

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



TESIS

**COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO EN EL CENTRO POBLADO DE HUASAO,
DISTRITO DE OROPESA, PROVINCIA DE QUISPICANCHI, REGIÓN CUSCO - 2019**

PRESENTADO POR:

Br. ARNOLD CRHISTIAN GUTIERREZ CLEMENTE

Br. KARINA SANCHEZ CONDORHUANCA

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

ASESOR:

Dr. GABRIEL SUYO CRUZ

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

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

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO EN EL CENTRO POBLADO DE HUASAO, DISTRITO DE OROPESA, PROVINCIA DE QUISPICANCHI, REGIÓN CUSCO - 2019

presentado por: Arnold Christian Gutierrez Clemente con DNI Nro.: 74050602 presentado por: Karina Sanchez Condorhuanca con DNI Nro.: 47201924 para optar el título profesional/grado académico de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 3 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9%.

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

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

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

Cusco, 19 de Marzo de 2025

Firma
Post firma GABRIEL SUYO CRUZ

Nro. de DNI 23942696

ORCID del Asesor 0000-0002-9490-403X

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:440804114 ✓

CORRECCIÓN FINAL TESIS 18 diciembre 2024.docx

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:440804114

Fecha de entrega

19 mar 2025, 1:03 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

19 mar 2025, 1:25 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

CORRECCIÓN FINAL TESIS 18 diciembre 2024.docx

Tamaño de archivo

17.9 MB

162 Páginas

30.648 Palabras

172.100 Caracteres

9% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 19 words)

Top Sources

- 9%  Internet sources
- 0%  Publications
- 5%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación principalmente a Dios, por otorgarnos sabiduría, paciencia, fuerza, motivación; por ser inspirador en la obtención de nuestro anhelo deseado.

A mis padres Antonio y Cayetana por brindarme su apoyo y motivación incondicional para así poder conseguir mis objetivos y perseguir mis metas frente a las adversidades; a mis hermanas Roxana y Rosmery de quienes siempre recibí su apoyo y exigencia en cada paso y decisión que tomo.

A mi esposo, amigo, compañero de vida quien me apoyo y alentó en todo momento. A mi amado hijo Yheico Alessandro quien es mi motivación y alegría.

Karina Sanchez Condorhuanca.

El presente trabajo de investigación está dedicado primeramente a Dios por bendecirnos siempre y guiar nuestro camino, también va dedicado para un ser muy importante que es mi abuela Crisaldina que se encuentra guiándome desde cielo.

A mis padres y hermano, que siempre me dieron las fuerzas y apoyo para seguir mis sueños, que a pesar de las circunstancias estuvieron dándome sus palabras de aliento, a mi novia quien con sus ganas de salir adelante estuvo siempre a mi lado.

Crhistian A. Gutierrez Clemente.

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento a Dios, por guiarnos, darnos fortaleza y salud para así poder conseguir nuestro anhelado sueño.

A nuestra casa de estudio, que es nuestra alma mater Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por acogernos en los años de estudio.

A nuestros docentes, por brindarnos enseñanza, conocimiento y apoyo en esta primera etapa de nuestro desarrollo profesional.

A nuestro asesor DR. GABRIEL SUYO CRUZ por guiarnos y dirigirnos con su conocimiento y enseñanza durante el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

A nuestros familiares por el apoyo incondicional y comprensión siendo los principales promotores de nuestro sueño.

Los autores

PRESENTACIÓN

Señor Decano de la Facultad de Administración y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Señores Miembros del Jurado:

De conformidad al reglamento de grados y títulos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, se ha elaborado la presente tesis intitulada: **COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO EN EL CENTRO POBLADO DE HUASAO, DISTRITO DE OROPESA, PROVINCIA DE QUISPICANCHI - REGIÓN CUSCO – 2019**, con la finalidad de optar al Título Profesional de Licenciados en Administración.

Agradecemos a la autoridad del Centro Poblado de Huasao, a las personas dedicadas a la actividad turística por brindarnos la información requerida para el desarrollo del presente trabajo: así mismo, consideramos que la presente tesis es una oportunidad para mostrar lo aprendido en nuestra formación académica y sobre todo aportar nuestro conocimiento en beneficio de la sociedad.

Karina Sanchez Condorhuanca.

Crhistian A. Gutierrez Clemente

ÍNDICE GENERAL

.....	1
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PRESENTACIÓN.....	iv
ÍNDICE GENERAL	v
RESUMEN.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	6
1.2.1 Problema general.....	6
1.2.2 Problema específico.....	6
1.3 Objetivos de la investigación.....	7
1.3.1 Objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivo específico.....	7
1.4 Justificación.....	7
1.4.1 Justificación práctica.....	8
1.4.2 Justificación socioeconómica.....	8
1.5 Delimitación de la investigación.....	8

1.5.1	Delimitación espacial.....	8
1.5.2	Delimitación temporal.....	8
1.5.3	Delimitación social.....	8
1.6	Limitaciones del estudio.....	9
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....		10
2.1	Bases teóricas.....	10
2.1.1	Teoría de la Competitividad.....	10
2.1.2	Teoría del turismo.....	20
2.2	Marco Conceptual.....	21
2.2.1	Turismo.....	21
2.2.2	Destino turístico.....	21
2.2.3	Visitante.....	22
2.2.4	Prestadores de servicios turísticos.....	22
2.2.5	Recurso turístico.....	22
2.2.6	Atractivo turístico.....	22
2.2.7	Turismo temático.....	22
2.2.8	Turismo cultural.....	23
2.2.9	Turismo rural.....	23
2.2.10	Turismo de aventura.....	23
2.2.11	Turismo Místico.....	23
2.2.12	Turismo gastronómico.....	23

2.2.13	Turismo ecológico	23
2.2.14	Corredor del valle sur	23
2.2.15	Potencialidades	24
2.3	Marco Normativo	24
2.3.1	Ley General del Turismo N° 29408, Promulgado el 17 de setiembre del 2009. 24	
2.3.2	Categorización de los recursos turísticos	25
2.3.3	Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972 (MEF,2021).....	26
2.4	Estado de arte de la investigación	26
2.4.1	Nivel internacional	26
2.4.2	A nivel nacional	29
2.4.3	A nivel local	32
CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLE		34
3.1	Hipótesis general.....	34
3.2	Identificación de variables, dimensiones e indicadores	34
3.2.1	Variable: Competitividad de los destinos turísticos.	34
3.2.2	Dimensiones e indicadores.....	34
3.3	Matriz de operacionalización de la variable	35
CAPÍTULO IV METODOLOGÍA.....		37
4.1	Ámbito de estudio: Localización política y geografía	37
4.1.1	Localización	37

4.1.2	Límites.....	38
4.2	Tipo y Nivel de Investigación.....	39
4.2.1	Por el tipo.....	39
4.2.2	Por la naturaleza de los datos.....	39
4.2.3	Por el diseño de la investigación.....	39
4.2.4	Por la prolongación en el tiempo.....	40
4.2.5	Por el nivel de investigación.....	40
4.4	Método.....	40
4.5	Unidad de análisis.....	40
4.6	Población de estudio.....	40
4.7	Tamaño de la muestra.....	41
4.8	Técnicas e instrumentos de recolección de información; Error! Marcador no definido.	
4.8.1	Técnicas de análisis recolección de información.....	42
4.8.2	Instrumentos.....	42
CAPÍTULO V.....		44
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....		44
5.1	Procesamiento, análisis, interpretación y resultados.....	44
5.1.1	Procesamiento.....	44
5.1.2	Análisis.....	48
1.2	Discusión de resultados.....	112

CONCLUSIONES.....	114
RECOMENDACIONES	117
Referencias	119
ANEXOS	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Actividades realizadas por turistas extranjeros que visitan Cusco.....	3
Tabla 2 Número de personas que visitaron a Machu Picchu	4
Tabla 3. Infraestructura básica para un centro poblado.....	16
Tabla 4 Operacionalización de Variable.....	36
Tabla 5 Ubicación geográfica del Centro Poblado de Huasao.....	37
Tabla 6 Autoridades a entrevistar.....	40
Tabla 7 Población de personas relacionadas directamente con la actividad turística	41
Tabla 8 Población de personas que visitan los atractivos turísticos del Centro Poblado de Huasao.....	41
Tabla 9 Distribución de los ítems del cuestionario dirigido a personas dedicadas a la actividad turística.....	44
Tabla 10 Confiabilidad con el instrumento alfa de Cronbach.....	45
Tabla 11 Medición de baremo competitividad del destino turístico evaluado por el visitante	45
Tabla 12 Medición de baremo competitividad del destino turístico evaluado por las personas dedicadas a la actividad turística.....	46
Tabla 13 Medición de baremo con base a las dimensiones evaluado por las personas dedicadas a la actividad turística	46
Tabla 14 Medición de baremo con base a las dimensiones evaluado por las personas dedicadas a la actividad turística	47
Tabla 15 Medición de baremo con base a las dimensiones evaluado por las personas dedicadas a la actividad turística	48
Tabla 16 Número de habitantes de centros poblados del distrito de Oropesa.....	51
Tabla 17. Número de habitantes del Centro Poblado de Huasao	51

Tabla 18 Capacidad de la infraestructura turística del Centro Poblado de Huasao	52
Tabla 19 Análisis del microentorno competitivo del centro poblado de Huasao.....	62
Tabla 20 Precio de los destinos turísticos	67
Tabla 21 Organizaciones Sociales	68
Tabla 22 Competitividad del destino turístico según las personas dedicadas a la actividad turística.....	74
Tabla 23 Nivel de Recursos creados.....	75
Tabla 24 Capacidad en la infraestructura turística	76
Tabla 25 Actividades recreativas.....	77
Tabla 26 Capacidad de instalaciones comerciales	79
Tabla 27 Nivel de Recursos heredados.....	80
Tabla 28 Recursos naturales	81
Tabla 29 Análisis de patrimonio cultural e histórico	82
Tabla 30 Nivel de Recursos y factores de carácter general.....	83
Tabla 31 Calidad del servicio	85
Tabla 32 Accesibilidad de los destinos turísticos.....	86
Tabla 33 Hospitalidad a los visitantes	87
Tabla 34 Nivel de Condiciones situacionales para el desarrollo.	89
Tabla 35 Diagnóstico de la situación geográfica	90
Tabla 36 Análisis del micro entorno competitivo.....	91
Tabla 37 Análisis del macro entorno competitivo	92
Tabla 38 Nivel de seguridad para los visitantes	94
Tabla 39 Precio de los destinos turísticos	95
Tabla 40 Nivel de Política y gestión.	96
Tabla 41 Participación de las organizaciones en la actividad turística.....	97

