, N. E., & Apaza Tarqui, A. (2017). *Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico*. UNAP - COMUNIC@CIÓN, 8 (2), 9.
- Chan, N. (2011). *Circuitos Turísticos: Programación y Cotización* (Cuarta Edición ed.). Buenos Aires: Fundación Proturismo.

- D'Alessio Ipinza, F. (2013). *Un Enfoque de Gerencia*. Mexico: PEARSON.
- Erikson, R. (1996). *Descripciones de la desigualdad: el enfoque sueco de la investigación sobre el bienestar*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ferreras, V. H. (2009). *Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos*. España: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Flores Ruiz, D., & Barroso González, M. (2012). *Análisis de la Competencia en la Actividad Turística*. España: Septem Ediciones.
- Franco Jove, A. M. (2015). *La competitividad como factor determinante del desempeño y posicionamiento de Puno como destino turístico*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Escuela de Postgrado.
- Gimbert, X. (2010). *Pensar Estratégicamente*. España: Editorial de Centro Libros PAPP, S.L.U.
- Goeldner, C., & Ritchie, J. (2011). *Turismo: Planeación, Administración y perspectivas*. México: Ediciones Limusa Wiley.
- Gomes, S. V. (2001). *La dimension de futuro en la construccion de la sostenibilidad institucional*. México: ISNAR.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Edamsa Impresiones, S.A. de C.V.
- Ibañez, V. (2007). *Estadística aplicada a la educación*. Puno: Edicion Universitaria.
- Medina, D. R. (2012). *Direccion Estrategica de empresas y destinos turisticos*. España: Printed in Spain.
- Miller, P. (2008). *Factores determinantes de la creación de una empresa en la etapa del proceso de puesta en marcha de una empresa*. Cuenca: Ediciones de la UCLM.
- Murillo, A. (2004). *Que son los factores clave de éxito y como se vinculan con el BSC*. Delphos. Deinsa, 10.
- Narros Arranz, M. (2016). *Analisis del Turismo Nacional Frances*. Universidad de Valladolid, 61.

- Ñaupas Paitan, H. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Nueva York: The Free Press.
- Regalado, P. O. (2011). *La Planificación Estratégica Sostenible en el Turismo*. Lima: MetroColor S.A.
- Rojas Cairampoma, M. (2015). *Tipos de investigación científica: una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación*. REDVET., N° 16, 15.
- Salamanca Paredes, J. (2001). *Potencial turístico del distrito de Ilave para un nuevo destino turístico*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela Profesional de Turismo.
- Salazar Gonzáles, M., & Camacho, P. (2004). *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas*. Lima: Editorial Línea Andina S.A.C.
- Sanchez Rivero, M., & Fajardo Caldera, M. A. (2004). *La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos*. Madrid: Economía del Turismo.
- Scott, B. R., & Lodge, G. C. (1985). *Competitiveness in the world economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Troitiño Vinuesa, M. A. (2008). *Destinos Turísticos: Viejos Problemas, ¿Nuevas Soluciones?* España: COMPOBELL S.L.
- Valderrama, S., & León, L. R. (2009). *Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la investigación científica*. Lima : San Marcos .
- Valls, J. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos*. España: Gama, s.l.
- Vara Horna, A. A. (2012). *Siete pasos para una tesis exitosa desde la idea hasta la sustentación*. Lima: Universidad Nacional de San Martín de Porres.
- Vignati Scarpati, F. (2009). *Gestión de Destinos Turísticos*. México: Editorial Trillas S.A. de C.V.
- Villegas, G. C. (2005). *Gestión por Factores Críticos de Éxito*. Revista EAFIT , 26.

- Wallingre, N., & Villar, A. (2011). *Desarrollo y Gestión de Destinos Turísticos: políticas y estrategias*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.
- Yucra Flores, P. (2010). *Percepcion de los elementos, factores y componentes turisticos que se observan en la visita a la comunidad de Llachon como destino turistico*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela Profesional de Turismo.

WEBGRAFÍA

- Ferreira, G. (7 de Agosto de 2015). *Aquahoy*. Obtenido de <https://www.aquahoy.com/mercado/estudios/26894-los-cuellos-de-botella-que-perjudican-la-competitividad-de-la-cadena-productiva-del-paiche-en-brasil>
- Harris, B. (7 de Junio de 2013). *Kaplan University, Davenport School info*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/p3njgu/The-main-inherent-risk-that-competitive-industries-face-comes-from-the-pricing/>
- Loughran, M. (31 de Agosto de 2011). *dummies*. Obtenido de <https://www.dummies.com/business/accounting/auditing/assessing-the-inherent-risk-of-selling-goods-and-services/>
- MINCETUR. (2015). Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/descargas_newweb001/Destino_Turistico.pdf.
- Spacey, J. (26 de octubre de 2016). *Simplicable*. Obtenido de [Simplicable: https://simplicable.com/new/business-risk-definition](https://simplicable.com/new/business-risk-definition)
- Taylor, F. (9 de DICIEMBRE de 2010). *LOURNAL OF INFORMATIÓN*. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02683960010009079>

ANEXOS

ANEXO 1: CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURISTICOS

Con el propósito de evaluar el nivel de competitividad de Yunguyo, como destino turístico. Agradecemos su gentil deferencia al responder el siguiente cuestionario.

Desempeño competitivo e Yunguyo como destino turístico

- 1. NADA COMPETITIVO
- 2. POCO COMPETITIVO
- 3. COMPETITIVO

	DESEMPEÑO COMPETITIVO DE YUNGUYO COMO DESTINO TURISTICO		
	1	2	3
I. RECURSOS			
1.1. RECURSOS HEREDADOS	1	2	3
1. Atractivos naturales y de gran singularidad			
2. Atractivos histórico monumentales			
3. Parte de la ruta Cuzco, La Paz e interoceánica (interdependencia)			
4. Patrimonio inmaterial Expresiones culturales Quechua y Aymara			
1.2. RECURSOS CREADOS	1	2	3
5. Eventos culturales F. San Francisco de Borja – Tata Pancho			
6. Turismo rural			
7. Turismo ecológico			
8. Turismo naturaleza de aventura			
9. Turismo místico espiritual			
10. Guías turísticos			
11. Circuitos turísticos			
12. Rutas turísticas			
13. Turismo convencional Acondicionamiento y manejo de los atractivos			
14. Intermediación AAVV SGD otros			
15. Superestructura Equipamiento turístico y servicios de apoyo			
II. FACTORES DE APOYO	1	2	3
16. Infraestructura (Servicios públicos)			
17. Ordenamiento urbano			
18. Entretenimiento (Equipamiento de uso turístico y recreativo)			
19. Mejoramiento de la calidad y certificaciones			
20. Cultura turística (sensibilización de la población frente al turismo)			
III. GESTION DEL DESTINO	1	2	3
CONDICIONES SITUACIONALES			
21. Capacidad de los empresarios locales y operadores del destino (conocimiento know – how turístico)			
22. Utilización de TICs para la comercialización del destino			
23. Innovación en turismo			
24. Inversión y financiamiento de Proyectos			
25. Coordinación interinstitucional e intersectorial			
26. Inteligencia competitiva I+D+i			
27. Planeación para el desarrollo sostenible			

28. Marketing (comercialización y promoción del turismo)			
29. Benchmarking			
30. Estrategia turística regional PERTUR			
31. Diversificación y desarrollo de productos			
32. Sistema de información e inteligencia de mercados			
33. Calificación del RR-HH (Formación y capacitación del personal de servicio turístico)			
34. Gestión y capacidad de entidades relacionadas con el turismo			
35. Regulación y control de Servicios Turísticos (implementación de la ley)			
36. Institucionalización del clúster turístico			
37. Ente gestor			
38. Monitoreo evaluación/auditorías			
IV. CONDICIONES DE LA DEMANDA	1	2	3
39. Posicionamiento en mercados internacionales			
40. Competencia de otros destinos			
41. Imagen (desarrollo de la marca turística)			
42. Desarrollo de nuevas experiencias y mayor información a los turistas			
43. Enlaces del mercado			
44. Costo/valor			
45. Acondicionamiento del producto al mercado			
V. MODIFICADORES SITUACIONALES	1	2	3
46. Conflictos sociales			
47. Inseguridad			
48. Deterioro y contaminación ambiental			
49. Generación de ingresos y empleo			
50. Subempleo (economía informal)			

Adaptado de Franco Jove Alan Midguar.

ANEXO 2: IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Identificación de Variables	SIGLAS
I. RECURSOS	
1.2. RECURSOS HEREDADOS	
1. Atractivos naturales y de gran singularidad	ANAT
2. Atractivos histórico monumentales	AHSTM
3. Parte de la ruta Cuzco, La Paz e interoceánica (interdependencia)	UBICEST
4. Patrimonio inmaterial Expresiones culturales Quechua y Aymara	PINMA
1.2. RECURSOS CREADOS	
5. Eventos culturales F. San Francisco de Borja – Tata Pancho	ECULT
6. Turismo rural	TURURAL
7. Turismo ecológico	TUECOL
8. Turismo naturaleza de aventura	TUAVENT
9. Turismo místico espiritual	TUMISTESP
10. Guías turísticos	GUITUR
11. Circuitos turísticos	CIRTUR
12. Rutas turísticas	RUTUR
13. Turismo convencional Acondicionamiento y manejo de los atractivos	TURCONV
14. Intermediación AAVV SGD otros	INTER
15. Superestructura Equipamiento turístico y servicios de apoyo	SETRU
II. FACTORES DE APOYO	
16. Infraestructura (Servicios públicos)	INFRA
17. Ordenamiento urbano	ORDURB
18. Entretenimiento (Equipamiento de uso turístico y recreativo)	ENTRET
19. Mejoramiento de la calidad y certificaciones	CALCETUR
20. Cultura turística (sensibilización de la población frente al turismo)	CULTUR
III. GESTION DEL DESTINO	
CONDICIONES SITUACIONALES	
21. Capacidad de los empresarios locales y operadores del destino (conocimiento know – how turístico)	CAPAC
22. Utilización de TICs para la comercialización del destino	TICs
23. Innovación en turismo	INNOTUR
24. Inversión y financiamiento de Proyectos	INVFINP
25. Coordinación interinstitucional e intersectorial	COORD
26. Inteligencia competitiva I+D+i	I+D+i
27. Planeación para el desarrollo sostenible	PLANIF
28. Marketing (comercialización y promoción del turismo)	MKT
29. Benchmarking	BENCHM
30. Estrategia turística regional PERTUR	PERTUR
31. Diversificación y desarrollo de productos	DIVERPRO
32. Sistema de información e inteligencia de mercados	INTERMRK2
33. Calificación del RR-HH (Formación y capacitación del personal de servicio turístico)	RR-HH
34. Gestión y capacidad de entidades relacionadas con el turismo	GESTUR
35. Regulación y control de Servicios Turísticos (implementación de la ley)	REGUL
36. Institucionalización del clúster turístico	CLUSTER
37. Ente gestor	ENTGEST
38. Monitoreo evaluación/auditorías	MEAUD
IV. CONDICIONES DE LA DEMANDA	
39. Posicionamiento en mercados internacionales	POSMRK2
40. Competencia de otros destinos	COMPITE
41. Imagen (desarrollo de la marca turística)	IMAGEN

42. Desarrollo de nuevas experiencias y mayor información a los turistas	DAMANDA
43. Enlaces del mercado	ENLACMRK2
44. Costo/valor	COSTVAL
45. Acondicionamiento del producto al mercado	ACONDPRO
V. MODIFICADORES SITUACIONALES	
46. Conflictos sociales	CONFSOS
47. Inseguridad	INSEG
48. Deterioro y contaminación ambiental	CONTAM
49. Generación de ingresos y empleo	GENERIYE
50. Subempleo (economía informal)	SUBEM

ANEXO 4: RESUMEN DE RESULTADOS DE FACTORES CLAVE DE ÉXITO Y FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD SEGÚN ORGANIZACIONES

a. Factores claves de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo.

Tabla A: Factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Organizaciones.

	Recursos	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
		fi	%	fi	%	fi	%		
1	Atractivos naturales y de gran singularidad	0	0%	12	33%	24	67%	36	100%
2	Atractivos histórico monumentales	6	17%	28	78%	2	6%	36	100%
3	Parte de la ruta Cuzco, La Paz e interoceánica (interdependencia)	0	0%	13	36%	23	64%	36	100%
4	Patrimonio inmaterial Expresiones culturales Quechua y Aymara	3	8%	10	28%	23	64%	36	100%
5	Eventos culturales F. San Francisco de Borja – Tata Pancho	0	0%	11	31%	25	69%	36	100%
6	Turismo rural	20	56%	13	36%	3	8%	36	100%
7	Turismo ecológico	33	92%	2	6%	1	3%	36	100%
8	Turismo naturaleza de aventura	36	100%	0	0%	0	0%	36	100%
9	Turismo místico espiritual	4	11%	21	58%	11	31%	36	100%
10	Guías turísticos	31	86%	5	14%	0	0%	36	100%
11	Circuitos turísticos	33	92%	2	6%	1	3%	36	100%
12	Rutas turísticas	4	11%	30	83%	2	6%	36	100%
13	Turismo convencional Acondicionamiento y manejo de los atractivos	26	72%	10	28%	0	0%	36	100%
14	Intermediación AAVV SGD otros	36	100%	0	0%	0	0%	36	100%
15	Superestructura Equipamiento turístico y servicios de apoyo	17	47%	18	50%	1	3%	36	100%

Fuente: Encuesta realizada a las organizaciones públicas y privadas del sector turismo

b. Principales factores críticos de riesgo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo.

Tabla B: Factores críticos de Riesgo según factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Organizaciones.