Tabla 42 Publicidad y marketing para la actividad turística	98
Tabla 43 Capacitación del recurso humano	99
Tabla 44 Gestión del medio ambiente	100
Tabla 45 Nivel de Condiciones de demanda	101
Tabla 46 Preferencia del visitante	102
Tabla 47 Percepción del destino turístico	103
Tabla 48 Competitividad del destino turístico según los visitantes	105
Tabla 49 Recursos creados	106
Tabla 50 Dimensión recursos heredados	107
Tabla 51 Recursos y factores de carácter general	108
Tabla 52 Condiciones para el desarrollo	109
Tabla 53 Política y gestión	110
Tabla 54 Condiciones de demanda	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Índice de competitividad turística departamental 2019 – Puntajes	2
Figura 2 Modelo Integrado de la competitividad del destino turístico de Dwyer y Kim...15	15
Figura 3 Ubicación geográfica vía satelital del centro poblado de Huasao.....38	38
Figura 4 Zona de estudio Huasao.....38	38
Figura 5 Aspectos geográficos.....50	50
Figura 6 Fotografía de Circuitos de cuatrimotos53	53
Figura 7 Fotografía del humedal de Huasao.....57	57
Figura 8 Fotografía de una escultura57	57
Figura 9 Fotografía de la Capilla de Huasao.....59	59
Figura 10 Publicidad de medios periodísticos.....69	69
Figura 11 Publicidad en Redes Sociales.....69	69
Figura 12 Publicidad de TripAdvisor70	70
Figura 13 Actividades turísticas71	71
Figura 14 Competitividad del destino turístico según las personas dedicada a la actividad turística.....74	74
Figura 15 Nivel de Recursos creados75	75
Figura 16 Capacidad en la infraestructura turística76	76
Figura 17 Descripción de actividades de recreación78	78
Figura 18 Capacidad de instalaciones comerciales79	79
Figura 19 Nivel de Recursos heredados80	80
Figura 20 Descripción de recursos naturales81	81
Figura 21 Análisis de patrimonio cultural e histórico82	82
Figura 22 Nivel de Recursos y factores de carácter general84	84
Figura 23 Satisfacción del visitante con la calidad del servicio85	85

Figura 24 Accesibilidad de los destinos turísticos	86
Figura 25 Hospitalidad a los visitantes.....	88
Figura 26 Nivel de Condiciones situacionales para el desarrollo.....	89
Figura 27 Diagnóstico de la situación geográfica	90
Figura 28 Análisis del micro entorno competitivo	91
Figura 29. Análisis del macro entorno competitivo	93
Figura 30 Nivel de seguridad para los visitantes.....	94
Figura 31 Precio de los destinos turísticos.....	95
Figura 32 Nivel de Política y gestión.....	96
Figura 33 Participación de las organizaciones en la actividad turística	97
Figura 34 Publicidad y marketing para la actividad turística.....	98
Figura 35 Capacitación del recurso humano.....	100
Figura 36 Gestión del medio ambiente	101
Figura 37 Nivel de Condiciones de demanda.....	102
Figura 38 Preferencia del visitante.....	103
Figura 39 Percepción del destino turístico	104
Figura 40 Competitividad del destino turístico según los visitantes.....	105

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo describir el nivel de competitividad del destino turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019, por el nivel es descriptivo, de tipo aplicado, con un enfoque cuantitativo, por el diseño es no experimental y con una sola variable de estudio, tomando como población del estudio a la autoridad edil, a 36 personas relacionadas directamente con la actividad turística y al promedio de visitantes, la muestra corresponde al método no probabilístico por conveniencia, la técnica de investigación fue la observación directa, la entrevista y las encuestas, los instrumentos de investigación fue guía de observación directa, guía de entrevista y cuestionario. Se llegó a la conclusión que El centro poblado de Huasao cuenta con potencial de atractivos turísticos, que son preferidos por los visitantes locales dentro del Corredor del Valle Sur, además de poseer recursos naturales y creados, que turísticamente lo convierten en un atractivo, sin embargo, el tema de la competitividad turística requiere del trabajo conjunto entre las autoridades, las organizaciones y el sector empresarial y de este modo satisfacer las expectativas de los visitantes sobre los atractivos turísticos del Centro Poblado de Huasao.

Palabras clave: competitividad, competitividad turística, destino turístico.

ABSTRACT

The objective of this research work is to describe the level of competitiveness of the tourist destination in the populated center of Huasao, Oropesa district, Quispicanchi province - Cusco region - 2019. It should be noted that this research work does not have a hypothesis since the type research is descriptive. To achieve this objective, a basic type of research was carried out with a quantitative research approach, descriptive level, research design is of a non-experimental type, with a single study variable taking as the study population made up of: the mayor of the Huasao Town Center , 36 people directly related to the tourist activity and 50 people who visit the tourist attractions of the Huasao Town Center, the sample corresponds to a non-probabilistic method for convenience, the research technique was direct observation, interviews and surveys, the Research instruments were direct observation guide, interview guide and questionnaire.

It was concluded that the Huasao Town Center has the potential for tourist attractions, with a great preference for local visitors within the South Valley Corridor, since it has many natural and created resources that make it attractive for tourists, however, the issue of tourism competitiveness requires joint work between authorities, organizations and the business sector and in this way satisfy the expectations of visitors about the tourist attractions of the Huasao Town Center.

Keywords: competitiveness, tourism competitiveness, tourist destination.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo diagnosticar la competitividad del destino turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019. Huasao, llamada desde el antaño “Tierra del curanderismo andino” donde se desarrolla el turismo místico desde entonces. El primero de mayo del año 2018 se inaugura el proyecto denominado “ Recuperación del ecosistema con potencial ecoturístico y belleza paisajista del Humedal de Huasao, Distrito de Oropesa, Quispicanchi, Cusco”, donde se incluye el diseño de réplicas de personajes de las películas “Guardianes de la Galaxia” y “El Señor de los Anillos” que hizo que se convirtiera un en un centro de interés de los cusqueños y turistas que conllevó a que se generará un impacto turístico y un desarrollo económico desordenado de los habitantes; así como, para muchos lugareños fue una oportunidad ya que el impacto de la apertura del Humedal de Huasao permitió la apertura de otras actividades turísticas complementarias desarrollando sus actividades de forma tradicional lo que impide que sus empresas o negocios familiares tengan un crecimiento, lo cual motivó a realizar el estudio de investigación,

El presente trabajo de investigación se divide en cinco capítulos:

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, contiene la descripción del problema, formulación del problema, objetivos de la investigación, justificación y delimitación de la investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL, contiene las teorías que sustentan esta tesis, el marco conceptual, marco legal y el estado de arte de investigación.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLE, contiene la hipótesis general, identificación de variables e indicadores y la operacionalización de variable.

CAPITULO IV: METODOLOGÍA, contiene el ámbito de estudio, tipo y nivel de investigación, unidad de análisis, población de estudio, tamaño de la muestra, técnicas e instrumentos de recolección de información.

CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN, contiene el procesamiento, análisis, interpretación y resultados.

Para finalizar el presente trabajo presentamos las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y sus correspondientes anexos que sustenta el trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

El turismo a nivel mundial tiene un impacto muy importante experimentando una continua diversificación de destinos y crecimiento en las últimas décadas, convirtiéndose en un motor clave para el desarrollo y prosperidad socioeconómico a escala mundial y mucho más para los países latinoamericanos que se encuentran en el ojo del mundo como uno de los destinos más importantes para visitar, según el proveedor independiente líder mundial de estudios de mercado estratégicos International Euromonitor (2021), señala la existencia de una fuerte participación de los Estados Unidos al enviar gran cantidad de turistas americano a la Región Latinoamericana, de igual forma enfatiza que los visitantes europeos tienen una preferencia por visitar Brasil , esto debido a ser considerados algo barato y exótico. En cuanto a países asiáticos, América Latina ha tenido participación de turistas chinos en función al turismo corporativo, ya que existe un gran ascenso por parte de la clase media chino dispuesto a gastar incluyendo en viajes vacacionales.

El crecimiento notable de los flujos turísticos viene aparejado de un incremento en cuanto al número de destinos, asimismo, este incremento ha provocado mayor competencia entre los destinos turísticos con la finalidad de captar un mayor número de turistas, esta situación favorece un ambiente que busca alcanzar óptimos niveles de competitividad.

El Informe de Competitividad de Viajes y Turismo 2019 ubica al Perú como uno de los cinco países latinoamericanos mejores rankeados a nivel global, detrás de México (19), Brasil (32), Costa Rica (41) y Panamá (47). Además, muestra un constante avance del sector turístico peruano respecto a la posición que tuvo en los tres últimos periodos: 51 (2017), 58 (2015) y 73 (2013).

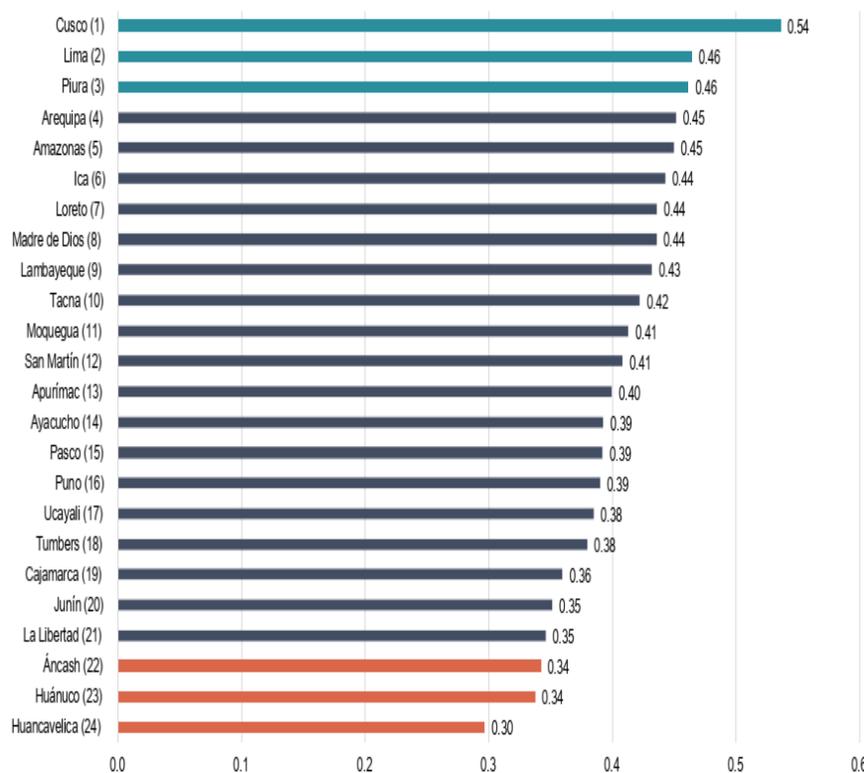
El turismo en el Perú ha ido en crecimiento de manera rápida, en lo referente al índice de competitividad turística departamental, comprende el desempeño de los 24 departamentos del

país en un set de factores y políticas vinculadas con un ambiente habilitador que favorece el desarrollo sostenible de las actividades turísticas e impacta directamente en la experiencia de los visitantes, los cuales a su vez influyen en la competitividad económica de aquellas localidades que más dependen de la oferta turística.

En 2019, Cusco lideró el ranking de competitividad turística departamental con un puntaje de 0.54, obteniendo una diferencia de 0.08 punto de Lima y Piura. Esta diferencia es una de las más amplias observadas entre los departamentos durante el periodo de análisis y, de acuerdo con la metodología implementada para el cálculo, indicaría que ese departamento cuenta con una importante ventaja en indicadores clave que componen los pilares de competitividad con respecto a los demás.

Figura 1

Índice de competitividad turística departamental 2019 – Puntajes



Nota. Elaborado por Sociedad Comercio Exterior del Perú (Comex Perú, 2019).

Por consiguiente, el turismo viene manteniendo una actividad económica muy importante capaz de generar un desarrollo social y económico positivo en la población, esto contribuye a generar una inclusión dentro de la sociedad y permite la erradicación de la pobreza.

El turismo en Cusco genera un movimiento y a su vez existe una reactivación económica del lugar, generando empleos, obras de infraestructura, desarrollo de la gastronomía, crecimiento de la empresa de transportes, diversificación de actividades turística, etc.

De acuerdo al Perfil del Turista Extranjero que visita Cusco (2019), podemos ver las actividades turísticas que se realizaron en el destino al departamento de Cusco, las cuales podemos resumir en la siguiente tabla:

Tabla 1

Actividades realizadas por turistas extranjeros que visitan Cusco.

Actividades turísticas	100
Cultura	
Visitar sitios arqueológicos	96
Pasear, caminar por la ciudad	85
Visitar parques, plazuela de la ciudad	85
City tour guiado	65
Visitar iglesias/catedrales/conventos	60
Visitar museos	54
Visitar inmuebles históricos	46
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	20
Naturaleza	
Visitar áreas y/o reservas naturales	77
Pasear por ríos, lagos, lagunas / cascadas / cataratas	18
Observación de flora	17
Observación de aves	10
Observación de mamíferos	10
Aventura	
Trekking / Senderismo / Hiking	65
Montañismo	19
Andinismo	16
Camping	9

Nota. Tomado y adaptado del Perfil del Turista Extranjero que visita Cusco 2019.

Esta tabla nos indica que la mayor actividad realizada en la ciudad del Cusco, son las actividades culturales con un 95% seguida de actividades en entornos naturales con un 84% y por último se encuentran las de aventura con un 68 %. Es por esa razón que se entiende que

uno de los departamentos con mayor afluencia es el departamento de Cusco, el cual tiene como maravilla del mundo al Santuario Histórico de Machupicchu encontrándose en la etapa madura de afluencia turística como se observa en la tabla 2. No obstante, también cuenta con otros atractivos naturales culturales arqueológicos, etc. que en su mayoría ni se encuentran en la etapa de introducción.

Tabla 2
Número de personas que visitaron a Machu Picchu

Año	N° de visitantes
2017	1,411,278
2018	1,578,279
2019	1,585,262

Nota: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos de MINCETUR (2021).

En base a las tendencias e interés de las motivaciones del perfil del turista extranjero que visita Cusco al año 2019, se observa un incremento e interés de diversificar la oferta turística actual, como lo podemos observar en la aparición de nuevos destinos como la laguna Humantay y el Cerro de siete colores o Montaña Vinicunca - Cusco, que por acción del marketing de la oferta turística privada ha ido incrementándose su flujo convirtiéndose en nuevas tendencias de visita a nivel nacional e internacional. Es en ese entender que la provincia Quispicanchi cuenta con uno de los atractivos importantes el cual es denominado el circuito del Valle Sur, dentro de este circuito podemos apreciar una geografía extraordinaria rodeado por cadenas de montañas a lo largo del recorrido, una magnífica arquitectura hidráulica inca, construcciones pre – incaicas, lagunas, obras de arte de la escuela cusqueña, gastronomía variada, etc., el desarrollo turístico gastronómico en cada lugar del Valle Sur cuenta con un producto específico tal es:

- Saylla conocida como la tierra de los chicharrones.
- Tipón, es conocido como la tierra del rico cuy.
- Oropesa conocido como la tierra de las ricas chutas.
- Lucre, conocido como la tierra de la deliciosa y crocante trucha y pato.

- Huasao, que está dentro del Valle Sur, aún no es conocida por su gastronomía a pesar de contar con un plato específico desde el año 2010, que es el enrollado de gallina.

El distrito de Oropesa perteneciente a la provincia de Quispicanchi, departamento del Cusco, no ha sido muy ajeno a los problemas que presentan muchos lugares de toda la región del Cusco, que cuenta con muchos atractivos turísticos, pero no saben potenciarlo para el beneficio socio-económico de las poblaciones, pues sigue siendo un problema que aqueja hasta el día de hoy.

El área de estudio geopolíticamente es el centro poblado de Huasao, que pertenece al distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, departamento del Cusco, forma parte del llamado Corredor del Valle Sur ubicado a una altitud de 3156 m.s.n.m., cuenta con diversidad de cultura que datan desde nuestro antepasado como el curanderismo andino donde realizan el pago a la Pachamama, el baño de florecimiento, amarres, lectura de la hoja de coca, lectura de naipes, entre otros servicios que se remontan a la época incaica, la festividad en honor a la Virgen de Natividad es de gran valía para todos los feligreses durante el mes de setiembre, la existencia de bellos paisajes naturales encontrando en sus caminos sauces llorones, queuña, kiswar, chachacomo, chillca, totora, etc., así como la fauna silvestre, la gastronomía con su plato bandera el enrollado de gallina, la existencia de atractivos turísticos como el humedal de Huasao, el turismo místico, el turismo de aventura, sus recursos hídricos, permite la existencia y desarrollo de un destino turístico en el centro poblado de Huasao. Desde el primero de mayo del año 2018 se puso en conocimiento un nuevo atractivo turístico humedal de Huasao que alberga especies de aves y esculturas denominadas guardabosques que representan a personajes de la película los guardianes de la galaxia y el señor de los anillos, esto hizo que se generara un interés por conocer el lugar y gracias a ello en la actualidad tiende a un polo de desarrollo turístico incrementando el número de visitantes, entre locales, nacionales e internacionales, desde entonces, ha permitido

una fuente de desarrollo económico, la creación de nuevos negocios, la creación de empleo, el desarrollo de infraestructura, la preservación del patrimonio cultural, el intercambio cultural, así como la renovación del desarrollo urbano – rural, que si bien, no está al nivel de compararse con maravillosos lugares de nuestra región puede crecer y brindar atractivos que podrían ayudar a mejorar la situación no solo económica, sino que también social y ecológicamente, gracias a la ubicación geográfica dentro del corredor del Valle Sur y a los microclimas que presenta por ello, podemos afirmar que Huasao cuenta con las condiciones necesarias para desarrollar un destino turístico competitivo, dinámico y eficaz. Pese a que la municipalidad distrital de Oropesa lanzó este nuevo producto turístico al mercado, no tomo en cuenta el impacto para una adecuada planificación del entorno donde exista un desarrollo sostenible competitivo con diversas actividades que se complementan. Actualmente muchos emprendedores, vienen realizando actividades de acuerdo a sus capacidades, sin tomar en cuenta las múltiples expectativas que desea un turista; por ese motivo, el espacio territorial que tomamos como estudio es el centro poblado Huasao, donde nos centraremos específicamente realizando un estudio riguroso de los atractivos turísticos y del potencial de la zona.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

PG. ¿Cuál es el nivel de competitividad del destino turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019?

1.2.2 Problema específico

PE1. ¿Cuál es la situación actual de los recursos en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019?

PE2. ¿Cuáles son las condiciones situacionales para el desarrollo de un producto turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019?

PE3. ¿Cuáles son las políticas y gestión que se emplea para la competitividad turística, en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019?

PE4. ¿Cuál es la condición de demanda del visitante en los destinos turísticos del centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 *Objetivo general*

OG. Describir el nivel de competitividad del destino turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019.

1.3.2 *Objetivo específico*

OE1. Diagnosticar la situación actual de los **recursos** en el Centro Poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – Región Cusco – 2019.

OE2. Analizar las **condiciones situacionales** para el desarrollo de un producto turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019.

OE3. Analizar la **política y gestión** que se emplea para la competitividad turística, en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019.

OE4. Describir la **condición de la demanda** de los destinos turísticos, en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019.

1.4 Justificación

El centro poblado de Huasao fue considerado históricamente como la tierra del curanderismo andino pero que a través de los años se fue desarrollando distintas actividades

económicas que hicieron del lugar un atractivo potencial y tiene las condiciones necesarias para ser competitivo gracias a su ubicación geográfica, pero, dichas actividades no están siendo desarrolladas eficientemente frente a la demanda de los visitantes o turistas.

1.4.1 Justificación práctica

Este trabajo es práctico porque se va a describir el nivel de competitividad de los destinos turísticos en el centro poblado de Huasao y cuyos resultados podrán ser empleados por la autoridad y funcionarios de la Municipalidad Distrital de Oropesa y las personas dedicadas a la actividad turística con el propósito de mejorar la imagen de la competitividad turística de Huasao. Asimismo, para futuras investigaciones académicas será como una fuente de investigación secundaria.

1.4.2 Justificación socioeconómica

Partiendo de la perspectiva socioeconómica, el adecuado desarrollo turístico puede tener efectos positivos en la calidad de vida de las personas locales que permitirá generar muchas oportunidades, nuevas ideas de negocios para los emprendedores locales, generando empleos, el mejoramiento de los servicios públicos y el desarrollo de la infraestructura.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Delimitación espacial

El presente trabajo de investigación se realizó en el centro poblado de Huasao - distrito de Oropesa, provincia y Región Cusco.

1.5.2 Delimitación temporal

El trabajo de investigación se desarrolló en el periodo comprendido al año 2019.

1.5.3 Delimitación social

El trabajo de investigación abarco a las personas dedicadas a la actividad turística en el centro poblado de Huasao y a los visitantes.