	Factores de apoyo	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
		fi	%	fi	%	fi	%		
16	Infraestructura (Servicios públicos)	15	42%	21	58%	0	0%	36	100%
17	Ordenamiento urbano	20	56%	16	44%	0	0%	36	100%
18	Entretención (Equipamiento de uso turístico y recreativo)	33	92%	3	8%	0	0%	36	100%
19	Mejoramiento de la calidad y certificaciones	33	92%	3	8%	0	0%	36	100%
20	Cultura turística (sensibilización de la población frente al turismo)	19	53%	14	39%	3	8%	36	100%

Fuente: Encuesta realizada a las organizaciones públicas y privadas del sector turismo

Tabla C: Factores críticos de Riesgo según gestión del destino que inciden negativamente en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Organizaciones.

	Gestión del destino	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
		fi	%	fi	%	fi	%		
		21	Capacidad de los empresarios locales y operadores del destino (conocimiento know – how turístico)	8	22%	27	75%		
22	Utilización de TICs para la comercialización del destino	18	50%	18	50%	0	0%	36	100%
23	Innovación en turismo	26	72%	10	28%	0	0%	36	100%
24	Inversión y financiamiento de Proyectos	30	83%	6	17%	0	0%	36	100%
25	Coordinación interinstitucional e intersectorial	15	42%	21	58%	0	0%	36	100%
26	Inteligencia competitiva I+D+i	33	92%	3	8%	0	0%	36	100%
27	Planeación para el desarrollo sostenible	32	89%	4	11%	0	0%	36	100%
28	Marketing (comercialización y promoción del turismo)	18	50%	18	50%	0	0%	36	100%
29	Benchmarking	36	100%	0	0%	0	0%	36	100%
30	Estrategia turística regional PERTUR	23	64%	13	36%	0	0%	36	100%
31	Diversificación y desarrollo de productos	19	53%	17	47%	0	0%	36	100%
32	Sistema de información e inteligencia de mercados	36	100%	0	0%	0	0%	36	100%
33	Calificación del RR-HH (Formación y capacitación del personal de servicio turístico)	15	42%	21	58%	0	0%	36	100%
34	Gestión y capacidad de entidades relacionadas con el turismo	18	50%	18	50%	0	0%	36	100%
35	Regulación y control de Servicios Turísticos (implementación de la ley)	16	44%	20	56%	0	0%	36	100%
36	Institucionalización del clúster turístico	35	97%	1	3%	0	0%	36	100%
37	Ente gestor	22	61%	14	39%	0	0%	36	100%
38	Monitoreo evaluación/auditorías	27	75%	9	25%	0	0%	36	100%

Fuente: Encuesta realizada a las organizaciones públicas y privadas del sector turismo

Tabla D: Factores críticos de Riesgo según condiciones de la demanda que inciden negativamente en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Organizaciones.

Condiciones de la demanda	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
	fi	%	fi	%	fi	%		
39 Posicionamiento en mercados internacionales	36	100%	0	0%	0	0%	36	100%
40 Competencia de otros destinos	31	86%	5	14%	0	0%	36	100%
41 Imagen (desarrollo de la marca turística)	36	100%	0	0%	0	0%	36	100%
42 Desarrollo de nuevas experiencias y mayor información a los turistas	19	53%	17	47%	0	0%	36	100%
43 Enlaces del mercado	36	100%	0	0%	0	0%	36	100%
44 Costo/valor	14	39%	22	61%	0	0%	36	100%
45 Acondicionamiento del producto al mercado	14	39%	22	61%	0	0%	36	100%

Fuente: Encuesta realizada a las organizaciones públicas y privadas del sector turismo

Tabla E: Factores críticos de Riesgo según factores de apoyo que inciden negativamente en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Organizaciones.

Condiciones de la demanda	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
	fi	%	fi	%	fi	%		
46 Conflictos sociales	8	22%	21	58%	7	19%	36	100%
47 Inseguridad	7	19%	26	72%	3	8%	36	100%
48 Deterioro y contaminación ambiental	10	28%	25	69%	1	3%	36	100%
49 Generación de ingresos y empleo	10	28%	25	69%	1	3%	36	100%
50 Subempleo (economía informal)	24	67%	9	25%	3	8%	36	100%

Fuente: Encuesta realizada a las organizaciones públicas y privadas del sector turismo

ANEXO 5: CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO DE YUNGUYO

Este cuestionario tiene el propósito de evaluar el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo. Para lo cual le pedimos que nos indique hasta qué punto considera que este destino turístico posee las características descritas en cada determinante. Marcar con una X del número 1 que significa Deficiente hasta el 3 que significa Bueno, usted puede marcar cualquiera de los números que mejor refleje la percepción que usted tiene de cada característica descrita.

Determinante	Ítems	Puntaje		
		1	2	3
RECURSO	1. Presencio o escucho de algún evento cultural como danzas que llamo su atención.			
	2. Considera atractivo los aspectos culturales de Yunguyo (costumbres, tradiciones).			
	3. Considera atractivo los espacios naturales de Yunguyo.			
	4. Considera atractivo y de gran valor artístico los lugares históricos que posee Yunguyo (sitios arqueológicos).			
FACTORES DE APOYO	5. Considera que instalaciones de los hoteles es apropiada para usted.			
	6. Considera que las instalaciones de los restaurantes es apropiada para usted.			
	7. Considera que las carreteras y el ordenamiento territorial es el adecuado.			
	8. Se sintió bien tratado por la población de la ciudad de Yunguyo.			
GESTION DEL DESTINO	9. Considera que los establecimientos que visito son de calidad y cumplen con estándares internacionales.			
	10. Considera que la oferta turística de Yunguyo como destino es diversa.			
	11. Considera que la publicidad de Yunguyo por internet es la adecuada.			
	12. El trato que le brindaron fue amable y fue confiable el personal que labora en hoteles 13. restaurantes y transporte.			
	14. Tenía conocimiento previo de Yunguyo antes de su visita.			
	15. Considera a Yunguyo como uno de los mejores destinos que visito en la región. .			

CONDICIONES DE LA DEMANDA	16. Recibió información turística de calidad en la ciudad de Yunguyo.			
	17. El precio de los servicios/productos satisface sus expectativas.			
	18. Los servicios turísticos de alimentación, transporte y hospedaje fueron adecuados.			
MODIFICADORES SITUACIONALES	19. Pudo transitar libremente por la ciudad sin inconvenientes de huelgas o disturbios sociales.			
	20. Se sintió seguro durante su estancia en la ciudad de Yunguyo (nada de robos).			
	21. Considera que el medio ambiente de la ciudad se encuentra limpio.			
	22. Pudo observar un alto nivel de empleabilidad en los servicios.			

LEYENDA:

RESULTADO A = Deficiente (1)

RESULTADO B = Insuficiente (2)

RESULTADO C = Bueno (3)

ANEXO 6: RESULTADOS DEL CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURISTICO DE YUNGUYO –TURISTAS

	ITEMS																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	1
2	2	1	2	3	3	3	1	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	2	2
3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	1	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	1
4	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	1	1	3	3	3	3	3	2
5	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	1	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2
6	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	3	3	3	3	3	2
7	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1
8	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	1	2	2	3	3	3	3	2
9	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2
10	2	2	3	2	2	1	1	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2	2
11	3	2	3	3	1	2	1	2	3	2	3	3	3	2	1	2	2	3	3	2	2
12	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	1	2	1	1	2	3	3	3	3
13	2	1	3	3	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2
14	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	1	2	1	3	3	2	2	3	2	2	1
15	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3
16	3	3	3	3	1	1	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3
17	3	3	3	3	1	1	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3
18	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1
19	3	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	1	3	3	3	2
20	2	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3	1	2	1	2	3
21	1	2	3	3	1	1	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	3	3	2
22	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	2	2
23	1	3	2	3	1	2	2	2	3	2	1	3	1	2	3	1	2	1	1	2	2
24	1	3	3	1	1	2	2	3	1	3	3	3	3	1	2	1	3	3	3	2	3
25	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	1
26	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2
27	2	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
28	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	3	2	3	3	3	2
29	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3
30	3	3	3	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2
31	2	3	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2
32	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
33	3	2	2	3	2	1	2	2	1	3	1	3	2	2	1	3	2	3	2	2	1
34	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2
35	2	1	2	2	1	3	3	3	3	2	1	2	1	2	2	1	3	2	1	1	3
36	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	3	2	2
37	3	3	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	3	2	1	2
38	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2
39	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	2
40	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	1
41	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2	2
42	3	3	2	3	1	2	1	3	2	2	1	3	2	2	1	3	2	3	3	2	2

43	1	2	3	1	3	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	3	2	2
44	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	2	3	2	1	2	1	3	1	1	1
45	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2
46	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
47	1	3	2	3	1	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	3	3	2
48	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3
49	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	3	3
50	3	2	2	1	2	1	2	3	2	2	1	1	3	2	2	1	2	1	2	2	1
51	2	3	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2
52	3	3	3	3	1	2	2	2	1	3	1	2	3	2	1	3	1	2	2	3	1
53	3	3	3	3	2	1	1	2	2	2	3	2	3	3	3	2	1	2	1	2	3
54	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	3	2	3	3	1	1
55	1	2	3	3	1	1	2	3	2	2	1	1	1	2	1	2	2	3	3	3	2
56	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
57	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2
58	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2
59	1	3	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1	3	2	3	3	3
60	2	3	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	1
61	1	2	3	1	2	2	1	1	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2
62	1	3	3	2	3	1	2	3	1	3	1	2	3	1	1	3	1	3	3	2	1
63	2	3	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	1
64	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	1	2	1
65	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2
66	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	1
67	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	3	3	2	2
68	1	3	3	3	1	1	1	3	1	2	1	1	3	1	1	2	3	1	3	3	3
69	2	1	2	2	1	1	2	1	3	2	2	3	2	1	2	3	2	3	1	2	2
70	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	1	2	1	1	1	3	3	1	1
71	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2
72	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	1	3	3	2	2	2	3	2	3
73	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	3	1	2
74	1	2	2	1	3	1	2	2	3	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1
75	3	3	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1
76	1	3	3	1	3	1	2	2	1	3	1	2	3	1	1	2	3	1	3	2	2
77	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2
78	3	2	3	3	1	2	1	2	1	3	1	1	3	2	3	1	1	1	1	2	3
79	1	2	3	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2
80	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	3
81	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	3	1	2	1	1	1	3	2	2	2
82	3	2	3	2	1	1	2	2	2	3	1	2	1	3	2	3	2	3	2	2	2
83	1	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	3	2	1	2
84	1	3	3	2	1	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1
85	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
86	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2
87	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3	2	3	1	2	2	3	2	3	3	2	2
88	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	1	3	1	2	2	3	2	3	3	3	3
89	3	3	3	2	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1	2	3	3	2	3	1	3
90	3	3	3	2	3	2	1	2	1	2	1	3	1	1	2	3	3	3	3	2	2
91	1	2	2	3	2	2	2	2	1	3	1	1	3	2	1	3	2	1	2	2	2
92	1	2	3	3	1	2	2	2	2	3	1	2	3	2	1	2	1	2	2	2	1
93	2	3	2	2	2	2	2	3	1	2	2	3	3	1	1	2	2	3	3	2	1
94	2	3	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1
95	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2
96	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2
97	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	1	1	2	3	3	3	2	2
98	2	3	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3
99	1	3	3	3	2	2	2	3	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	3	2
100	1	3	2	3	1	2	1	1	2	2	1	3	3	2	1	2	2	3	3	2	1
101	3	3	3	2	3	3	1	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2
102	2	2	2	1	1	1	2	2	1	3	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
103	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	3	1	1
104	2	3	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2	2
105	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	1	3	2	3	3	2	3
106	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	2	3	2	3	3	3	2
107	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
108	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2

ANEXO 7: RESUMEN DE RESULTADOS DE FACTORES CLAVE DE ÉXITO Y FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD SEGÚN TURISTAS

a. Factores claves de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo.

Tabla A: Factores clave de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Turistas.

	Recursos	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
		fi	%	fi	%	fi	%		
1	Presencio o escucho de algún evento cultural como danzas que llamo su atención.	64	38%	58	34%	48	28%	170	100%
2	Considera atractivo los aspectos culturales de Yunguyo (costumbres, tradiciones).	16	9%	68	40%	86	51%	170	100%
3	Considera atractivo los espacios naturales de Yunguyo	17	10%	55	32%	98	58%	170	100%
4	Considera atractivo y de gran valor artístico los lugares históricos que posee Yunguyo (sitios arqueológicos).	26	15%	64	38%	80	47%	170	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que arriban a Yunguyo.

b. Factores críticos de riesgo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo.

Tabla B: Factores críticos de Riesgo según factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Turistas.

	Factores de apoyo	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
		fi	%	fi	%	fi	%		
5	Considera que instalaciones de los hoteles es apropiada para usted.	49	29%	94	55%	27	16%	170	100%
6	Considera que las instalaciones de los restaurantes es apropiada para usted.	42	25%	106	62%	22	13%	170	100%
7	Considera que las carreteras y el ordenamiento territorial es el adecuado.	45	26%	105	62%	20	12%	170	100%
8	Se sintió bien tratado por la población de la ciudad de Yunguyo.	22	13%	93	55%	55	32%	170	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que arriban a Yunguyo.

Tabla C: Factores críticos de Riesgo según gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Turistas.

	Gestión del destino	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
		fi	%	fi	%	fi	%		
9	Considera que los establecimientos que visito son de calidad y cumplen con estándares internacionales.	86	51%	68	40%	16	9%	170	100%
10	Considera que la oferta turística de Yunguyo como destino es diversa.	40	24%	87	51%	43	25%	170	100%
11	Considera que la publicidad de Yunguyo por internet es la adecuada.	74	44%	66	39%	30	18%	170	100%
12	El trato que le brindaron fue amable y fue confiable el personal que labora en hoteles restaurantes y transporte.	28	16%	77	45%	65	38%	170	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que arriban a Yunguyo.