1.6 Limitaciones del estudio

- Carencia de estudios relacionados a la competitividad turística de la región del Cusco hasta el año 2019.
- Acceso a la información y comparación con otros estudios a nivel regional y nacional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Bases teóricas

2.1.1 *Teoría de la Competitividad*

La competitividad viene determinada por el crecimiento de la productividad; una economía competitiva es aquella que experimenta un crecimiento elevado y sostenido de productividad, lo que conduce a un aumento de los niveles de vida” (Comisión Europea, 2003)

La competitividad es como competimos con los demás países que están en circunstancias similares a la nuestra o que son nuestros socios comerciales o que lo tenemos como vecinos y que tenemos que competir observando que es lo que estamos haciendo bien y en que estamos fallando. A mayor competitividad se mejora el bienestar de los ciudadanos, se incrementa el crecimiento económico, la tasa de crecimiento, siendo un factor para la toma de decisiones de inversión (Chávez, 2018).

La competitividad empresarial hoy en día es considerada un tema fundamental en los sectores de actividad económica tanto a nivel de países desarrollados como en vías de desarrollo. El contexto internacional y sobre todo el proceso de mundialización exige a las organizaciones ser eficientes y eficaces en el manejo de los recursos financieros, humanos, naturales, tecnológicos entre otros, para poder enfrentar el reto que representa el mercado no solo nacional sino fuera de las fronteras de sus países de origen (Labarca, 2007, pág. 159).

De acuerdo con Romo y Abdel la competitividad de una empresa es hacer uso de su ventaja competitiva en la calidad y precio del producto final haciendo frente a la competencia. Si una empresa tiene la capacidad de producir a bajos precios manteniendo un gran nivel en la calidad de su producto o servicio, esto le permite manejar y fijar los precios más adecuados frente a sus competidores.

Dentro de un contexto público Cavagnaro (2019) indica, “hay que partir de la base de que la competitividad es concepto sistémico. Nadie puede ser competitivo en un contexto donde no todas las empresas tienen las mismas exigencias, pero, sobre todo, donde uno de los principales proveedores de servicios es el Estado y es el menos eficiente y el menos competitivo. El desafío es que el estado sea competitivo y para eso requiere funcionarios y políticos competentes para llevar adelante funciones muy importantes”

Para determinar la posición en los mercados competitivos dependerá de la ventaja competitiva, que se refiere a aquella fortaleza que la empresa tiene para generar más valor para sus clientes. Para mantener una ventaja competitiva, la empresa deberá ser mejor que los competidores y también deberá cuidarse de ellos, pues seguramente muchas de las empresas de su industria estarán tratando de descubrir y luchar por alcanzar su ventaja competitiva (Villarán, 2009, pág. 40).

Según Roberto Espinoza en el año 2017 indica que una organización o una empresa mantiene una ventaja competitiva frente a los demás siempre y cuando realice actividades únicas y sostenibles en el tiempo respecto a sus competidores, además el autor menciona alguno de los factores principales que las empresas deberían tomar en cuenta tales como calidad, innovación, de los productos y sobre todo la ubicación de la empresa.

2.1.1.1 Ventaja competitiva

De acuerdo con Michael Porter, la ventaja competitiva resulta de la creación de valor que una empresa es capaz de producir para sus demandantes donde identifica tres estrategias genéricas que van a lo largo de la vida útil de un producto o servicio, los cuales son:

- **Liderazgo de costo:** Es cuando una empresa en su ámbito propone ser el productor de menor costo atrayendo a clientes por contar con el precio promedio más bajo en el mercado, siendo una característica general del producto o servicio el precio.

- **Diferenciación:** Se da cuando una empresa busca ser único en el mercado otorgando al cliente un producto o servicio de mayor valor con características propias. El cliente estará dispuesto a pagar el precio que determinen por los atributos de un buen producto o servicio con tal que logren satisfacer sus necesidades.
- **Enfoque:** Una empresa o institución se dedica exclusivamente a un segmento específico de mercado llamado nicho de mercado, estos nichos tendrán que orientarse a un mercado más pequeño, concreto logrando ser eficientes. Una empresa con estrategia de enfoque debe cuidar que sus costos sean más bajos que los de la competencia y que lo que ofrece a sus clientes sea valorado, pero sobre todo deberá preocuparse por tener la lealtad de un determinado nicho de mercado. Generalmente, las empresas que utilizan una estrategia de enfoque, suelen tener productos sumamente diferenciados, de excelente calidad, a costos razonables y precio alto. De esta manera, los “clientes exclusivos” gozan de “productos o servicios exclusivos” (Villarán, 2009, pág. 52).

2.1.1.2 Enfoque sistémico de la competitividad

En mundo actual no compiten solo empresas sino sistemas, ya que, si bien la empresa es el nudo crucial de la competitividad y la innovación, ella está integrada a una red de vinculaciones que incluye a sus proveedores de bienes y servicios, al sistema financiero, al sistema educacional, tecnológico, energético, de transportes, telecomunicaciones, entre otros, así como la infraestructura y la calidad del sector público y de las relaciones al interior de la propia empresa (Benavides, pág. 123).

El enfoque sistémico involucra no solo aspectos políticos sino también institucionales establecidos en cuatro niveles diferentes.

El nivel meta: Es considerado como el grado de competitividad que toda empresa o país tiene. También se refiere a la capacidad de conducir un país, que permita la creatividad de la sociedad determinando la competitividad de los niveles inferiores (macro, micro, meso). Existe una disyuntiva en que, si los países compiten entre sí, lo que se puede deducir es que los países compiten por captar capitales de inversión extranjera. La estabilidad política a través de una buena gobernabilidad permitirá oportunidades de inversión rentable.

Nivel macro: Dentro de este nivel se garantiza la estabilidad de las condiciones macroeconómicas del país fortaleciendo el incremento constante de la economía. “La existencia de mercados eficientes de factores, bienes y capitales es clave para una asignación eficaz de recursos en la economía y la ampliación de probabilidad de éxito al momento de competir” Revista CEPAL (1996, pág. 42).

Nivel meso: Para competir en el mercado internacional es necesario el desarrollo fluido de un país que apunta al fomento tecnológico, al desarrollo de la infraestructura física (servicios básicos como agua y desagüe, energía, transportes) y no física como la formación de profesional (salud, educación, etc.) El nivel meso comprende a la región como a la industria:

Región: una región para generar mayor nivel de vida de los pobladores, tiene que tener la capacidad de atraer inversiones.

Industria: Dentro de la industria la competitividad se fundamenta en una productividad superior enfrentando costos bajos, ofreciendo productos con un valor agregado en comparación a los de su competencia.

Nivel micro: El nivel micro abarca a las empresas en sí, teniendo presente el incremento de la capacidad de respuesta que permiten mejorar la calidad, eficiencia, productividad, etc. en vista que, nos encontramos en un entorno dinámico con cambios constantes. “La competitividad en el nivel micro está basada en la interacción; donde el aprendizaje por interacciones

estratégicas es clave en el proceso de innovación, especialmente cuando se constituyen ventajas competitivas dinámicas” (Ferrer, 2005, pág. 154).

2.1.1.3 Competitividad turística

La competitividad turística permitirá tener un mejor conocimiento de los elementos que determinan que un destino sea más o menos competitivo basándose en la dotación de recursos del destino (ventajas comparativas) y en la capacidad para desarrollar recursos (ventaja competitiva) (Rincón, 2014, pág. 26).

Hoy en día los mercados se caracterizan por un dinamismo e incertidumbre creciente. En cuanto al sector turístico surgen principales cambios estructurales como: la globalización económica, los problemas ecológicos, los avances tecnológicos, el cambio en las condiciones de oferta y demanda, estos cambios generan nuevas oportunidades y riesgos, en tanto, la búsqueda de rentabilidad por parte de empresas ya no puede basarse en rebaja de precios, mas bien, tiene que basarse en la mejora continua de las condiciones de competitividad para lograr el éxito a largo plazo.

En la formulación de toda política pública para resolver problemas de competitividad sectorial se tiene que tomar un aspecto fundamental que es la focalización y adecuación a las diferentes necesidades, siendo necesario conocer el estado actual de la competitividad turística.

2.1.1.4 Competitividad de los Destinos Turísticos

Para francés (2003), la competitividad de los destinos turísticos se establece en función del atractivo del destino, su gestión, organización, información y eficiencia. En este sentido señala, que el atractivo depende de los atractores y disuadores presentes; la gestión depende de los esfuerzos de mercadeo y de gerencia; la organización va a depender de las capacidades y de las alianzas; la información, de la existencia de tecnologías de información y comunicación y de las capacidades de investigación; mientras que la eficiencia depende de la integración de la experiencia y de la productividad.

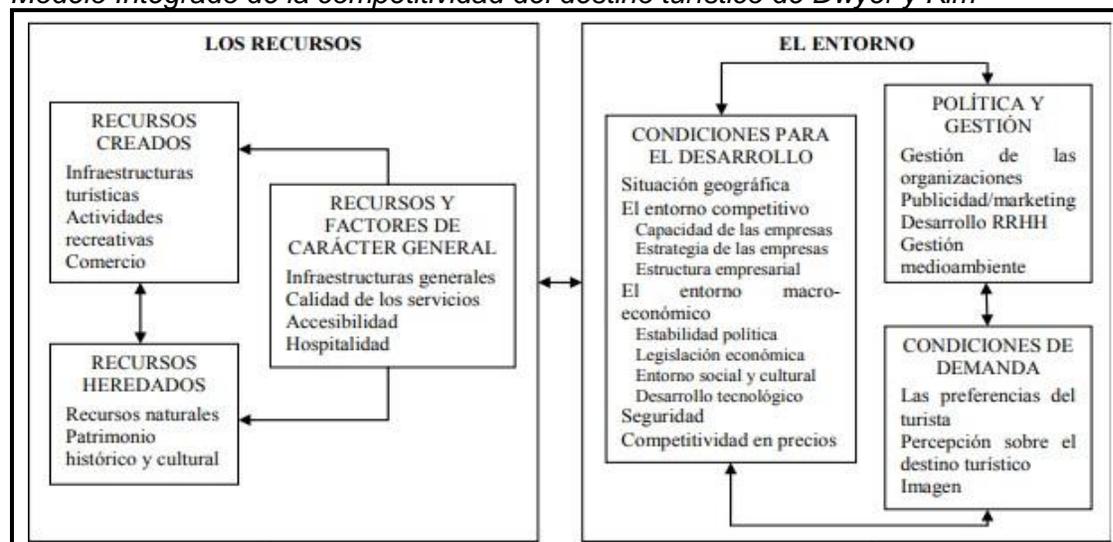
Se entiende por competitividad de un destino turístico “la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que sostienen sus recursos, al tiempo que mantienen su posición en el mercado en relación a sus competidores” (Hassan, 2000, pág. 20).