Tabla D: Factores críticos de Riesgo según condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Turistas.

	Condiciones de la demanda	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
		fi	%	fi	%	fi	%		
		13	Tenía conocimiento previo de Yunguyo antes de su visita.	53	31%	61	36%		
14	Considera a Yunguyo como uno de los mejores destinos que visito en la región.	45	26%	96	56%	29	17%	170	100%
15	Recibió información turística de calidad en la ciudad de Yunguyo.	92	54%	61	36%	17	10%	170	100%
16	El precio de los servicios/productos satisface sus expectativas.	36	21%	88	52%	46	27%	170	100%
17	Los servicios turísticos de alimentación, transporte y hospedaje fueron adecuados.	36	21%	96	56%	38	22%	170	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que arriban a Yunguyo.

Tabla E: Factores críticos de Riesgo según modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo – Turistas.

	Modificadores situacionales	Resultado A		Resultado B		Resultado C		Total	Total %
		fi	%	fi	%	fi	%		
18	Pudo transitar libremente por la ciudad sin inconvenientes de huelgas o disturbios sociales.	21	12%	54	32%	95	56%	170	100%
19	Se sintió seguro durante su estancia en la ciudad de Yunguyo (nada de robos).	26	15%	50	29%	94	55%	170	100%
20	Considera que el medio ambiente de la ciudad se encuentra limpio.	22	13%	93	55%	55	32%	170	100%
21	Pudo observar un alto nivel de empleabilidad en los servicios.	51	30%	90	53%	29	17%	170	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que arriban a Yunguyo.

ANEXO 8: ANALISIS DE PROTESTAS Y CONFLICTOS SOCIALES, POBLACIÓN VICTIMA DE ALGUN HECHO DELICTIVO Y PERCEPCION DE INSEGURIDAD CIUDADANA.

PROTESTAS Y CONFLICTOS SOCIALES

Departamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual	Ene-Mar
Amazonas	12	40	31	23	18	6
Ancash	118	182	186	129	108	39
Apurímac	51	110	79	122	70	16
Arequipa	131	204	191	133	177	62
Ayacucho	50	59	77	34	36	15
Cajamarca	76	117	102	59	73	21
Callao	0	0	73	4	5	2
Cusco	69	117	85	119	174	42
Huancavelica	29	70	52	34	44	7
Huánuco	38	49	73	38	43	7
Ica	39	69	127	54	49	13
Junín	80	125	112	75	109	28
La Libertad	46	54	146	43	52	21
Lambayeque	93	132	311	122	136	26
Lima	319	468	335	449	641	168
Loreto	60	87	136	103	143	41
Madre de Dios	7	21	16	16	9	3
Moquegua	23	31	45	20	43	24
Pasco	21	37	46	10	25	5
Piura	72	118	132	44	99	25
Puno	71	168	173	101	145	44
San Martín	25	53	73	57	61	28
Tacna	44	58	77	42	65	13
Tumbes	32	154	47	35	23	9
Ucayali	17	34	59	40	34	3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

En el año 2013, el departamento de Lima muestra la mayoría de protestas sociales (319), sigue Arequipa (131), Ancash (118), Lambayeque (93), Junín (80), Cajamarca (76), Piura (72), y sigue Puno (71). Los departamentos con menor presencia de protestas son: Ucayali (17), Amazonas (12) y finalmente Madre de Dios (7). Puno es el octavo departamento con mayor número de conflictos y protestas sociales.

En el año 2014 el departamento con mayor casos de conflictos sociales es Lima (468), Arequipa (204), Ancash (182) y sigue Puno (168). Los tres últimos departamentos presentan la siguiente cantidad de protestas: Ucayali (34), Moquegua (31), Madre de

Dios (21). Puno es el cuarto departamento en presentar más casos de protestas y conflictos sociales.

En el año 2015, el departamento en presentar más casos de protestas sigue siendo Lima (335), Lambayeque (311), Arequipa (191), Ancash (186) y Puno (173). Y los últimos tres departamentos en la lista son: Moquegua (45), Amazonas (31), y por ultimo tenemos a Madre de Dios (16). Puno con el número de casos que presenta lo ubica en el quinto lugar.

En el año 2016, los casos de conflictos sociales en los departamentos del Perú es como sigue Lima (449), Arequipa (133), Ancash (129), Lambayeque (122), Apurímac (122), Cusco (119), Loreto (103), Puno (101). Y finalmente tenemos los últimos departamentos en la lista Madre de Dios (16), Pasco (10), y el Callao (4). El departamento de Puno está ubicado en el octavo puesto.

En el 2017, el departamento de Lima es el departamento con más casos de conflictos sociales (641), Arequipa (177), cusco (174), y Puno (145). Según la lista los últimos tres departamentos son: Amazonas (18), Madre de Dios (9), para concluir tenemos a el Callao (5). El departamento de Puno se encuentra en el cuarto puesto en presentar más conflictos.

En el periodo enero – marzo 2018, en el interior de los departamento se presenta la siguiente cantidad de caso de protestas y conflictos sociales, Lima (168), Arequipa (62), Puno (44), y Cusco (42). Los últimos tres departamentos en la lista son: Madre de Dios (3), Ucayali (3), y Callao (2). El departamento de Puno hasta el momento está en el tercer lugar.

PERCEPCION DE INSEGURIDAD CIUDADANA

Departamento	Percepción de inseguridad según departamento							
	2014		2015		2016		2017	
	Ene - Jun.	Jul. - Dic.	Ene - Jun.	Jul. - Dic.	Ene - Jun.	Jul. - Dic.	Ene - Jun.	Jul. - Dic.
	%	%	%	%	%	%	%	%
Amazonas	51	65	77	76	81	80	85	80
Ancash	83	84	74	76	77	71	70	55
Apurímac	90	88	86	90	90	81	83	65
Arequipa	92	93	91	94	94	94	92	90
Ayacucho	47	55	72	68	86	85	82	70
Cajamarca	86	88	86	92	93	93	88	85
Callao	87	88	90	92	94	92	86	90
Cusco	89	90	96	95	96	94	92	89
Huancavelica	76	72	79	84	94	95	91	94
Huánuco	88	87	84	87	76	85	84	79
Ica	92	89	82	88	88	85	88	83
Junín	80	77	84	91	90	87	88	89
La Libertad	92	92	91	92	90	84	86	83
Lambayeque	90	90	93	91	92	93	90	91
Lima	86	86	90	88	93	92	91	89
Loreto	82	78	84	82	84	83	81	78
Madre de Dios	89	89	95	94	94	94	90	89
Moquegua	77	85	83	83	83	80	78	72
Pasco	84	80	82	81	79	91	88	81
Piura	86	88	92	90	88	85	85	82
Puno	94	91	92	93	92	93	89	88
San Martín	78	77	77	75	74	80	73	74
Tacna	95	92	94	97	95	93	90	92
Tumbes	64	63	71	64	71	61	69	61
Ucayali	79	81	89	94	92	90	82	87

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

En esta investigación se considera como percepción de inseguridad, a la sensación de la población de ser víctima de algún hecho delictivo o evento que pueda atentar contra su seguridad, integridad física o moral, vulnerar sus derechos y la conlleve al peligro, daño o riesgo como robo a la vivienda, robo de vehículo automotor (auto, camioneta, etc.), robo de autopartes del vehículo automotor (faros, llantas, aros, etc.), robo de motocicleta, bicicleta, robo de dinero, cartera, celular, amenazas e intimidaciones, ofensas sexuales (acoso, abuso, violación, etc.), u otro; en cualquier lugar durante el periodo de referencia.

Según los resultados del presente semestre enero – junio 2014, los departamentos con mayor percepción de inseguridad son: Tacna (95%), Puno (94%), La Libertad (92%), y

Arequipa (92%). Por otro lado los departamentos con menor percepción de inseguridad son: Tumbes (64%), Amazonas (51%), Ayacucho (47%). En el semestre julio – diciembre 2014 tenemos primero con mayor percepción de inseguridad a Arequipa (93%), luego La Libertad (92%), Tacna (92%), y Puno (91%). Y los departamentos con menor percepción de inseguridad son: Amazonas (54%), Tumbes (63%), y Ayacucho (55%). A comparación con los resultados del semestre anterior (enero – junio 2014), el departamento de Puno presenta una variación de 3% donde disminuye la percepción de inseguridad con respecto del semestre enero – junio 2014.

Según los resultados del presente semestre enero – junio 2015, los departamentos con mayor percepción de inseguridad son: Cusco (96%), Madre de Dios (95%), Tacna (94%), Lambayeque (93%), y Puno (92%), en tanto los departamentos con menor percepción de inseguridad en este periodo son: Ancash (74%), Ayacucho (72%), y Tumbes (71%). En el semestre julio – diciembre 2015, los departamentos con mayor percepción de inseguridad son: Tacna (97%), Cusco (95%), Madre de Dios (94%), Arequipa (94%), Ucayali (94%), y Puno (93%). Seguidamente los departamentos con menor percepción de inseguridad en este periodo son: San Martín (75%), Ayacucho (68%), y Tumbes (64%). El departamento de Puno presenta incremento del 1% en percepción de inseguridad a diferencia del periodo enero – junio 2015.

Según los resultados del presente semestre enero – junio 2016, los departamentos con mayor percepción de inseguridad son: Cusco (96%), Tacna (95%), Huancavelica (94%), así hasta llegar al puesto 11vo de Puno (92%). Luego tenemos a los departamentos con menor percepción de inseguridad, Huánuco (76%), San Martín (74%), y Tumbes (71%). En el semestre julio – diciembre 2016, los departamentos con mayor percepción de inseguridad son: Huancavelica (95%), Arequipa (94%), Cusco (94%), Madre de Dios (94%), y Puno (93%). Contrario a estos los departamentos con menor percepción de inseguridad son: Moquegua (80%), Ancash (71%), y Tumbes (61%). Respecto a Puno se observa un incremento del 1% a comparación del semestre enero – junio 2016.

Según los resultados del presente semestre enero – junio 2017, los departamentos con mayor percepción de inseguridad son: Arequipa (92%), Cusco (92%), Huancavelica (91%), así hasta llegar al 8vo puesto con Puno (89%). Luego dentro de los departamentos con menor percepción de inseguridad son: San Martín (73%), Ancash (70%), Tumbes (69%). En el semestre julio – diciembre 2017, los departamentos con

mayor percepción de inseguridad son: Huancavelica (94%), Tacna (92%), hasta llegar al 10mo puesto con Puno (88). Opuesto a estos los departamentos con menor percepción de inseguridad son: Apurímac (65%), Tumbes (61%), y Ancash (55%). El departamento de Puno evidencia la disminución del 1% en cuanto a percepción de inseguridad con respecto al periodo enero – junio 2017.

POBLACION VICTIMA DE ALGUN HECHO DELICTIVO

Departamento	Población, víctima de algún hecho delictivo según departamento							
	2014		2015		2016		2017	
	Ene - Jun.	Jul. - Dic.	Ene - Jun.	Jul. - Dic.	Ene - Jun.	Jul. - Dic.	Ene - Jun.	Jul. - Dic.
	%	%	%	%	%	%	%	%
Amazonas	19	19	19	14	15	15	18	14
Áncash	30	27	32	34	36	25	24	21
Apurímac	33	25	29	27	26	19	23	21
Arequipa	33	30	33	31	27	30	25	29
Ayacucho	23	21	24	19	28	26	28	27
Cajamarca	27	23	19	19	24	20	19	17
Callao	31	31	30	36	36	27	30	29
Cusco	41	29	33	43	48	40	39	36
Huancavelica	35	26	30	36	36	32	26	29
Huánuco	27	24	25	21	23	19	16	16
Ica	24	18	24	22	24	21	20	18
Junín	39	39	33	37	37	32	31	40
La Libertad	32	27	30	30	34	25	26	23
Lambayeque	23	17	23	17	19	15	19	17
Lima	34	34	32	37	33	30	30	27
Loreto	31	23	22	20	26	24	23	21
Madre de Dios	28	22	28	28	40	31	29	30
Moquegua	25	27	28	24	19	19	17	20
Pasco	30	25	25	25	26	24	22	20
Piura	24	22	26	31	28	22	22	15
Puno	42	33	37	42	33	34	33	36
San Martín	20	19	15	12	22	17	15	15
Tacna	42	35	33	39	37	42	46	39
Tumbes	27	19	23	14	19	17	21	17
Ucayali	29	23	25	26	23	24	18	18

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

El periodo enero – junio 2014, los departamentos con mayores porcentajes de población víctima son: Puno (42%), Tacna (42%), Cusco (41%), así hasta llegar a los últimos departamentos que presentaron los más bajos porcentajes de victimización, Lambayeque (23%), San Martín (20%), finalmente Amazonas (19%). En el periodo

julio – diciembre 2014, los departamentos donde existe mayor tasa víctimas de robo de dinero, cartera, celular, etc., son Junín (39%), Tacna (35%), Lima (34%) y Puno (42%). Los últimos tres departamentos en la lista son: San Martín (19%), Ica (18%), y Lambayeque (17%). En este último semestre Puno se mantuvo con el mismo porcentaje en relación al periodo enero – junio 2014.

El periodo enero – junio 2015, la lista de víctimas de hechos delictivos inicia con Puno (37%), Cusco (33%), Tacna (33%) y Arequipa (33%). Mientras que los siguientes departamentos presentaron los más bajos porcentajes de victimización de hecho delictivo, Cajamarca (19%), Amazonas (19%), por último San Martín (15%). En el periodo julio – diciembre 2015, los departamentos con mayores porcentajes de población víctima son: Cusco (43%), Puno (42%), Tacna (39%), y Lima (37%). Los tres últimos en la lista son: Amazonas (14%), Tumbes (14%) y San Martín (12%). En este último semestre Puno incremento en un 5% en relación al periodo enero – junio 2015.

El periodo enero – junio 2016, los departamentos con mayores porcentajes de población víctima son: Cusco (48%), Madre de Dios (40%), Junín (37%), así llegamos al 10mo puesto con Puno (33%). Seguidamente los departamentos con más bajos porcentajes de victimización de hecho delictivo son: Moquegua (19%), Lambayeque (19%), y Amazonas (15%). En el periodo julio – diciembre 2016, los departamentos con mayores porcentajes de población víctima son: Tacna (42%), Cusco (40%), Puno (34%). Y por último con más bajos porcentajes de victimización tenemos a Tumbes (17%), Lambayeque (15%), y Amazonas (15%). En este último semestre Puno incremento en un 1% en relación al periodo enero – junio 2016.

El periodo enero – junio 2017, los departamentos con mayores porcentajes de población víctima en la lista son Tacna (46%), Cusco (39%), Puno (33%), y Junín (31%). Los últimos con más bajos porcentajes corresponden a Moquegua (17%), Huánuco (16%), y San Martín (15%). En el periodo julio – diciembre 2017, los departamentos con mayor porcentaje de población víctima son: Junín (40%), Tacna (39%), Cusco (36%), y Puno (36%). A continuación los departamentos con más bajos porcentajes de victimización son: Piura (15%), San Martín (15%), y Amazonas (14%). En este último semestre Puno incremento en un 3% en relación al periodo enero – junio 2017.

ANEXO 9: RESULTADO DE EVALUACIONES A ORGANIZACIONES Y TURISTAS

Organizaciones				
FCE	FCR			
RECURSOS	FACTORES DE APOYO	GESTION DEL DESTINO	CONDICIONES DE LA DEMANDA	MODIFICADORES SITUACIONALES
1,7	1,0	1,3	1,3	1,4
2,4	1,6	1,6	1,4	2,2
1,7	1,0	1,1	1,0	1,8
1,5	1,4	1,4	1,0	1,6
1,7	1,2	1,1	1,1	1,4
1,7	1,2	1,1	1,0	2,0
1,8	1,2	1,2	1,1	2,0
2,2	2,0	1,7	1,3	2,6
1,7	1,4	1,4	1,4	2,0
1,5	1,2	1,4	1,4	1,6
1,7	1,4	1,3	1,3	2,2
1,9	1,4	1,6	1,4	1,8
1,7	1,4	1,5	1,3	2,0
1,8	1,6	1,5	1,4	2,0
1,9	1,4	1,4	1,3	1,8
1,8	1,6	1,3	1,0	1,6
1,5	1,2	1,4	1,4	1,6
1,9	1,4	1,6	1,4	1,8
1,6	1,6	1,2	1,3	2,0
1,7	1,4	1,3	1,4	1,6
1,6	1,2	1,4	1,1	1,6
1,7	1,6	1,2	1,1	2,2
1,7	1,6	1,3	1,4	1,8
1,9	1,8	1,6	1,4	1,8
1,5	1,0	1,4	1,6	2,2
1,9	1,8	1,4	1,4	1,8
1,9	1,6	1,4	1,4	1,8
1,7	1,4	1,2	1,0	1,8
1,6	1,6	1,2	1,3	2,0
1,5	1,0	1,2	1,1	1,4
1,8	1,0	1,2	1,0	1,0
1,8	1,0	1,2	1,1	1,2
1,7	1,0	1,3	1,3	1,4
1,8	1,0	1,2	1,0	1,0
1,9	1,4	1,6	1,4	1,8
1,5	1,0	1,2	1,1	1,4
1,8	1,4	1,3	1,3	1,8

Turistas				
FCE	FCR			
RECURSOS	FACTORES DE APOYO	GESTION DEL DESTINO	CONDICIONES DE LA DEMANDA	MODIFICADORES SITUACIONALES
3,0	2,5	2,5	2,4	2,0
2,0	2,0	1,8	2,0	1,8
2,5	2,8	1,5	2,2	2,5
2,5	2,3	2,0	2,0	2,8
2,5	3,0	2,0	2,0	2,5
2,8	2,0	2,0	2,2	2,8
3,0	2,3	1,8	2,4	2,5
2,8	2,8	1,8	2,2	2,8
2,5	2,8	2,3	2,0	2,8
2,3	1,8	1,8	2,0	2,5
2,8	1,5	2,8	2,0	2,5
2,8	2,3	2,8	1,4	3,0
2,3	2,0	2,0	1,6	1,8
3,0	1,3	1,8	2,2	2,0
3,0	2,3	2,3	2,8	2,5
3,0	1,8	2,5	2,4	3,0
3,0	2,0	2,5	2,2	3,0
2,5	1,8	1,5	2,0	1,8
3,0	2,0	2,5	2,0	2,8
1,8	1,0	2,0	1,8	2,0
2,3	1,8	1,8	2,0	2,3
2,3	1,8	1,8	1,6	2,0
2,3	1,8	2,3	1,8	1,5
2,0	2,0	2,5	2,0	2,8
3,0	2,3	2,0	2,8	2,0
2,5	1,8	2,0	2,0	2,0
2,0	1,5	1,0	1,4	1,0
3,0	2,0	1,8	2,2	2,8
1,8	2,3	2,0	2,2	3,0
2,8	1,8	1,8	1,8	2,5
2,5	2,3	2,0	2,4	2,3
2,5	2,0	2,0	2,2	2,0
2,5	1,8	2,0	2,0	2,0
2,8	2,5	2,3	2,4	2,8
1,8	2,5	2,0	1,8	1,8
3,0	1,5	2,0	1,2	2,3
2,0	2,0	2,0	1,2	2,0
2,8	2,3	2,5	1,8	1,5

Turistas				
FCE	FCR			
RECURSOS	FACTORES DE APOYO	GESTION DEL DESTINO	CONDICIONES DE LA DEMANDA	MODIFICADORES SITUACIONALES
2,3	2,0	2,0	2,2	2,0
2,3	2,3	2,8	1,8	2,3
2,8	2,0	2,3	2,0	2,5
2,8	1,8	2,0	2,0	2,5
1,8	1,8	1,0	1,8	2,0
2,0	1,8	2,0	1,8	1,5
1,8	2,0	1,3	2,0	1,8
1,5	1,0	1,3	1,2	1,0
2,3	2,0	2,0	1,6	2,3
2,0	2,0	2,0	2,0	3,0
2,5	1,8	2,0	2,0	3,0
2,0	2,0	1,5	2,0	1,5
2,3	2,0	1,8	1,8	1,5
3,0	1,8	1,8	2,0	2,0
3,0	1,5	2,3	2,4	2,0
2,3	2,0	1,8	2,2	2,0
2,3	1,8	1,5	1,6	2,8
1,8	1,8	2,0	2,2	2,5
1,5	1,3	1,5	2,0	2,3
1,3	1,0	1,5	1,2	1,8
2,3	1,5	1,5	1,8	2,8
2,5	1,8	2,5	2,2	2,5
1,8	1,8	1,8	1,4	2,0
2,3	2,3	1,8	1,8	2,3
2,5	1,8	2,5	2,2	2,5
1,5	1,8	1,5	1,4	1,8
1,5	2,0	2,0	2,6	2,0
2,3	2,5	2,0	1,8	2,5
2,0	1,8	2,0	1,8	2,5
2,5	1,5	1,3	2,0	2,5
1,8	1,3	2,5	2,0	2,0
2,0	1,8	2,5	1,2	2,0
1,3	2,0	1,8	1,4	1,8
1,8	2,5	2,8	2,2	2,5
2,0	2,3	1,8	2,0	2,0
1,5	2,0	1,8	1,8	2,0
2,5	1,3	1,0	1,8	1,0
2,0	2,0	1,8	2,0	2,0
1,5	1,5	1,8	1,2	2,0
2,8	1,5	1,5	2,0	1,8

Turistas				
FCE	FCR			
RECURSOS	FACTORES DE APOYO	GESTION DEL DESTINO	CONDICIONES DE LA DEMANDA	MODIFICADORES SITUACIONALES
2,0	2,5	2,0	2,0	2,3
2,5	2,3	2,8	2,0	2,8
2,0	1,5	1,8	1,2	2,3
2,5	1,5	2,0	2,2	2,3
2,0	1,8	1,5	1,4	2,0
2,3	1,3	1,8	1,0	1,3
2,5	2,8	2,5	2,8	2,8
2,3	2,8	2,5	2,4	2,8
3,0	2,0	2,3	2,0	2,5
3,0	2,0	2,3	2,0	3,0
2,8	2,5	2,0	2,0	2,3
2,8	2,0	1,8	2,0	2,5
2,0	2,0	1,5	2,2	1,8
2,3	1,8	2,0	1,8	1,8
2,3	2,3	2,0	1,8	2,3
2,0	2,0	1,8	1,8	1,8
2,5	2,5	2,0	1,8	2,8
2,3	2,0	2,0	2,2	2,3
2,5	2,5	2,3	2,0	2,5
2,8	2,0	2,3	2,0	2,8
2,5	2,3	2,3	2,4	2,8
2,3	1,3	2,0	2,0	2,3
2,8	2,5	2,0	2,0	2,3
1,8	1,5	2,0	2,6	2,8
2,0	2,0	2,3	1,8	2,0
2,5	2,0	2,3	2,2	2,5
1,8	2,3	2,5	1,8	2,8
2,0	3,0	2,3	2,0	2,8
2,3	2,5	2,3	2,2	2,5
2,3	2,0	2,0	1,8	2,3
2,8	2,0	2,0	2,2	2,8
2,8	2,3	2,8	2,2	2,8
2,3	2,5	1,8	1,8	2,3
2,8	2,3	2,8	2,2	3,0
2,5	2,3	2,0	2,4	3,0
2,5	2,0	1,8	2,4	2,0
3,0	2,3	2,0	2,6	2,8
2,3	2,0	1,8	1,6	1,3
2,3	2,3	1,8	2,2	1,8
2,5	2,0	1,8	2,2	2,3

Turistas				
FCE	FCR			
RECURSOS	FACTORES DE APOYO	GESTION DEL DESTINO	CONDICIONES DE LA DEMANDA	MODIFICADORES SITUACIONALES
2,5	2,5	2,5	2,6	2,5
2,8	2,3	1,8	2,0	2,0
2,5	2,8	1,8	2,4	2,3
2,5	1,8	1,8	1,6	2,0
2,3	1,3	2,0	2,4	1,8
2,8	1,5	2,0	1,6	1,8
2,3	2,0	1,5	1,8	2,5
1,3	1,8	1,3	1,6	2,0
2,8	1,8	1,3	2,2	2,5
1,3	1,8	1,5	1,6	2,0
2,3	1,3	1,5	1,4	1,3
2,8	2,3	1,8	2,2	2,3
2,3	2,3	1,8	2,4	2,5
2,3	1,8	2,5	2,4	2,5
2,5	2,0	2,0	2,0	2,0
2,5	1,5	1,8	1,4	2,0
2,3	2,3	1,5	1,4	2,3
2,3	2,5	2,0	1,4	2,3
1,8	2,0	1,3	1,6	2,3
1,8	1,5	1,8	1,0	2,0
2,5	2,0	1,5	2,2	2,0
1,8	1,8	1,8	1,6	1,8
2,0	1,8	1,5	2,4	2,0
1,3	1,5	1,5	1,4	2,8
2,8	2,0	1,8	1,4	2,8
2,8	2,0	1,8	2,4	2,5
2,8	2,0	1,8	2,0	2,5
2,8	2,3	2,0	2,8	2,3
1,3	1,8	1,5	1,4	1,5
1,3	1,0	1,3	1,6	2,3
1,3	1,5	1,8	1,4	2,0
2,0	2,0	1,8	2,2	1,8
2,5	1,5	1,3	1,4	2,0
2,3	2,3	1,0	1,8	2,5
2,0	2,0	1,5	1,6	2,0
1,5	2,0	1,0	1,2	2,0
2,8	2,0	1,8	1,8	2,3
2,3	1,3	2,3	2,0	2,3
2,0	1,3	1,3	1,6	2,0
2,0	1,8	1,8	1,2	2,3

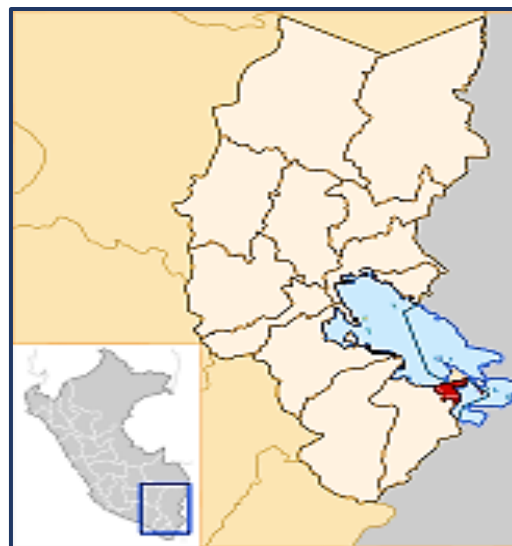
Turistas				
FCE	FCR			
RECURSOS	FACTORES DE APOYO	GESTION DEL DESTINO	CONDICIONES DE LA DEMANDA	MODIFICADORES SITUACIONALES
2,5	1,3	1,8	1,8	2,3
2,3	2,0	1,8	1,8	2,8
1,8	1,3	1,8	1,6	1,8
1,5	2,5	1,8	1,6	2,0
1,8	2,0	1,8	1,6	2,8
3,0	2,5	2,0	1,6	2,0
2,8	3,0	1,5	1,8	2,0
1,8	1,5	1,8	1,8	2,8
2,5	1,8	1,3	1,6	2,0
1,5	1,8	2,0	1,6	2,0
2,3	2,0	2,3	1,6	2,0
2,3	2,3	1,8	1,8	2,5
2,3	2,0	1,9	1,9	2,2

ANEXO 10: ATRACTIVOS TURISTICOS DEL DESTINO TURISTICO DE YUNGUYO

Localizada en el departamento o región de Puno en la zona de la sierra sur del Perú. Esta ciudad también es conocida con el nombre de la Ciudad Educadora, y se encuentra localizada a unos 128 kilómetros de la ciudad de Puno, a una altura de 3826 m.s.n.m.