2.1.1.5 El modelo Integrado de la Competitividad del destino turístico de Dwyer y Kim

El modelo integrado propuesto por Dwyer y Kim tiene como objetivos desarrollar un éxito en los destinos turísticos y tener como base la competitividad del destino turístico. Los autores señalan que para proponer dicho modelo es muy importante diferenciar los recursos naturales y recursos creados, es decir, estas dos características mencionadas son elementos fundamentales para poder aplicar el modelo en la realidad. La aplicación correcta del modelo integrado genera alcanzar una competitividad del destino turístico y por consiguiente permite mejora el nivel y bienestar de los habitantes del lugar.

Figura 2

Modelo Integrado de la competitividad del destino turístico de Dwyer y Kim



Nota. Elaborado por Dwyer y Kim (2003), citado por Bravo, (2004, pág. 5).

El Modelo Integrado está dividido en grupos que son factores determinantes de la competitividad dando como resultado la competitividad del destino y en base a este resultado

una posible prosperidad socioeconómica. A continuación, pasamos a desarrollar cada uno de los factores.

2.1.1.5.1 Recursos creados

Los recursos creados son un conjunto de bienes y servicios que el hombre desarrolla para satisfacer y complementar los intereses de los visitantes, así mismo los recursos creados permiten generar acciones que puedan generar movimiento turístico.

- **Infraestructura Turística**, es un conjunto de instalaciones que constituyen una base material y organizacional muy importante para el desarrollo de la actividad turística en un determinado lugar. Está conformada por servicios como: hospedaje, restaurantes, transporte y otros servicios que permitan en libre desarrollo de las actividades de recreación. “Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado considerado o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo” (MINCETUR, 2011, pág. 20).

Tabla 3.
Infraestructura básica para un centro poblado

INFRAESTRUCTURA BÁSICA EN UN CENTRO POBLADO		
Tipo	Sub- tipo	Ejemplos
Transportes	Aéreo	Aeropuerto, aeródromos, etc.
	Terrestre	Carreteras, caminos pedestres, terminales, etc.
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas
Servicios básicos	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.
	Alcantarillo	Planta de aguas servidas, canales de lluvia, etc.
	Residuos sólidos	rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.
	Energía	Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.
Comunicaciones	Telefonía fija, móvil	Estaciones, centrales de comunicación, redes, torres, etc.

Nota. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (MINCETUR, 2011)

- **Actividades Recreativas**, En los últimos años las actividades recreativas adquirieron una importancia esencial para el desarrollo de cualquier sociedad ya que promueven la

convivencia y el crecimiento de las personas constituyendo una actividad placentera y un medio para desarrollar habilidades, conocimientos, intereses y gustos que posean, en general, se trata de disfrutar de tu tiempo libre y poder aprovechar todo lo que te ofrece el destino, donde principalmente se caracterizan por ser lugares naturales de recreo que cuenten con área y capacidad para los visitantes.

- **Capacidades de la Instalaciones Comerciales**, esta actividad es muy importante porque permite intercambiar intereses entre el residente y el visitante buscando cada uno satisfacer sus necesidades. La actividad del comercio es un generador económico dentro de la actividad turística el cual se tiene que desarrollar con transparencia.

2.1.1.5.2 Recursos heredados

Los recursos heredados son aquellos bienes tangibles o intangibles las cuales ha sido proporcionados por la naturaleza y por el legado cultural que recibimos de nuestro pasado.

- **Recursos Naturales**, son aquellos recursos que se encuentran en el medio ambiente el cual ha sido proporcionado por la naturaleza y no se ha visto alterado por la mano del hombre. Es un recurso propiamente natural sin ninguna alteración.
- **Patrimonio Histórico y Cultural**, “El patrimonio es el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras”. (UNESCO, 2022), también es considerado como bienes materiales e inmateriales que nos han dejado nuestros antepasados a lo largo de la historia.

2.1.1.5.3 Los recursos y factores de carácter general

Los recursos y factores de carácter son aquellos elementos que permiten la interacción entre los prestadores de servicio turístico y los visitantes.

- **Calidad de Servicio**, mide el grado en que los requisitos deseados por el turista son percibidos tras forjarse una impresión. También se describe como una medida de la satisfacción del cliente. Es la prestación de un bien o servicio buscando satisfacer las

expectativas del visitante, la calidad de servicio permite evaluar en grado de eficiencia a momento de prestar los servicios.

- **Accesibilidad a los Destinos Turísticos**, para que un destino sea accesible, se debe tener en cuenta la accesibilidad, desde la planificación en el lugar de origen, hasta la experiencia final del usuario a su regreso. En materia de comunicación e información sobre el destino, se debe partir del diseño universal que garantice a todas las personas el acceso a la información en todas las etapas del viaje: videos subtítulos, audio descripción y uso de lenguaje de señas, entre otros. **(MINISTERIO DE TURISMO, 2019)**
- **Hospitalidad a los Visitantes**, se indica que los residentes del lugar deben mostrar agrado y amabilidad por los visitantes y deben mostrarse dispuestos a ayudar de forma amistosa y desinteresada.

2.1.1.5.4 Condiciones para el desarrollo

Las condiciones para el desarrollo son aquellos indicadores que permiten analizar el entorno interno y externo del espacio geográfico,

- **Situación Geográfica**, es el entorno donde se interrelaciona los seres humanos con su medio ambiente, es la identificación de un lugar específico que permite la localización de un determinado lugar.
- **Microentorno Competitivo**, sistema en la que las empresas compiten a base de capacidad, desempeño y estrategias.
- **Macroentorno Económico**, es aquel aspecto que influye directa e indirectamente en los destinos turísticos competitivos, toda actividad turística actúa dependientemente del contexto global en que nos encontramos, uno de estos aspectos es la estabilidad política, económica y social de un país.

- **Seguridad para el Visitante**, aspecto importante que propone la protección total de la vida de los visitantes tanto física como también económica, el objetivo principal es brindar desplazamiento de los turistas de manera libre y segura.
- **Precios de los Atractivos Turísticos**, vivimos en una sociedad competitiva donde los precios determinan el tipo de servicio a brindar, la competencia de precios es una técnica que busca atraer la mayor cantidad de visitantes, pero las organizaciones deben aprender a relacionar con la calidad de producto o servicio.

2.1.1.5.5 Política y gestión

Hablar de gestión es asumir responsabilidades dentro de la organización el cual implica dirigir y planificar cuidadosamente la actividad turística, para mejorar su demanda está encaminado por una política y gestión, estos aspectos del modelo integral permiten a las organizaciones realizar la gestión de manera objetiva de acuerdo a la realidad. Además, permite desarrollar la publicidad de mercadeo para agrandar el mercado potencial, esto a su vez permitirá exigir al personal responsable las constantes capacitaciones para mejorar las condiciones del atractivo turístico.

- **Participación de las organizaciones en la actividad turística**, son organizaciones sin fines de lucro que participan con el objetivo de reunir a las personas interesadas para lograr un turismo para todos.
- **Publicidad y marketing en la actividad turística**, es una herramienta que permite promocionar los distintos atractivos de un determinado lugar, el cual está en constante cambio y actualización.
- **Capacitación de recursos humanos**, hace referencia a la adquisición de nuevos conocimiento teóricos y prácticos que permitan a los trabajadores contribuir en un mejor desempeño dentro de la actividad turística.

- **Gestión del medio ambiente**, es un conjunto de acciones que direccionan un mejor manejo de los recursos naturales, las cuales permitan una actividad turística sostenible en el tiempo y espacio, así mismo la gestión del medio ambiente ayuda a disminuir el impacto negativo de los atractivos turísticos.

2.1.1.5.6 Condiciones de la demanda

La demanda turística implica buscar que las organizaciones generen preferencias sobre los recursos naturales propios, la percepción de un atractivo turísticos es un factor importante para que lleguen más visitantes a un país, sin embargo, el resultado final debe tener que los visitantes se lleven una buena imagen durante su visita, esto permitirá que vuelvan o recomienden”.

- **Preferencia del visitante**, conjunto de acciones que realiza los visitantes de acuerdo con sus preferencias optando por una acción que satisfaga sus necesidades o expectativas.
- **Imagen del destino turístico**, es un indicador que determina la impresión que tiene el visitante respecto al atractivo turístico, lograr una imagen positiva es un objetivo que se debe lograr en cada destino turístico.

2.1.2 Teoría del turismo

Para Pulido en (2011), el turismo se basa en un conjunto complejo de infraestructura, recursos físicos y naturales que tiene un impacto importante sobre los lugares donde se localiza.

Según la organización mundial del turismo (OMT,1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes de estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros.

Enright y Newton (2004, p. 68) plantean que “El Turismo es competitivo si puede atraer y satisfacer turistas en potencial, y esa competitividad es determinada tanto por los factores

específicos del turismo como por la gama de factores que influyen los proveedores de servicios turísticos”.

La industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. El turismo se ha considerado como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. (Sancho, 1998; p. 16-17).

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Turismo

El turismo comprende actividades desarrolladas por personas que se desplazan de su lugar de origen hacia otros. El turismo tiene finalidades muy importantes tanto a nivel económico, social y cultural.

Partiendo desde un punto de vista cultural el turismo representa un componente importante para enriquecer y apreciar las culturas, tradiciones, aspectos geográficos, actividades ancestrales entre otros aspectos.

2.2.2 Destino turístico

Según Rincón (2014) señala que los destinos turísticos son aquellas zonas territoriales con suficientes atractivos capaces de generar una oferta turística y a la vez una demanda capaz de generar expectativa en el visitante además señala que en las últimas décadas los destinos turísticos han sido cambiantes, el cual implica apostar por un atractivo competitivo.

Josep Valls determina que un destino turístico son aquellos orígenes propios de un lugar como infraestructura, clima, raíces y servicios turísticos, las cuales se puedan aprovechar de manera productiva aplicando los conocimientos básicos de administración como un instrumento

de desarrollo. Además, esto implica crear unos productos correctamente diseñados y estructurados ofertados en el mercado dispuesto a satisfacer las expectativas de consumidor y al mismo tiempo dando un valor económico y una marca de reconocimiento al atractivo turístico.

2.2.3 Visitante

Es aquella persona que se transporta de un lugar hacia otros con el fin principal de viajar de manera recreativa y no para ejercer actividad de trabajo”.

2.2.4 Prestadores de servicios turísticos

Persona natural o jurídica que brindan servicios complementarios a la actividad turística proporcionando servicios básicos indispensables para el desarrollo y funcionamientos de las actividades turísticas dentro del país.

2.2.5 Recurso turístico

Son aquellos recursos naturales que cuentan con una gran riqueza cultural, teniendo expresiones materiales o inmateriales de mucha importancia la cual forma base del producto turístico, este recurso se encuentra registrado de manera sistemática en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos.

2.2.6 Atractivo turístico

Es la incorporación de la actividad humana a los recursos turísticos, otorgando un valor agregado a la oferta turística.