El nombre de YUNGUYO proviene de la unión de 2 palabras, una Quechua YUNGA que significa valle tropical, y la otra Aymara HUYO que significa lugar cercado de muros (adobe y piedra).

Figura 1: Ubicación geográfica de la Provincia de yunguyo



Fuente: PDT – Yunguyo (2017)

La tradición cuenta que YUNGAHUYO era el lugar donde descansaban los viajeros que se dirigían a la ciudad de los Yungas, ahora territorio de la República de Bolivia. En esta parte del mundo hace más de 10,000 años vivían hombres primitivos, que como refugio ocuparon las cuevas que existen en el cerro Khapía, descubierto el año 1997 al que llamaron “las Cuevas del Monje”.

Figura 2: Yunguyo



Fuente: <http://lugaresturisticospunonoa.blogspot.com>

Figura 3: Templo de Nuestra Señora de Asunción

Fuente: Ing. Armida Isia Larico – Plan de Gobierno Yunguyo

Figura 4: Interior del Templo de Nuestra Sra. de Asunción

Fuente: <https://www.facebook.com/yunguyo.paraelmundo/photos>.

Se encuentra asentada sobre lo que en algún momento fue una construcción de la época prehispánica. Según datos históricos extraídos de las inscripciones que se encuentran en sus propios muros, esta iglesia habría sido construida en el siglo XIX, antes de la independencia del Perú. Este bello templo se levanta en la Plaza de Armas de la ciudad, y es considerada como parte integrante del Patrimonio Cultural de la Nación. Hoy se puede apreciar en la torre los bloques labrados, una construcción sólida de piedra granito gris oscuro procedente de las canteras del cerro Juana y de Khapia.

Figura 5: Plaza de Armas

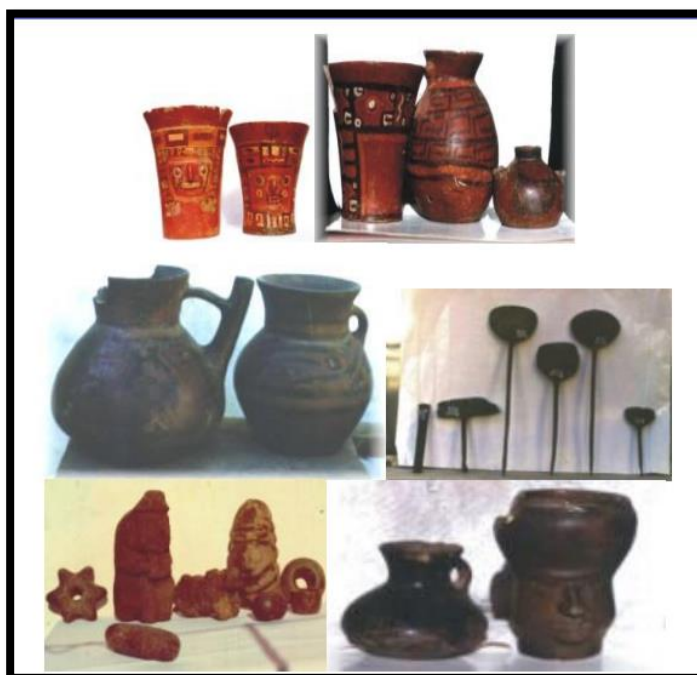
Fuente: <https://mapio.net/pic/p-35116017/>

La Histórica Plaza de Armas del distrito de Yunguyo, ubicándose con sus atracciones formas de árboles figúrales de animales; su Iglesia Católica hacia el fondo y al frente su Municipio, por aquí transitan todos los días los turistas extranjeros y nacionales.

Museo Arqueológico de Yunguyo

Figura 6: Instrumentos líticos, cerámicas, metalurgia.

Ubicada en el Jr. Alfonso Ugarte N° 479 de la ciudad de Yunguyo, en la que son expuestas piezas de instrumentos líticos, cerámicas, metalurgia, etc. A continuación se muestran algunas de ellas.



Fuente: Yhis B. Bohorquez Lopez – Los recursos turísticos en la ruta Yunguyo Copacabana para el turismo 2014

Figura 7: Plaza Dos de Mayo

Fuente:<https://mapio.net/pic/p-12822803/>

Es la Plaza histórica Dos Mayo de Yunguyo, es una de las más representativas ya que contiene elementos únicos como su monumento “Taypi” que representa a tres personas (Madre, Padre e Hijo), con vestiduras típicas de la zona identificándose con la agricultura desde la época incaica, debajo de la zona del monumento está detallado mediante dibujos de metal, explicando el proceso de la agricultura incaica, así la gente de esta tierra; suele venir para poder trabajar en la agricultura.

Figura 8: Arco de Kasani (Frontera Perú – Bolivia)

Este arco monumental es Binacional y divide a los dos países Perú y Bolivia; se ubica en Kasani donde está el paso fronterizo entre Bolivia y Perú. Y su infraestructura es de piedras talladas, que en realidad es el arco sur de la Iglesia del lugar.



Fuente: <https://es.dreamstime.com/fotograf%C3%ADa-editorial>.

También se denomina Kasani al barrio fronterizo de la ciudad de Yunguyo, en esta localidad nace la Ruta Nacional N° 2 de Bolivia que la conecta con La Paz. Y el 8 de septiembre, se realiza una gran fiesta binacional en homenaje a la virgen de navedad, en donde tanto peruanos como bolivianos concurren a una fiesta muy singular. En cuyo espacio sobresale una arquitectura civil, religiosa, etc., asociada a lito esculturas de Chila qala, localizada cerca al lago Titicaca, restos de Qala Saya (piedras paradas) esta última ubicada a unos 50 metros al occidente del Arco de Kasani y unos 20 metros de la línea fronteriza.

Monolito preforma de Kasani

Figura 9: Monolitos del barrio

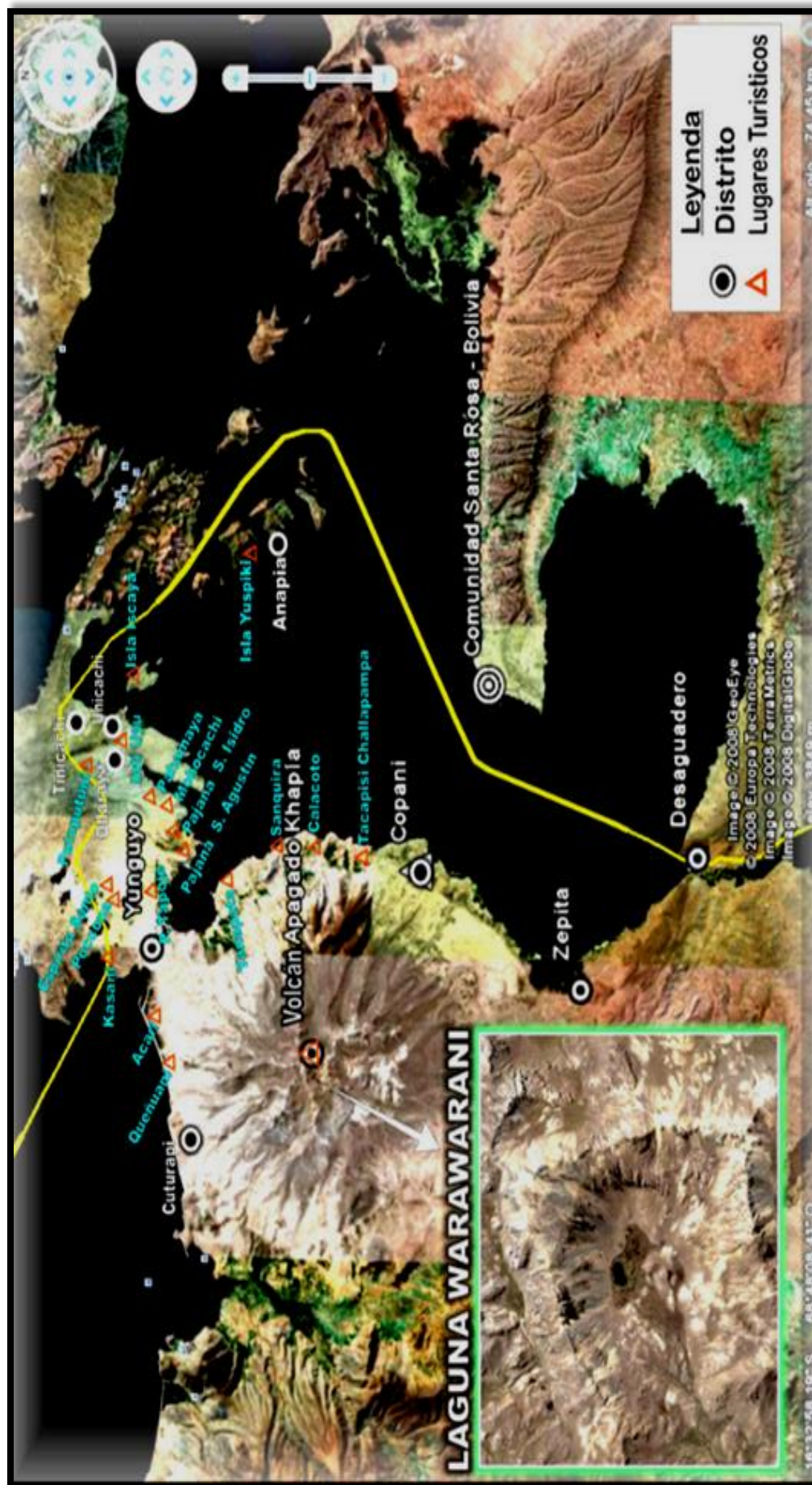
Esta piedra es de forma de un instrumento llamado Charango está ubicado en el sector de Tiracachi barrio kasani frontera con Bolivia. Como vemos falta el estudio el por qué estas piedras en este lugar y que objetivo cumplía.

Esta piedra está ubicado en el sector de Kalasasaya barrio kasani frontera con Bolivia, como vemos falta el estudio el por qué estas piedras en este lugar y que objetivo cumplía.



Fuente: Yhis B. Bohorquez Lopez - Los recursos turisticos en la ruta Yunguyo Copacabana para el turismo 2014

Figura 10: Otros lugares turísticos de la provincia de Yunguyo.



Fuente: <https://yunguyo.jimdo.com/turismo/>

Figura 10: Cerro Apu Khapia

Fuente: www.dircetarpuno.gob.pe/wp-content/uploads/2016/11/khapia.html.

Se encuentra aproximadamente a 12 kms al suroeste de la ciudad de Yunguyo, la subida en caminata dura de 3 a 4 horas, en el transcurso desde Yunguyo se pasa por el Centro Poblado de Acari. Es el Apu tutelar de Yunguyo y de toda la parte sur de la región, se encuentra aproximadamente a 4,809 m.s.n.m., su cima tiene la forma de un cráter con arena muy fina e inestable, en su extremo sur hay una amplia y prolongada fisura hacia abajo. Desde épocas preincas en él se realizan rituales andinos de pago a la pachamama o madre tierra.

Figura 11: Vista panorámica del Cerro Khapia

Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=descripcion+del+cerro+khapia+yunguyo>

Algunos investigadores consideran que fue un volcán que erupcionó en la era cuaternaria, también se dice que fue una rica mina, que hoy por encontrarse sobre agua no es posible continuar con su exploración y explotación, por los alrededores en la parte media se pueden apreciar algunos restos de socavones, trapiches, etc.

Figura 12: La Laguna Warawarani

Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=laguna+de+warawarani+yunguyo>

En lo alto del apu Kaphia se encuentra la laguna de Wuarawuarani (Laguna de Estrellas), encerrada en un cráter oradado a manera de anfiteatro. De esa laguna sus aguas cristalinas llegan a extensos lugares, sus aguas son limpias, cristalinas y termales, esta laguna durante el día cambia de colores con el reflejo de las nubes y el cielo; en azul oscuro a azul claro, protegido por un pico elevado en uno de sus lados llamado Qota Achachila (abuelo o dios de la laguna), que él es celoso guardián y protector de esta laguna. La Laguna Warawarani es respetada y al mismo tiempo temida por sus cualidades de laguna encantada y salvaje a simple vista contiene aguas tranquilas donde se perciben unos patitos muy hermosos e inofensivos que se deslizan tranquilamente cerca de la orilla, pero en ciertas horas aciagas como a las 6 pm y a las 12 pm de la noche, esos patitos se convierten en oro, provocando a los incautos en la misma orilla para coger con la mano, muchas personas han desaparecido para siempre por querer apropiarse de los patitos de oro a través de los tiempos, porque la laguna los ha encantado y ha hecho desaparecer, por eso la gente tiene temor de acercarse o pasar por la cercanía, solo debe hacerse grupo.

Figura 13: Cerro Pucara

Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=cerro+pucara+yunguyo>.

Ubicado en el distrito de Ollaraya, provincia de Yunguyo. Aproximadamente a 3950 msnm frente al lago Titicaca y al lago menor de Wiñaymarca, son cuevas y abrigos de diferentes tamaños y alturas conformadas por roquedales de gran tamaño, el sitio presenta bastante humedad por la existencia de varios ojos o manantiales de agua. Se llega al sitio mediante un sistema de graderías construidas recientemente.

En los alrededores hay formaciones rocosas de menor tamaño, en forma de habitaciones, murallas, chullpas, torrecillas, constituye un hermoso paisaje que le da peculiar característica a la zona. En la cima del Cerro tiene tres murallas defensivas y dos sectores con viviendas. A 100 m de su primera muralla se encuentra una explanada que, al parecer, sirvió como campo de cultivos. Las evidencias hacen suponer que esta construcción fue efectuada por los incas, debido al trabajo de la piedra en bloques, la dimensión de los recintos y las estructuras en forma de terraza de algunos sectores.

Figura 14: Restos de una construcción en el Cerro Pucara

Fuente: PDT – Yunguyo (2017)

Torri Torrini

Se ubica en las inmediaciones del sendero de subida lado este, al cerro Apu Khapia, dentro de los límites del centro poblado de Choquechaca. Estas Formación Pétreas consiste en curiosas formaciones pétreas de gran tamaño que con el tiempo, han tomado llamativas formas que asombran al visitante. Esta zona también es considerada como parte del Patrimonio Cultural de la Nación, y ofrece al visitante la oportunidad de recorrer un llamativo sendero ya que el lugar presenta un sendero óptimo para realizar caminatas, además se aprecian magníficos escenarios naturales, es un interesante escenario, que todavía hoy, se muestra como un atractivo espacio de investigación.

Figura 15: Formación Pétreá Torri Torrini



Fuente: <http://www.dirceturpuno.gob.pe/wp-content/uploads/2016/11/Torri-Torrini.html>

Figura 16: Inti Uyo Pata

Fuente: <https://vdocuments.site/provincia-de-yunguyo-puno-perudocx.html>

Ubicado en la lomada Chilliwakani entre los distritos de Unicachi y Ollaraya, su acceso se realiza desde la ciudad de Yunguyo siguiendo la carretera asfaltada a Tinicachi, en el km. 15.50 hay un desvío hasta el centro ceremonial, el cual se encuentra hacia la derecha a 250 mts. De Puno. Uno de los sitios arqueológicos de gran arraigo cultural, es el centro de observatorio solar de Intini Uyo Pata o Inti Uyo. Allí cada 21 de junio, los pobladores y autoridades de ambos distritos fronterizos hacen el ritual de ofrenda al Solo también conocido como el Pacha Kuti, actividad cultural que está relacionada con las celebraciones del Año Nuevo Andino.

Las estructuras del sitio arqueológico Intini Uyo Pata abarcan una extensión aproximada de dos hectáreas. En este territorio pueden observarse áreas destinadas a motivos ceremoniales, donde priman las formas circulares y en el que puede verse un templo solar. Asimismo, otra área dedicada a celebraciones, donde se aprecian monolitos. Destaca a la vez, la presencia de restos de alfarería Chiripa, Tiahuanaco y Colla, junto con Inca.

Figura 17: Lago Wiñaymarca

Fuente: <http://www.dirceturpuno.gob.pe/2016/11/Wiñaymarca.html>

El archipiélago Wiñaymarca, políticamente pertenece a la Provincia de Yunguyo de cuya capital dista aproximadamente 34 kms. Yunguyo se encuentra aproximadamente a 134 km. al sureste de la ciudad de Puno. Por el Lago Wiñaymarka pasa la línea fronteriza entre Perú y Bolivia, cuenta con un área de 1,229 kilómetros cuadrados y una profundidad aproximada de 45 metros. Wiñaymarca en Aymara significa "pueblo eterno".

Se ubica en el lago de Wiñaymarka o lago menor del lago Titicaca, se accede al atravesar el estrecho de Tiquina desde Bolivia, principalmente desde el embarcadero de Punta Hermosa ubicado a 16 km. de Yunguyo. Se encuentra conformado por 8 islas: Iscaya, Lloje, Kkana, Pataguata, Yuspique, Anapia, Suana y Kkaño y 2 islotes: Huatakaño y Huatasuana. Todas ellas agrupadas linealmente en una extensión de 18 kilómetros. Dos de las islas pertenecen políticamente al distrito de Unicachi, el resto son del distrito insular de Anapia. La Isla Yuspique con una altitud de 3,910 msnm, es la más grande; mientras que la isla Kkaño con 3,826 msnm, es la más baja, fueron habitadas por las culturas Tiawanacu y Lupaca por lo que aún se conservan en ellas restos arqueológicos. Se dice que en el lago existe una ciudad construida por los dioses que en épocas remotas vivieron en el lugar, hoy sumergida en el centro del lago como señal histórica de la grandiosidad de la Cultura Aymara.

Figura 18: Playa de Queñuani

Fuente: <http://www.yunguyo.info/playa-quenuani.html>

Se ubica en las inmediaciones del centro Poblado de Queñuani, aproximadamente a 8 kms. al oeste de Yunguyo, lado izquierdo de la carretera asfaltada panamericana sur de Puno a Yunguyo. Localizada a orillas del lago Titicaca, en una pronunciada y abrigada bahía delimitada por los distritos de Yunguyo y Pomata, en las proximidades del sector de Inka Qamaña, cuenta con una extensión aproximada de 1 km., su

superficie es completamente plana, con limpia y fina arena bañada por las suaves y cristalinas aguas del lago, tiene un sector protegido por las faldas de un cerro aledaño, que llegan cortadas verticalmente sobre la playa. Su ubicación permite contemplar el paisaje del altiplano y el lago Titicaca en toda su inmensidad, por su amplitud la visual se pierde en el horizonte. En un roquedal cercano hay tallas en forma de asientos, se le conoce con el nombre de Inka Qamaña o descanso del inca, lugar donde se dice que descansaba el Inca durante sus llegadas al Collsuyo.

Figura 19: Pajana San Agustín

Fuente: PDT Yunguyo (2017)

Atractivos de carácter arqueológico, siendo uno de los más importantes el Sitio Arqueológico de Pajana San Agustín, que se encuentra localizado a solo 8 kilómetros del centro de la ciudad. Se cree que este complejo arqueológico habría sido utilizado como un centro ceremonial, por lo cual también es considerado como Patrimonio Cultural de la Nación. Además en Pajana San Agustín también puedes encontrar un museo, cuyas instalaciones albergan a algo más de 181 valiosas piezas líticas.

Figura 20: Cerro Asiru Phatjata


Fuente: PERTUR 2021

Este cerro posee una peculiar forma, y es precisamente esa la razón de su nombre, que traducido al español significa culebra partida.

Al Cerro Asiru Phatjata, que se levanta imponente a la altura del desvío hacia Yunguyo. Como no podría ser de otra forma, este famoso cerro también es parte del Patrimonio Cultural de la Nación, ya que además en su territorio se encuentra un área arqueológica.

Figura 21: Piedras cansadas


Fuente: PDT Yunguyo (2017)

que resalta, pero las autoridades no se fijan y tampoco dan mucha importancia a estos restos arqueológicos”. Las piedras son caracterizadas de una forma rectangular y cuadrada. Todas estas estructuras separadas y asociadas entre sí, tuvieron determinadas funciones, encontrándose entre ellas a paredes agrupadas, viviendas construidas de piedras majestuosas y trabajadas por los mismos pobladores.

Estas majestuosas piedras son restos dejados por los incas, para la gran construcción de grandes fortalezas en la cultura Tiahuanaco, son denominadas “piedras cansadas” dejadas en el lado sur de la provincia de Yunguyo. Desde hace mucho tiempo las autoridades de esta Provincia no promocionan y tampoco dan mucha importancia a este atractivo turístico que puede generar, muchos ingresos económicos. Según los pobladores indican “el pueblo de Khanamarka, tiene un atractivo turístico

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



ARTÍCULO CIENTÍFICO

**FACTORES CLAVE DE ÉXITO, FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO Y EL NIVEL
DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO DE YUNGUYO - PERIODO
2017**

**KEY FACTORS OF SUCCESS, CRITICAL RISK FACTORS AND THE LEVEL OF
COMPETITIVENESS OF THE TOURIST DESTINATION OF YUNGUYO - PERIOD
2017**

PRESENTADO POR:

LILIANA MARCA CONDORI

PUNO – PERÚ

2018

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**FACTORES CLAVE DE ÉXITO, FACTORES CRÍTICOS DE
RIESGO Y EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO
TURÍSTICO DE YUNGUYO - PERIODO 2017**

KEY FACTORS OF SUCCESS, CRITICAL RISK FACTORS AND THE
LEVEL OF COMPETITIVENESS OF THE TOURIST DESTINATION
OF YUNGUYO - PERIOD 2017

ARTÍCULO CIENTÍFICO

PRESENTADO POR:

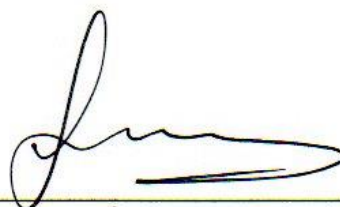
LILIANA MARCA CONDORI

**COORDINADOR (A) DE :
INVESTIGACIÓN**



Dra. MIRIAM SEREZADE HANCCO GOMEZ

DIRECTOR DE TESIS:



M.Sc. GERMÁN JORGE MOLINA CABALA

PUNO – PERÚ

2018

**FACTORES CLAVE DE ÉXITO, FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO Y
EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO DE
YUNGUYO - PERIODO 2017**

KEY FACTORS OF SUCCESS, CRITICAL RISK FACTORS AND THE LEVEL OF
COMPETITIVENESS OF THE TOURIST DESTINATION OF YUNGUYO -
PERIOD 2017

AUTOR: LILIANA MARCA CONDORI

E-mail: caliel1379@hotmail.com; liliana.marca@gmail.com

RESUMEN

El sector turístico en las últimas décadas ha ido adquiriendo gran importancia consolidándose como una actividad muy importante a escala internacional, es que nos planteamos la investigación titulada “Factores clave de éxito, factores críticos de riesgo y el nivel de competitividad del destino turístico Yunguyo - periodo 2017”, que tiene como finalidad identificar los factores claves de éxito y críticos de riesgo, así como el nivel de competitividad del destino turístico Yunguyo. El destino turístico que circunscribe el estudio es la provincia fronteriza de Yunguyo, la población abarca los agentes involucrados en el sector de turismo (ofertantes/organizaciones y demandantes/turistas). La investigación se realizó bajo la perspectiva metodológica del enfoque mixto, con un diseño no experimental y tipo de investigación descriptiva; empleando para el levantamiento de información el instrumento denominado Modelo de Competitividad de Dwyer y Kim (2003), que analiza la competitividad de destinos turísticos en función a 5 dimensiones: recursos, factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales. Los resultados obtenidos, considerando un puntaje máximo de 3, muestran a la dimensión recursos con una valoración de 2.3, las dimensión factores de apoyo con 1.7, gestión del destino con 1.6, condiciones de la demanda con 1.6 y por ultimo modificadores situacionales con una valoración de 2.0. Por lo que se concluye que los factores clave de éxito son los recursos y los críticos de riesgo son los factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales generando un nivel de competitividad bajo del destino.

Palabras Clave: Factores clave de éxito, factores críticos de riesgo, competitividad, destino turístico.

ABSTRACT

The tourism sector in the last decades has been acquiring great importance, consolidating itself as a very important activity on an international scale. We consider the research entitled "Key factors of success, critical risk factors and the level of competitiveness of the tourist destination Yunguyo - period 2017 ", which aims to identify the key success factors and risk critics, as well as the level of competitiveness of the Yunguyo tourist destination. The tourist destination that circumscribes the study is the border province of Yunguyo, the population includes the agents involved in the tourism sector (bidders / organizations and claimants / tourists). The research was conducted under the methodological perspective of the mixed approach, with a non-experimental design and type of descriptive research; using the instrument called Competitiveness Model of Dwyer and Kim (2003), which analyzes the competitiveness of tourist destinations based on 5 dimensions: resources, support factors, destination management, demand conditions and situational modifiers. . The results obtained, considering a maximum score of 3, show the resources dimension with an assessment of 2.3, the factors support factors with 1.7, destination management with 1.6, demand conditions with 1.6 and finally situational modifiers with an assessment of 2.0. So it is concluded that the key factors of success are the resources and the risk critics are the factors of support, destination management, conditions of demand and situational modifiers generating a low level of competitiveness of the destination.