2.2.7 Turismo temático

Es utilizado por algunos lugares para desarrollar nuevos destinos con la finalidad de diversificar la oferta y mejorar la imagen del destino. El papel del sector público busca el desarrollo turístico de nuevas experiencias para la atracción de un destino diferenciado generando una ventaja competitiva para luego ser utilizado como herramienta de desarrollo económico, el turismo temático puede ser diverso basado en personaje, tecnología, costumbre, película, etc.

2.2.8 Turismo cultural

Se realiza con el fin de conocer, disfrutar, comprender, descubrir el conjunto de rasgos materiales, espirituales, afectivos e intelectuales de una ciudad, un país diferente al lugar de origen del turista conservando los valores.

2.2.9 Turismo rural

Es una actividad relacionada con la vida rural del poblador, como aprender la forma de convivencia tradicional en el campo, sus costumbres. Esta actividad se da generalmente en lugares de baja densidad poblacional, dando a conocer su identidad y sus valores principalmente.

2.2.10 Turismo de aventura

Implica realizar actividades de alto riesgo como montañismo, escalada, ciclismo de montaña, caminata, etc. que representen un esfuerzo físico y emocional.

2.2.11 Turismo Místico

Se basa en conocimientos de la cosmovisión espiritual vinculados con divinidades naturales como la Pacha Mama, el Dios Sol. Durante el año se realizan rituales mágicos y religiosos que permite al turista ser el invitado especial para compartir las experiencias ancestrales como los baños de florecimiento, el pago a la tierra, lecturas en coca y naipes.

2.2.12 Turismo gastronómico

Permite deleitar y conocer los diferentes platos típicos tradicionales, autóctonos e innovadoras de la zona.

2.2.13 Turismo ecológico

Ayuda a proteger los hábitats para aves y otras especies de vida silvestre, siendo una alternativa económica para comunidades rurales ya que puede incrementar sus ingresos.

2.2.14 Corredor del valle sur

El Valle Sur del Cusco integra los atractivos turísticos situados al sureste de la ciudad del Cusco, entre sus atractivos turísticos destacan:

- Sitios arqueológicos: Parque arqueológico de Tipón, complejo arqueológico de Piquillacta.
- Templos coloniales: Templo San Juan Bautista de Huaru, Templo de San Pedro de Andahuaylillas. Capilla Virgen Purificada de Canincunca
- Paisajes: Laguna de Huacarpay, Humedal de Huasao, Laguna de Urcos.
- Pueblos andinos: Huasao, Tipón, oropesa, Huacarpay, AndahuaylillasHuaru y Urcos.

2.2.15 Potencialidades

Se define como la base principal para que los recursos permitan el desarrollo de una población, también se determina como un instrumento de planificación y gestión, también hace referencia aquellos recursos que hasta momento no han sido aprovechadas por las personas, generando una pérdida económica para las futuras generaciones.

Contar con recurso potencial permite a una población dinamizar la economía partiendo desde un punto técnico que ayude a aprovechar de manera eficiente los recursos.

Según el Programa de naciones unidas para el desarrollo señala que las potencialidades producen un desarrollo humano, la calidad de capital es un aspecto importante quien debe complementar una actitud creativa y emprendedora por la persona que está directamente involucrada en dicho desarrollo humano, dinamizar las economías donde están localizadas y mejorar los niveles de desarrollo sostenibles de las poblaciones en donde se encuentran dichos recursos.

2.3 Marco Normativo

2.3.1 Ley General del Turismo N° 29408, Promulgado el 17 de setiembre del 2009.

Artículo 2º.-Objeto de la Ley,

Tiene el objeto de promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es obligatoria en los tres (3) niveles de gobierno: Nacional, regional y local, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector.

Artículo 3°.-Principios de la actividad turística.

- **Desarrollo sostenible:** Debe procurar la recuperación, conservación, e integración del patrimonio cultural, natural, y social, así como, mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales fortaleciendo su desarrollo social, cultural, ambiental y económico.
- **Inclusión:** Promueve la incorporación social, cultural, política y económico de grupos sociales, así como las personas con discapacidad.
- **Fomento de la inversión privada:** El estado fomenta y promueve la inversión privada en turismo que contribuya a la generación de empleo, mejora de la calidad de vida de la población y transformación de recursos en productos turísticos sostenibles.
- **Descentralización:** Involucra la participación e integración de los gobiernos regionales, municipales y población local, para el beneficio directo de la población.
- **Calidad:** Promover e incentivar la calidad de los destinos turísticos para la satisfacción de los turistas en coordinación de los distintos actores de la actividad turística.
- **Competitividad:** promover condiciones favorables para la iniciativa privada incluyendo la inversión nacional y extranjera que posibilite la existencia de una oferta turística competitiva.
- **Comercio justo en turismo:** busca promover una distribución equitativa de beneficios económicos en favor de la población del destino turístico.
- **Cultura turística:** Promueve la participación y compromiso de la población en general, así como de los actores involucrados fomentando el conocimiento, fortalecimiento, y desarrollo sostenible del destino turístico.

2.3.2 Categorización de los recursos turísticos

De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2018), los recursos turísticos fueron categorizado en:

- i. **Sitios naturales**, agrupa diversos elementos de la naturaleza que son considerados importante dentro del potencial turístico teniendo en cuenta solamente los sitios tangibles.
- ii. **Manifestaciones culturales**, son considerados las expresiones culturales desde épocas ancestrales especialmente de bienes tangibles creados por el hombre ya sea del país, región o pueblo.
- iii. **Folclore**, son considerados los bienes intangibles que prevalecen hasta la actualidad como costumbres, leyendas, tradiciones, gastronomía, etc.
- iv. **Realizaciones técnicas**, científicas y artísticas contemporáneas, muestran el proceso de tecnología, cultura y civilización de obras actuales ya sean muebles o inmuebles. son considerados las obras actuales.
- v. **Acontecimientos programados**, agrupa a eventos organizados ya sean tradicionales o actuales realizadas por entidades públicas o privadas con la finalidad de atraer a más turistas.

2.3.3 Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972 (MEF,2021).

Establece que los gobiernos locales tienen la potestad de “Ejecutar actividades de apoyo directo e indirecto a la actividad empresarial en su jurisdicción sobre información, capacitación, acceso a mercados, tecnología, financiamiento y otros campos a fin de mejorar la competitividad”

2.4 Estado de arte de la investigación

2.4.1 Nivel internacional

Sánchez (2017) quien presentó un trabajo de investigación para optar el grado de economista en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Ecuador, que tiene como título: “*La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007 - 2015*”. El presente estudio tiene como objetivo identificar los factores determinantes de la competitividad turística de Ecuador en el período 2007 – 2015. El tipo de investigación es correlacional, con el objetivo de construir una matriz inspirada en los aportes del Diamante de Porter que aplique en función de

las variables al sector turístico con variables cualitativas y otras de carácter cuantitativo. El enfoque de la investigación es mixto con variables cualitativas con otras de carácter cuantitativo. El diseño de la investigación es no - experimental, en vista que, el objetivo es identificar los factores determinantes de la competitividad turística. En esta investigación busca obtener los factores que contribuyen a la competitividad de un destino turístico, por lo tanto, la obtención de datos estadísticos se encuentra dentro de informes y datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, Ministerio de Turismo, OMT, entre otras que actualizan los datos constantemente necesarios para este estudio ya que a partir de ello se realiza las estadísticas poblacionales.

El trabajo de investigación utilizó las siguientes técnicas de investigación, inductiva (examina las variables macroeconómicas y microeconómicas en relación al sector turismo), documental (los datos obtenidos son de libros, periódicos, memoria, informes anuales, registros, revistas, etc.), descriptiva (se caracteriza y describe los principales factores de competitividad, del mismo modo caracterizan actores que permiten el desarrollo de competitividad a través del análisis y medición de sus variables), Aplicada (se realiza una explicación sobre competitividad a través de una teoría para mejorar el contexto actual del sector turismo e insertar a Ecuador con competitividad en el ámbito internacional).

Finalmente se dieron las conclusiones del análisis de competitividad que no solo se basa en la teoría clásica y sus factores de producción, sino que busca el análisis de varios elementos como plantea Porter, dotación de factores, sectores de apoyo, condiciones de demanda, el gobierno, estrategia, estructura y rivalidad como complemento al estudio de competitividad.

En la economía local el turismo tiende a tener un elevado efecto multiplicador mediante externalidades de consumo directo a lo largo de la cadena de valor donde los precios son determinantes ya que influyen en la decisión de viajar de un lugar de destino hacia otro, en vista que, los precios más altos implican que el turista trabaje y ahorre más para visitar a ese destino. A pesar que Ecuador no es un país tan competitivo a nivel económico o nivel de vida en el mundo

se está convirtiendo en el destino turístico de suma importancia a nivel internacional por lo que se concluye que es un país competitivo, con innumerable inventario de destinos y servicios para la mejor atención al turista extranjero y mundial, pero es necesario reconocer que las campañas aun no cuentan con resultados suficientes, no existe aún coordinación turística a nivel nacional que favorezca al turismo.

Medina (2020) quien presentó una tesis para optar el grado de Licenciado en Administración Turístico y Hotelero de la Universidad Piloto De Colombia Seccional Del Alto Magdalena-Colombia, que tiene como tema “Análisis De La Competitividad Del Sector Turístico En El Municipio De Tocaima”, El presente estudio tiene como objetivo Analizar los factores de la competitividad turística en el municipio de Tocaima durante los años 2018-2019, El tipo de investigación es correlacional , El presente proyecto de investigación se realizó mediante un enfoque mixto que permitió analizar diversos fenómenos relacionados con el turismo tratados durante la investigación, desde las perspectivas cuantitativa y cualitativa .

Indica que los factores de competitividad turística que conforman la oferta turística del municipio de Tocaima pueden ser desarrollados y generar una articulación como un solo producto turístico que genere competitividad en el municipio y ser un destino con atractivos turísticos más reconocidos; en la actualidad la actividad turística se caracteriza por rápidos crecimientos que superan el dinamismo de otros sectores económicos.

Así mismo se logró evidenciar las falencias que el municipio de Tocaima tiene en el sector turístico, tales como: certificación en calidad y sostenibilidad por parte los prestadores de servicios turísticos, diseño y promoción de productos y atractivos turísticos, capacitación del talento humano entre otros. Se mostró el comportamiento que el sector ha tenido en este periodo 2018-2019 demostrando que el turismo representa una de las principales actividades en potencia del municipio de Tocaima, también que el municipio cuenta con una vocación turística con un desarrollo de normatividad y políticas públicas de turismo.

En términos generales, el municipio de Tocaima cuenta con atractivos turísticos y con gran potencial en este sector, también el ente gubernamental está haciendo mejoras para generar un desarrollo que permita conseguir ingresos económicos por medio de la actividad turística

2.4.2 A nivel nacional

Cacho y Gavidia (2016) quien presentó una tesis para optar el grado de Licenciado en Administración de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo – Perú, que tiene como tema: “*Competitividad del destino turístico distrito de Cajamarca-2016*”, indica que el distrito Cajamarca, en el cual se ubica la ciudad del mismo nombre y capital de la región, es un destino turístico que cuenta con menor afluencia turística que los destinos cercanos de Trujillo y Chiclayo a pesar de muchos esfuerzos que se han venido dando en los últimos años con los proyectos del Circuito Turístico Nororiental (CTN) y PROTURISMO entre otros. Esta situación nos ha llamado a realizar el presente estudio para evaluar hasta qué punto es competitivo el destino, cuáles son los principales factores de competitividad y cuál ha sido su evolución desde el año 1998 en que se realizó el estudio de competitividad según el diamante de Michael Porter analizando cuáles podrían ser los posibles impactos en la economía durante los próximos años y su aporte al desarrollo sostenible de Cajamarca.

La información obtenida de fuentes directas a través de las encuestas, entrevistas y observación directa nos ha permitido conocer la situación actual del turismo y ratificadas de las cifras estadísticas, nos hemos dado cuenta que Cajamarca se puede convertir en los próximos años en un destino competitivo. Hemos realizado un análisis de competitividad utilizando el modelo formulado por Crouch y Ritchie en 1999 y actualizado por Calgary en el año 2003, siendo uno de los métodos más aceptables para evaluar la competitividad de un destino; conjuntamente con este hemos utilizado el método del diamante de competitividad de Michael Porter, dado que nos podría servir de comparación y de evaluación ya que en el año 1998 se realizó el estudio

de Cajamarca competitiva con este método por ex alumnos de ESAN (Indacochea et al., 1998). Como resultados del estudio hemos podido determinar que la competitividad del destino Cajamarca, está influenciada por los siguientes factores: Factores y recursos de soporte.

Los que están relacionados a los elementos que posibilitan que las actividades y disfrute de los servicios turísticos se concreten, entre ellos están los relacionados a la infraestructura, servicios básicos y Factores complementarios, como la accesibilidad al destino turístico, la capacidad emprendedora y empresarial. Estas dos grandes categorías de factores primarios constituyen los pilares sobre los cuales se puede fundamentar el turismo en un determinado destino turístico. La administración del destino, está vinculada a la forma de organización del destino turístico, la toma de decisiones sobre marketing, posición competitiva, recursos humanos, capacitación, investigación, desarrollo y captación de capital e inversiones, calidad del servicio, sostenibilidad, entre tantos otros. La misión de la administración es realzar el atractivo originado en el rango de recursos primarios y de soporte, fortalecer la calidad y la efectividad y por fin adaptar los recursos del destino turístico. Finalmente se dieron recomendaciones para el desarrollo del sector con base al análisis realizado en toda la investigación, resaltando las actividades que nos parecen más importantes, la corrección de otras y la implementación de acciones que aún no se habían implementado.

De lo anteriormente manifestado, que es el resultado del análisis de los problemas que adolece el destino turístico Cajamarca podemos concluir que los factores relevantes para impulsar la competitividad del destino turístico son: Estrategia, Producto, Tecnología, Capacitación (Desarrollo de capacidades), Innovación y desarrollo y organización; aplicando estrategias para la calidad y atención del turista en las empresas de restaurantes para poder diversificar su oferta; en cuantos a los establecimientos de hospedaje establecer estrategias de planificación e implementación de instrumentos y herramientas para su gestión; En las agencias de viaje formalización para el proceso de la oferta, en cuanto atractivos la puesta en valor; crear

espacios de diálogo entre los actores directos (Empresarios, gestores de atractivos, Gremios organizados), e indirectos del turismo (Autoridades del sector turismo además del Gobernador Regional y el Alcalde), dado que la concertación tanto pública y privada es imprescindible para trabajar en conjunto y buscar el desarrollo turístico competitivo.

Poma y Villacriz (2021) realizaron un trabajo de investigación para obtener el título profesional de Licenciada en Gestión con mención en Gestión Empresarial en la Pontificia Universidad Católica del Perú, que tiene como título *“Factores de Competitividad para la Gestión de dos destinos de Turismo Comunitario. Estudio de caso: Comunidad Raqchi (Región de Cusco) y Comunidad Luquina Chico (Región de Puno)”*. El presente estudio tiene como objetivo: Contrastar los factores que determinan la competitividad de la gestión de dos destinos de turismo comunitario. Se identificó los factores que determinan la competitividad turística a través de un alcance descriptivo centrándose en identificar los factores que determinan la competitividad turística entre dos destinos de turismo comunitario. Presenta un enfoque de investigación cualitativo donde utilizan la recolección de datos sin medición numérica. Para el diseño de investigación abordaron un enfoque cualitativo a través de tres fases (fase exploratoria tuvo como objetivo delimitar el tema de investigación y tener más conocimiento sobre el sector estudiado , fase del proceso se realizó la entrevista a expertos, líderes y emprendedores de las comunidades y fase del proceso de investigación realizaron las transcripciones de entrevistas realizadas a líderes y emprendedores de la comunidad de Luquina para luego proceder a la codificación de la información). Para la técnica de recolección de información realizaron una revisión bibliográfica para una mayor aproximación al tema de estudio como gestión de destinos, competitividad turística, modelos de gestión de destinos mediante revistas, libros, publicaciones e investigaciones sobre turismo comunitario, también realizaron entrevistas a profundidad de tipo semiestructurada realizando una guía de preguntas respecto a diversos temas vinculados al turismo comunitario y a los factores de competitividad de destinos turísticos. Para dar por

finalizado el trabajo de investigación llegaron a las siguientes conclusiones los distintos modelos de gestión de destinos turísticos utilizados en la presente investigación desarrollan factores que permitirán que un destino sea más competitivo , sin embargo en la revisión de la literatura académica estos modelos representan diversas limitaciones planteando un modelo propuesto integrado que se adapte a la realidad de la asociación de turismo vivencial de Raqchi y la asociación de turismo vivencial comunitario Luquina Chico a partir de los tres principales modelos teóricos enfocado desde la gestión estratégica de destinos comunitarios considerando la premisa de que la competitividad es un medio y no un fin para el desarrollo de la comunidad; en el contexto de la Asociación de Turismo Vivencial de Raqchi y la Asociación de Turismo Vivencial Comunitario Luquina Chico, uno de los aspectos más importantes para gestionar sus destinos son los recursos naturales y culturales; uno de los aspectos a desarrollar en el contexto de ambas asociaciones es un mejor uso de las plataformas virtuales como una de las principales estrategias para posicionarse y gestionar el destino turístico.

2.4.3 A nivel local

Herrera Usca (2018) realizó una tesis para optar el grado de economista en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, que tiene como título: “*Efectos del crecimiento turístico en el desarrollo económico del micro destino turístico de Raqchi, Cusco 2016*”. El presente estudio tiene como objetivo: Analizar los efectos del crecimiento turístico en el micro destino turístico de Raqchi y el alcance del desarrollo económico de los distritos cercanos al entorno de Raqchi. El método de investigación que se empleo fue el método hipotético deductivo, puesto que para contrastar la hipótesis planteada se dio paso a la operacionalización de variables e indicadores. El tipo de investigación es correlacional teniendo como propósito mostrar la relación entre variables, también es una investigación descriptiva donde señala las características o fenómeno objeto de estudio. El trabajo de investigación utilizó las siguientes técnicas, cuantitativa (a través de fuentes secundarias (material digital) obtenida del INEI,

Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU), SUNAT, Escuela Profesional de Economía, MINCETUR, DIRCETUR, SIAF AMIGABLE), cualitativa (a través de los artesanos de la comunidad de Raqchi donde brindaron información mediante una entrevista personal y observación personal).

Finalmente se dieron las conclusiones donde se analizan los efectos del crecimiento turístico en el micro destino turístico de Raqchi, realizando una relación del flujo turístico entre la cantidad de turistas teniendo una relación positiva con el flujo a Machu Picchu y Cusco mas no con el flujo turístico a las islas uros, por otro lado se identificó el grado de consolidación del producto turístico donde Raqchi como producto se encuentra en proceso de consolidación alcanzando el valor de 53.3%.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLE

3.1 Hipótesis general

Esta investigación no tiene hipótesis general, ya que el motivo de la investigación no intenta pronosticar una cifra ni un hecho específico “las investigaciones de tipo descriptivo no requieren formular hipótesis. Se formulan hipótesis cuando en la investigación se requiere probar una suposición y no solo mostrar los rasgos o características de una determinada situación” (Bernal, 2010, pág. 136).

3.2 Identificación de variables, dimensiones e indicadores

3.2.1 *Variable: Competitividad de los destinos turísticos.*

Definición conceptual

La competitividad de los destinos turísticos viene a ser la capacidad de incremento en el gasto turístico con la finalidad de atraer más visitantes y al mismo tiempo se les proporcione experiencias satisfactorias que sea en beneficioso para el visitante, garantizando el bienestar de la población habitante del lugar, preservando el capital natural para las futuras generaciones.

3.2.2 *Dimensiones e indicadores*

En la variable competitividad de los destinos turísticos observamos:

D1: Recursos creados.

Indicador 1.1.1 infraestructura turística

Indicador 1.1.2 actividades recreativas

Indicador 1.1.3 instalaciones comerciales

D2. Recursos heredados.

Indicador 1.2.1 Recursos naturales

Indicador 1.2.2 Patrimonio cultural e histórico

D3. Recursos y factores de carácter general.

Indicador 1.3.1 Calidad del servicio al visitante

Indicador 1.3.2 Accesibilidad de los destinos turísticos

Indicador 1.3.3 Hospitalidad a los visitantes

D4. Condiciones situacionales para el desarrollo.

Indicador 1.4.1 Situación geográfica

Indicador 1.4.2 Microentorno competitivo

Indicador 1.4.3 Macroentorno competitivo

Indicador 1.4.4 Seguridad para el visitante

Indicador 1.4.5 Precio de los destinos turísticos

D5. Política y gestión.