Keywords: Key success factors, critical risk factors, competitiveness, tourist destination.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al planteamiento del problema surgió la necesidad de recurrir a trabajos similares al tema de estudio con el fin de construir una base teórica que permita mayor análisis y alcance en la explicación del problema. Para lo cual mencionamos algunos trabajos de investigación relacionados al presente, tales como el del investigador Cayo y Apaza (2017) en su artículo titulado "Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico – Perú", así mismo tenemos el de Alanya Arce (2014) en su tesis titulada "Análisis de factores para la evaluación del posicionamiento estratégico del destino turístico Puno - 2013", de modo similar citamos el trabajo de Franco Jove (2015) con su tesis de maestría titulada "La competitividad como factor determinante del desempeño y posicionamiento de Puno como destino turístico", por otro lado mencionamos al de Arohuanca Percca (2010) con su tesis de maestría denominada "Factores críticos de éxito y su influencia en el desarrollo turístico competitivo: caso comunidad de los Uros – Puno". Por lo expuesto anteriormente la competitividad es considerada como uno de los factores determinantes para el surgimiento y posicionamiento de un destino turístico; sin embargo, destinos turísticos como los que existen en Perú y en otros países vecinos no cuentan con información numérica específica sobre la medición de la competitividad de sus destinos, tampoco con la identificación de los factores claves de éxito y factores críticos de riesgo. En

consideración a lo señalado, se plantea como problema general ¿Cuáles son los factores claves de éxito y factores críticos de riesgo en el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo?. En relación a lo cual se plantea como objetivo general identificar los factores claves de éxito y factores críticos de riesgo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo, los resultados de la investigación muestran, en una escala de 1 a 3, que los factores claves de éxito que impulsan la competitividad se encuentran relacionados con los recursos con una valoración de 2.3 respaldado por sus atractivos naturales de gran singularidad, patrimonio inmaterial, eventos y expresiones culturales; y, como factores críticos de riesgo calificados como poco competitivos se encuentran las dimensiones con valoraciones menores o iguales a 2 se ubican: la dimensión factores de apoyo con 1.7 por contar con pocas áreas de entretenimiento para el turista, se requiere mejorar la calidad y certificaciones, etc.; la dimensión gestión del destino con 1.6 por presentar deficiencias en la aplicación de benchmarking, sistemas de información e inteligencia de mercados, institucionalización del cluster turístico, inteligencia competitiva y planeación para el desarrollo sostenible; la dimensión de condiciones de la demanda con una valoración de 1.6 por no estar posicionada en mercados internacionales, no desarrollar su imagen de marca turística, ni contar con enlaces del mercado, etc., y la dimensión modificadores situacionales con 2.0 con evaluaciones bajas en factores de subempleo, deterioro y contaminación entre otros.

MATERIALES Y METODOS

Se aplicó el enfoque mixto según la concepción de Hernández Sampieri (2014), puesto que se integraron los enfoques cualitativo y cuantitativo para realizar inferencias y/o conclusiones producto de la información procesada a fin de lograr mayor consistencia en la contratación de hipótesis y explicar las dimensiones que corresponden a los factores clave de éxito que impulsan la competitividad del destino turístico y las que corresponden a los factores críticos de riesgo que afectan a la competitividad de destino turístico de Yunguyo.

Se consideró el diseño no experimental ya que no se realizaron cambios o tratamientos a ninguna de las variables de estudio y la tipología corresponde a una investigación descriptiva de acuerdo a Rojas (2015), ya que se efectuó el análisis y descripción de los factores de éxito y factores de riesgo, que se evaluaron e identificaron en base a los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas para luego incidir en la descripción de la dimensión recursos. El instrumento empleado para identificar los factores claves de éxito, los factores críticos de riesgo y medir la competitividad del destino turístico de Yunguyo, fue el cuestionario denominado “Competitividad de destinos turísticos” aplicado a los agentes ofertantes bajo el modelo propuesto de Dwyer y Kim adaptado por M.Sc. Franco J., que evalúa la competitividad de destinos turísticos en función a cinco dimensiones: recursos, factores de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales, y que fueron cuantificadas

mediante una escala de Likert adaptada con un puntaje máximo de 3 que representa un “nivel competitivo” y un mínimo de 1 que representa un “nivel de nada competitivo”; adicionalmente se ha considerado los tramos entre cada nivel para la valoración de cada dimensión, es decir menores o iguales a 1 representan un nivel nada competitivo, menores o iguales a 2 representa un nivel poco competitivo y menores o iguales a 3 denota un nivel competitivo. Otro cuestionario se aplicó a turistas nacionales y extranjeros que visitaron el destino turístico de Yunguyo entre los meses de Octubre y Diciembre del año 2017; cuestionario que fue adaptado a partir del cuestionario aplicado a los agentes ofertantes.

Para la obtención de datos de los “agentes ofertantes” se consideró como población al conjunto de organizaciones que operan en el ámbito de la investigación, vinculadas con el sector turismo, las mismas que se presentan en la tabla 1.

Tabla 1: Población de organizaciones del sector turismo.

Organizaciones		
Actores Internos	Hoteles	11
	Restaurantes	11
	Transporte	07
Actores Externos	Cámara de Comercio	01
	DIRCETUR	01
	Consultor PDT	01
	Autoridades y especialistas del sector turismo.	04
Total		36

Fuente: Elaboración propia

El muestreo aplicado a los “agentes ofertantes” fue de tipo censal, en consecuencia, se aplicó el cuestionario a las 36 organizaciones consideradas en la tabla 1.

Para la identificación de la población de “agentes demandantes” se consideró como base los datos registrados por la DIRCETUR correspondientes al periodo enero - julio 2017 (tabla 2); considerándose como población, el promedio mensual de arribos de turistas nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje de la provincia de Yunguyo en el período mencionado (547 turistas).

Tabla 2: Arribo de turistas nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje de la provincia de Yunguyo, periodo enero – julio 2017.

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Promedio	%
Total	494	484	582	462	429	610	771	547.42	100%
Nacional	376	378	503	403	390	534	690	467.71	86.44%
Extranjero	118	106	79	59	39	76	81	79.71	14,56%

Fuente: DIRCETUR PUNO 2017.

El tamaño de muestra de “agentes demandantes” se calculó mediante la fórmula propuesta por Vara Horna (2012) para poblaciones finitas, considerando un margen de error de 6%, nivel de confianza de 94%, “Z” igual a 1.88, “N” igual a 547; y, “p” y “q” igual a 50%. Con lo que se obtuvo un tamaño de muestra igual a 170 turistas, los mismos que fueron encuestados según su disponibilidad de tiempo.

RESULTADOS

Como resultado de la investigación cuyo propósito fue identificar los factores claves de éxito y críticos de riesgo que inciden en la competitividad, los hallazgos se presentan en dos partes, primero el análisis de factores claves de éxito y segundo el análisis de los factores críticos de riesgo.

Factores claves de éxito que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo.

En el cuestionario aplicado a los “agentes ofertantes”, la valoración de la dimensión recursos comprendió una ponderación previa de cada uno de los factores que conforman dicha dimensión (tabla 3), esto con la finalidad de expresar de mejor modo el desempeño competitivo relativo de cada factor.

Tabla 3: Consolidado de resultados ponderados de los factores clave de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo – organizaciones.

Recurso	Promedio	Peso	Ponderado
Factores con buen desempeño competitivo en Recursos	2.6	0.65	1.7
Factores con poco desempeño competitivo en Recursos	1.5	0.3	0.5
Factores con deficiente desempeño competitivo en Recursos	1.2	0.05	0.1
TOTAL	1.8	1	2.3

Fuente: Cuestionario aplicado a agentes ofertantes.

En la tabla 3 se observa que los factores con buen desempeño competitivo en recursos, presentan un puntaje ponderado de 1.7, basados en que el destino posee una riqueza invaluable de recursos naturales y culturales; el puntaje ponderado de los factores con poco desempeño

competitivo en recursos es de 0.5, debido a que a pesar de existir condiciones para desarrollar y fortalecer el turismo, no se efectúan gestiones pertinentes, tampoco se oferta diferentes tipos de turismo (de aventura, ecológico, de salud, etc.) y el ponderado de factores con deficiente desempeño competitivo en recursos es de 0.1, debido a que no se han implementado servicios considerados importantes para el turista como: agencias del viaje, guías turísticos, etc. Finalmente de los tres grupos se tiene un ponderado total de 2.3 lo que indica que la dimensión de recursos es un factor clave de éxito que incide en el impulso de la competitividad del destino turístico por ubicarse en el rango de bueno y/o competitivo.

Por otro lado, respecto al cuestionario aplicado a los “agentes demandantes” los resultados obtenidos para la dimensión recursos se presentan en la tabla 4.

Tabla 4: Análisis de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo - turistas.

Recurso	Punt. Total	Promedio
1 Presencio o escucho de algún evento cultural como danzas que llamo su atención.	324	1.9
2 Considera atractivo los aspectos culturales de Yunguyo (costumbres, tradiciones).	410	2.4
3 Considera atractivo los espacios naturales de Yunguyo	421	2.5
4 Considera atractivo y de gran valor artístico los lugares históricos que posee Yunguyo (sitios arqueológicos).	394	2.3
TOTAL		2.3

Fuente: Cuestionario aplicado a agentes demandantes.

De acuerdo a la tabla 4, en el ítem 3 se obtuvo un promedio de 2.5, basado en que los turistas consideran bastante atractivo los espacios naturales de Yunguyo como las murallas, el complejo arqueológico del barrio kasani, las piedras casadas de Qalampuni, etc., seguido por el ítem 2, con una calificación promedio de 2,4 donde los turistas juzgan como atractivos los recursos culturales (costumbres y tradiciones), como el pago a la Pachamama en el Khapia, la celebraciones al Tata Pancho, los carnavales, entre otros; sigue el ítem 4, con una calificación promedio de 2,3 referido a que los turistas consideran atractivo y de gran valor artístico los sitios arqueológicos como: el centro ceremonial de Pahamaya (Ollaraya), el complejo arqueológico Queñuani, el santuario de Pukara, el Templo de Nuestra Señora de la Asuncion, etc., por último en el ítem 1 sólo se obtuvo una valoración de 1.9, debido a que no se realiza una difusión extensiva a los eventos culturales como la fiesta patronal de San Miguel en Ollaraya, la de San Santiago en Copani, la festividad de la Santa Cruz en Anapia, etc. En suma la dimensión recursos presentó un promedio de 2.3. En la tabla 5, se muestra el promedio consolidado de las valoraciones realizadas por los “agentes ofertantes” y “agentes demandantes”.

Tabla 5: Consolidado de factores claves de éxito según recursos que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo de acuerdo a las organizaciones y turistas.

Factor Clave de éxito	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Recursos	2.3	2.3	2.3

Fuente: Cuestionario aplicado a agentes ofertantes y agentes demandantes.

Como se observa en la tabla 5, la dimensión recursos del destino turístico de Yunguyo, obtuvo una valoración consolidada promedio de 2.3, sustentada en que posee una variedad de recursos turísticos, recursos culturales, una amplia herencia histórica y diversos eventos especiales, valoración que lo ubica dentro del rango de competitivo y bueno. Por lo que podemos aseverar que la dimensión de recursos, representa un factor clave de éxito para el destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo que inciden en la competitividad del destino turístico Yunguyo.

En las siguientes tablas se resumen la contrastación y análisis del consolidado de resultados obtenidos según organizaciones y turistas.

➤ **Dimensión de factores de apoyo**

Con la finalidad de obtener el consolidado de valoraciones de parte de las organizaciones y los turistas, se promediaron sus respectivas valoraciones (Tabla 6).

Tabla 6: Consolidado de valoraciones de la dimensión factores de apoyo que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Factor de apoyo	1.4	2.0	1.7

Fuente: Cuestionario aplicado a agentes ofertantes y agentes demandantes.

Como se observa en la Tabla 6, la dimensión de factores de apoyo es considerada como un factor crítico de riesgo con un promedio de 1.7 debido a que las organizaciones y turistas juzgan que en el destino no se realiza un adecuado mantenimiento de los servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, etc.) y por presentar pocos espacios recreativos, debido a que la mayoría de servicios turísticos funciona de manera informal; asimismo existe poca sensibilización de la población frente al turismo y también de las autoridades. El resultado se ubica en el rango de poco competitivo e insuficiente, lo que permite afirmar que esta dimensión es un factor crítico de riesgo y resta competitividad al destino turístico de Yunguyo.

➤ Dimensión gestión del destino

De las organizaciones y turistas encuestados se promediaron sus respectivas valoraciones a fin de obtener el consolidado de valoraciones correspondiente a la dimensión gestión del destino (Tabla 7).

Tabla 7: Consolidado de valoraciones de la dimensión gestión del destino que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Gestión del destino	1.3	1.9	1.6

Fuente: Cuestionario aplicado a agentes ofertantes y agentes demandantes.

Como se observa en la Tabla 7, la dimensión gestión del destino es considerada como un factor crítico de riesgo ya que presenta una valoración consolidada de 1.6, puesto que organizaciones y turistas consideran que existe una escasa innovación de actividades turísticas, no se desarrollan ni implementan planes propuestos en el PERTUR, no se realiza un eficiente uso del sistema de información de inteligencia de mercado, se realizan capacitación de RR.HH eventualmente, no existe un involucramiento en el turismo del gobierno local y solo se cumple con los documentos exigidos para el cumplimiento de metas, falta de actualización de información acerca del destino en las páginas de internet, etc. Resultado que lo ubica como factor crítico de riesgo y en consecuencia le resta competitividad al destino turístico de Yunguyo.

➤ Dimensión condiciones de la demanda

Para obtener el consolidado de valoraciones correspondiente a condiciones de la demanda se promediaron las valoraciones emitidas por las organizaciones y los turistas encuestados (Tabla 8).

Tabla 8: Consolidado de valoraciones de la dimensión condiciones de la demanda que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo	Promedio de organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Condiciones de la demanda	1.3	1.9	1.6

Fuente: Cuestionario aplicado a agentes ofertantes y agentes demandantes.

La información reflejada en la Tabla 8 demuestra que la dimensión de condiciones de la demanda es un factor crítico de riesgo que le resta competitividad al destino turístico de Yunguyo con una valoración consolidada de 1.6, de acuerdo a las organizaciones y turistas, debido a que el destino turístico no está posicionado a nivel nacional ni internacional, no posee una marca representativa del destino, además presenta poca variedad de actividades e incluso

una escasa existencia de centros de información, no precisa un claro perfil de turistas que provienen de diferentes países, se realiza una deficiente promoción y difusión del lugar así como el insuficiente aprovechamiento de los atractivos y accesibilidad del lugar.

➤ **Dimensión modificadores situacionales**

De las valoraciones realizadas por las organizaciones y los turistas, se promediaron respectivamente los resultados con el propósito de lograr el consolidado de valoraciones (Tabla 9).

Tabla 9: Consolidado de valoraciones de la dimensión modificadores situacionales que inciden en la competitividad del destino turístico de Yunguyo.

Factores críticos de riesgo	Promedio de Organizaciones	Promedio de Turistas	Consolidado de promedios
Modificadores situacionales	1.8	2.2	2.0

Fuente: Cuestionario aplicado a agentes ofertantes y agentes demandantes.

Según la información presentada en la Tabla 9, la dimensión modificadores situacionales es considerada por organizaciones y turistas como un factor crítico de riesgo, cuyo promedio consolidado es de 2.0 resultado que tiende a ubicarse en el rango competitivo, debido a que dos características particularmente que evalúa la dimensión, las cuales son: conflictos sociales y percepción de inseguridad, presentan valoraciones optimas de parte de los turistas, pero debe indicarse que el promedio de días total que permanece un turista en el destino es de 1.29; por lo tanto la mayoría de turistas no perciben concretamente las dos características mencionadas, generando resultados que difieren con los emitidos por las organizaciones encuestadas. Según los reportes del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) e informes realizados por la defensoría del pueblo, Puno está dentro de los departamentos que presenta mayor cantidad de casos de conflictos sociales, también tiene los porcentajes más elevados en percepción de inseguridad, en consecuencia son características que afecta la imagen de todos los destinos turísticos dentro del departamento.

Luego del análisis realizado para cada dimensión de la competitividad de destinos turísticos; se tiene identificado en el factor clave de éxito a la dimensión de recursos y como factor crítico de riesgo a las dimensiones de factor de apoyo, gestión del destino, condiciones de la demanda y modificadores situacionales. De los resultados totales de cada dimensión obtenemos un promedio de 1.8 para el nivel de competitividad del destino turístico de Yunguyo el cual se ubica en el rango de poco competitivo. Finalmente de acuerdo al resultado de las evaluaciones realizadas sobre factores claves de éxito y factores críticos de riesgo que afectan la competitividad, es que se propone estrategias de acción e indicadores que responden a cada dimensión evaluada, para potenciar los factores claves de éxito que impulsan la competitividad,

y por otro lado permitan reducir los factores críticos de riesgo que inciden negativamente en la competitividad del destino turístico Yunguyo.

DISCUSION DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados de la investigación, según las organizaciones y turistas en la dimensión de recursos se obtuvo una valoración de 2.3, lo cual indica que esta dimensión es un factor clave de éxito que incide en el impulso de la competitividad del destino turístico de Yunguyo, puesto que se ubica en el tramo de 2 a 3 de la escala de valoración. Este resultado es similar al que sostiene Franco Jove (2015), quien llegó a la conclusión de acuerdo al análisis del modelo teórico de Dwyer y Kim, que las ventajas competitivas de Puno como destino turístico son el contar con atractivos naturales de gran interés y singularidad; ser parte de la ruta Cuzco – la Paz interoceánica; poseer expresiones culturales quechua y aymara. También es corroborado por Arohuanca (2010) quien menciona que los factores críticos de éxito identificados para el caso de los Uros y que influyen en el desarrollo competitivo territorial son básicamente: la preservación de la identidad cultural, tradiciones, vivencias y la unidad organizacional (particularidad del modus vivendi). De igual manera según Yucra (2010) tuvieron resultados parecidos y se concluye que la percepción de la comunidad de Llachon, como destino turístico; cuenta con recursos turísticos de primer orden destacando: los recursos naturales, los recursos inmateriales (folklore, costumbres, tradiciones, artesanía entre otros). El investigador Salamanca (2001) tuvo resultados parecidos y llegó a la conclusión que el distrito de Ilave posee una diversidad de recursos turísticos potenciales, tanto, naturales culturales y folklore para la apertura del desarrollo de la actividad turística dentro del ámbito del distrito de Ilave, las costumbres y tradiciones. Asimismo Alanya (2014) encontró resultados parecidos y concluye que los factores que describen y explican la situación actual de Puno como destino turístico son algunos elementos que están bastante desarrollados y otros escasamente trabajados y según la ubicación del punto en el plano de posicionamiento estratégico del destino turístico Puno, este se encuentra en una posición competitiva, este resultado se debe sobre todo a los recursos turísticos con los que cuenta la región y el incremento de la demanda anual.

La valoración consolidada de la evaluación de organizaciones y turistas para la dimensión factores de apoyo es de 1.7 lo que indica que es un factor crítico de riesgo e incide negativamente en la competitividad, esto debido a que las organizaciones que operan en el sector turismo no cuentan con las correspondientes certificaciones de calidad, en otro extremo según la Consultora de Sistema de Gestión y Normas ISO (2017) China figura como el primer país a nivel mundial con certificaciones ISO 9001 (calidad), ISO 14001 (sistemas de gestión ambiental), ISO 22000 (sistemas de gestión de la inocuidad de alimentos), ISO 20000-1 (requisitos del sistema de gestión de servicio), lo cual indica que China sigue las normas de sistemas de gestión establecidos para el funcionamiento de las empresas.

Por otro lado para la dimensión gestión del destino, de acuerdo a los resultados obtenidos producto de la valoración de parte de organizaciones y turistas, se tiene una valoración consolidada de 1.6, esto indica que es un factor crítico de riesgo y resta competitividad a Yunguyo, debido a que la gestión de los recursos financieros, RR.HH, tecnológicos, etc., no se desarrolla de manera eficaz y eficiente por parte de las autoridades regionales, locales y demás involucrados en el sector turismo. Por otro lado a nivel internacional según el Ayuntamiento de Barcelona (2014), la valoración de los visitantes al destino turístico de Barcelona es altamente positiva en la mayoría de los aspectos de la ciudad, destacando ámbitos tan variados como lugares de ocio y entretenimiento, la planta hotelera, la oferta comercial y de restauración, así como la amplia oferta de equipamientos e instalaciones para el turismo de ferias, también es apreciada por su calidad de creatividad e innovación puestos en el desarrollo de productos y actividades turísticas. Sobre todo el gran impacto del turismo en Barcelona es producto de una estrategia singular de la gestión turística por parte del Ayuntamiento de Barcelona y una gran y estrecha coordinación interdepartamental que garantice la coherencia de las políticas de turismo. Además se resaltan aspectos como el desarrollo de la actividad turística, la gestión de los efectos del turismo (regulación y control) y todo en el marco del impulso de políticas de turismo responsables y sostenibles.

Del mismo modo la dimensión condiciones de la demanda también es considerada como un factor crítico de riesgo de acuerdo a la valoración consolidada por parte de las organizaciones y los turistas, cuyo valor es 1.6 por no estar posicionado a nivel internacional, ni poseer una imagen y/o marca turística, en contra posición a esto según Narros (2016) y la OMT Paris – Francia es el país mas turístico del mundo, es decir, el mejor posicionado en el mercado internacional, debido a la innovación turística, adaptación a las nuevas necesidades del público, también busca el desarrollo de nuevas experiencias. París presenta una oferta musical variada, oferta gastronómica, oferta de tiendas, turismo de negocios, turismo temático, etc. El atractivo turístico de Francia se basa en una infraestructura muy desarrollada que hace que sea un país turístico muy atractivo con el fin de responder a las necesidades de la demanda, Francia ofrece un amplio abanico de posibilidades para poder llevar a cabo distintas modalidades de turismo y no cesa de innovar para seguir posicionándose entre las primeras potencias mundiales. Tampoco podemos olvidar que París es conocida por ser la Ciudad del Amor, la Ciudad de las Luces y la Ciudad de la Moda.

También de acuerdo a las organizaciones y los turistas la dimensión de modificadores situacionales es considerado como un factor crítico de riesgo, con una valoración consolidada de 2.0 por presentar ciertos índices de inseguridad ciudadana y conflictos sociales en la región de Puno, consecuentemente esto le resta competitividad a Yunguyo. Por otro lado a nivel internacional según el Next Internacional Business School (2017) indica que la seguridad de un país es uno de los factores más decisivos a la hora de elegir el próximo destino de vacaciones.

Por este motivo, los países de Dinamarca e Islandia se posicionan como los destinos turísticos más seguros del mundo, teniendo en cuenta parámetros relacionados con el nivel de paz o la ausencia de violencia, Dinamarca; es un pequeño país europeo altamente clasificado en la lista de los países más seguros e incluso se dice que es el país más seguro de la Tierra, la probabilidad de que los turistas se enfrenten a cualquier amenaza grave es mínima. Para este país el crecimiento económico no debe deteriorar el medio ambiente ni perjudicar a la naturaleza, algunos de los medios para alcanzar estos objetivos son los impuestos al consumo de energía y al vertido de aguas residuales, ya que se busca un desarrollo sostenible, por otro lado el sistema social actúa como una red de seguridad que protege a los daneses desde el momento de su nacimiento hasta su muerte, y por otro lado Islandia es famosa por sus paisajes únicos de volcanes y géiseres tanto como por sus logros en materia de bienestar social; el centro de estudios australiano Institute for Economics and Peace posiciona a este país como uno de los destinos turísticos más seguros del mundo debido a la eficacia de sus políticas de seguridad social, sus méritos medioambientales, sus avances en igualdad de género (a inicios de año, el país se convirtió en el primero del mundo en obligar a las empresas a demostrar que pagan equitativamente a hombres y mujeres), y sus mejoras en materia de salud pública. Islandia es el único país de la OTAN que no posee Fuerzas Armadas, puesto que fueron abolidas en el siglo XIII y sólo una ínfima parte de los 679 policías del país lleva armas.

CONCLUSIONES

Se ha identificado como factor clave de éxito a la dimensión recursos por haber obtenido un promedio consolidado de 2.3 de parte de las organizaciones y turistas, debido a la riqueza invaluable de recursos naturales que posee así como el lago menor de Wiñaymarca, el cerro khapia, el cerro Juana, el centro Ceremonial de Pahamaya; recursos culturales, la zona posee un amplio patrimonio inmaterial heredado expresado en las costumbres y tradiciones, Yunguyo también presenta lugares históricos de gran valor artístico así como el complejo arqueológico Queñuani, santuario de Pukara, templo de nuestra señora de Asuncion entre otros; además de eventos culturales como fiestas patronales y costumbristas, la más representativa de la Zona es la festividad es San Francisco de Borja – Tata Pancho. En este sentido la dimensión recursos impulsa la competitividad de Yunguyo como destino turístico frente a otros.

Se identifica como factor crítico de riesgo a las dimensiones comprendidas por: factor de apoyo con un promedio de 1.7, seguidamente gestión del destino con un promedio de 1.6, asimismo tenemos a la dimensión condiciones de la demanda con un promedio de 1.6, y por último la dimensión modificadores situacionales con un promedio 2.0; todas estas dimensiones se tipifican como poco competitivos y constituyen factores de riesgo que afectan negativamente la competitividad del destino turístico Yunguyo.

La propuesta es planteada en función al análisis efectuado sobre los resultados obtenidos de factores de claves éxito y factores críticos de riesgo que afectan la competitividad del destino turístico, donde se plantean estrategias, acciones e indicadores formuladas para cada dimensión de la competitividad y están orientadas a potenciar los factores claves de éxito, así como reducir los factores críticos de riesgo con el fin de incrementar el nivel de competitividad del destino turístico Yunguyo. Enfatizando el manejo adecuado de los recursos naturales y culturales destinados a generar una ventaja diferenciada frente a otros destinos, asimismo se busca el mejoramiento de la infraestructura, el ordenamiento urbano mediante la integración entre el sector público y privado juntamente con una gestión eficaz y eficiente de los recursos para mejorar el producto turístico ofrecido para responder a las perspectivas del turista; por otro lado también se enfatiza en la seguridad, empleo y conservación ambiental para establecer un mejor control sobre estas variables, además de los impactos que puedan resultar de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y los visitantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Alanya, D. M. (2014). *Análisis de factores para la evaluación del posicionamiento estratégico del destino turístico Puno - 2013*. (tesis de grado), Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Arohuanca Percca, P. A. (2010). *Factores críticos de éxito y su influencia en el desarrollo turístico competitivo: caso comunidad de los Uros - Puno periodo 2008- 2009*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Escuela de Postgrado.
- Barcelona, A. d. (2014). *El Sector Turístico en Barcelona*. Área de Economía, Empresa y Ocupación , 32.
- Cayo Velazquez, N. E., & Apaza Tarqui, A. (2017). *Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico*. UNAP - COMUNIC@CION, 8 (2), 9.
- Franco Jove, A. M. (2015). *La competitividad como factor determinante del desempeño y posicionamiento de Puno como destino turístico*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Escuela de Postgrado.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Edamsa Impresiones, S.A. de C.V.

- Narros Arranz, M. (2016). *Analisis del Turismo Nacional Frances*. Universidad de Valladolid , 61.
- Rojas Cairampoma, M. (2015). *Tipos de investigacion cientifica: una simplificacion de la complicada incoherente nomenclatura y clasificacion*. REDVET., N° 16, 15.
- Salamanca Paredes, J. (2001). *Potencial turistico del distrito de Ilave para un nuevo destino turistico*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela Profesional de Turismo.
- Vara Horna, A. A. (2012). *Siete pasos para una tesis exitosa desde la idea hasta la sustentación*. Lima: Universidad Nacional de San Martin de Porres.
- Yucra Flores, P. (2010). *Percepcion de los elementos, factores y componentes turisticos que se observan en la visita a la comunidad de Llachon como destino turistico*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela Profesional de Turismo.