Indicador 1.5.1 Participación de las organizaciones en la actividad turística

Indicador 1.5.2 Publicidad y marketing en la actividad turística

Indicador 1.5.3 Capacitación de Recursos Humanos

Indicador 1.5.4 Gestión del medio ambiente

D6. Condiciones de demanda

Indicador 1.6.1 Preferencia del visitante

Indicador 1.6.2 Percepción del destino turístico

3.3 Matriz de operacionalización de la variable

Tabla 4
Operacionalización de Variable.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS	D.1.2. Recursos creados	I.1.1.1 Infraestructura turística	Cuestionario Guía de entrevista
		I.1.1.2 Actividades recreativas	
		I.1.1.3 Instalaciones comerciales	
	D.1.3. Recursos heredados	I.1.2.1 Recursos naturales	
		I.1.2.2 Patrimonio cultural e histórico	
	D.1.3. Recursos y factores de carácter general	I.1.3.1 Calidad del servicio al visitante	
		I.1.3.2 Accesibilidad de los destinos turísticos	
		I.1.3.3 Hospitalidad a los visitantes	
	D.1.4. Condiciones situacionales para el desarrollo	I.1.4.1 Situación geográfica	
		I.1.4.2 Microentorno competitivo	
		I.1.4.3 Macroentorno competitivo	
		I.1.4.4 Seguridad para el visitante	
		I.1.4.5 Precio de los destinos turísticos	
	D.1.5. Política y gestión	I.1.5.1 Participación de las organizaciones en la actividad turística	
		I.1.5.2 Publicidad y marketing en la actividad turística	
		I.1.5.3 Capacitación de Recursos Humanos	
		I.1.5.4 Gestión del medio ambiente	
	D.1.6. Condiciones de demanda	I.1.6.1 Preferencia del visitante	
I.1.6.2 Percepción del destino turístico			

Nota: elaboración propia

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 **Ámbito de estudio: Localización política y geografía**

Huasao es considerado como el pueblo de brujos, es en este sentido, que inicio su posicionamiento bajo el concepto de “curanderismo andino” donde se realizan lectura de naipes, lectura de coca, baños de florecimiento, pagos a la Pachamama, etc. Que se complementa con la iniciativa gastronómica a base de gallina, con el aprovechamiento del humedal que desde mayo del 2018 se viene generando un polo de desarrollo complementando otras actividades turísticas.

4.1.1 **Localización**

Tabla 5

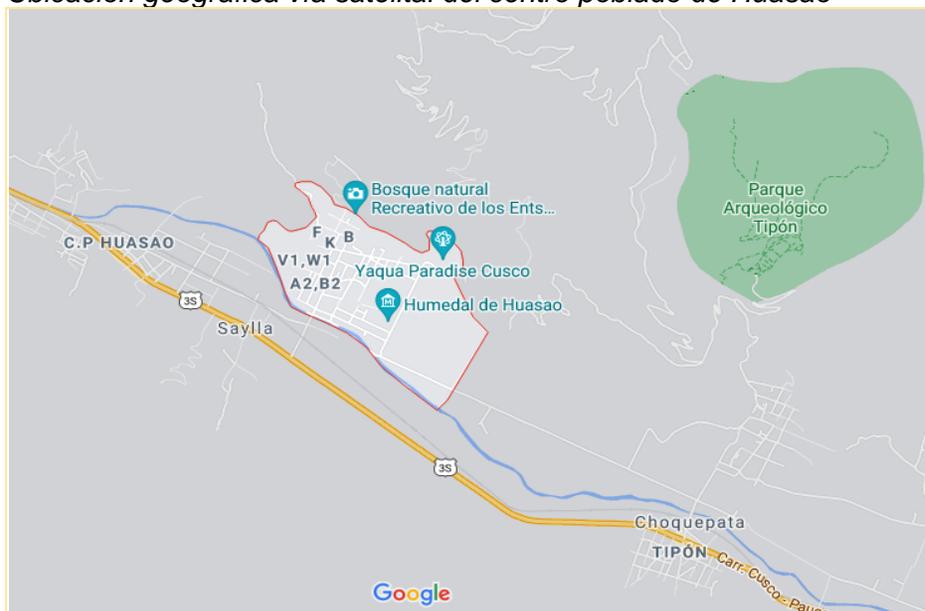
Ubicación geográfica del centro poblado de Huasao

UBICACIÓN	
Departamento	Cusco
Provincia	Quispicanchi
Distrito	Oropesa
Localidad	Centro Poblado de Huasao
Zona	Urbano – Rural
Región geográfica	Región Andina, piso ecológico quechua
Altitud	3156 a 4000 m.s.n.m.
Coordenadas	Latitud Sur: 13°33´00"
Geográficas	Latitud Oeste: 71°48´ 00"

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 3

Ubicación geográfica vía satelital del centro poblado de Huasao

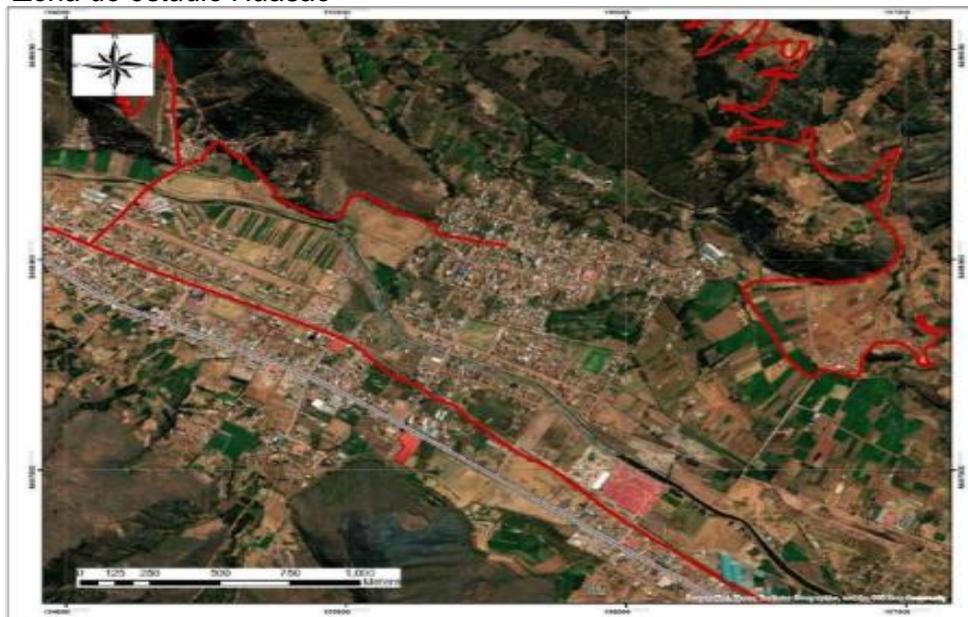


Nota: Adaptado de Google Maps.

4.1.2 Límites

Figura 4

Zona de estudio Huasao



Nota: Adaptado de Google Maps.

- **Por el norte:** Limita con el distrito San Salvador, provincia de Calca y distrito San Jerónimo, provincia del Cusco.
- **Por el sur:** Limita con el distrito Lucre, provincia Quispicanchi y Comunidad campesina Choquepata, distrito Oropesa.
- **Por el este:** Limita con la comunidad campesina Choquepata, distrito Oropesa, provincia Quispicanchi.
- **Por el oeste:** Limita con el distrito Saylla y San Jerónimo de la provincia Cusco.

4.2 Tipo y Nivel de Investigación

4.2.1 *Por el tipo*

Aplicada: “Es aquella cuyo propósito fundamental es dar solución a problemas prácticos.” (Caballero, 2013, p. 39). Debido a que en el trabajo de investigación se propuso la aplicación del modelo Integrado de la Competitividad del destino turístico de Dwyer y Kim.

4.2.2 *Por la naturaleza de los datos*

Cuantitativo: Se utilizan métodos que guardan relación con la matemática, estadística e informática.

Cualitativo: “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”

Según Bernal (2010) afirmó que el estudio de todos los fenómenos sociales llevados desde el marco conceptual a un problema analizado se considera investigación cuantitativa y cualitativa, esto a su vez permite estudiar a la variable de forma deductiva.

4.2.3 *Por el diseño de la investigación*

Corresponde al tipo **NO EXPERIMENTAL**. El objetivo de la investigación es observar los fenómenos para luego realizar un descripción y análisis de un contexto determinado, al momento de realizar el estudio correspondiente no se altera la variable estudiada de manera intencional en el periodo determinado.

4.2.4 *Por la prolongación en el tiempo*

Transversal: “Investigaciones que recopilan datos en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede.”

4.2.5 *Por el nivel de investigación*

Descriptivo: “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 92).

4.4 **Método**

Analítico: “Es cuando se analizan las partes del todo ósea en forma integral”

Inductivo “Porque los resultados a que se lleguen se van a generalizar”

4.5 **Unidad de análisis**

Es el centro poblado de Huasao, ubicado en la Provincia de Quispicanchi.

4.6 **Población de estudio**

El estudio de la población está conformado por:

N1: Conformado por una autoridad del centro poblado de Huasao

Tabla 6
Autoridad a entrevistar

TIPO	N°
Alcalde del centro poblado de Huasao	1
Total	1

. **Nota:** Elaboración propia a partir de trabajo de campo.

N2: Conformado por 36 personas dedicadas a la actividad turística en el centro poblado de Huasao.

Tabla 7

Población de personas relacionadas directamente con la actividad turística

TIPO	N°	%
Propietario de restaurants	6	16.67%
Personas que se ocupan de la actividad cuatrimoto	15	41.67%
Curanderos	6	16.67%
Propietarios de tiendas comerciales	7	19.44%
Propietario de botica	2	5.56%
Población total	36	100%

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo.

N3: Conformado por 50 personas que visitan el centro poblado de Huasao.

Tabla 8

Población de personas que visitan los atractivos turísticos del centro poblado de Huasao

TIPO	N°	%
Visitantes locales	34	68%
Turista nacional	10	20%
Turista extranjero	6	12%
Población total	50	100%

Nota: elaboración propia a partir del trabajo de campo

4.7 Tamaño de la muestra

Para realizar la selección de estudio se utilizó el método **no probabilístico por conveniencia**, en el cual se establecieron diversos aspectos, ya que no todos los miembros de la población de estudio tienen las mismas posibilidades de participar, seleccionando a la población en base al criterio del investigador.

N1: Para establecer la muestra del presente trabajo de investigación se seleccionó de manera directa al líder y máxima autoridad del Centro Poblado de Huasao que es el alcalde previa coordinación y disponibilidad de horario disponible para la entrevista explicando el tema de estudio por ser el responsable de cumplir con las

funciones como cooperar con el desarrollo económico local en coordinación con otras municipalidades de orden distrital o provincial.

N2. Para la elección del muestreo conformado por 36 personas que están directamente relacionado con la actividad turística, se tomó en consideración a las personas vinculadas a una actividad turística ya que tienen mayor conocimiento, información real y verídica acerca del tema de estudio como como son los curanderos, propietarios de restaurants, tiendas comerciales, boticas y personas relacionadas con la actividad de cuatrimoto. Las encuestas fueron realizadas durante dos días considerando los días de mayor y menor afluencia de visitantes en cuanto a las actividades turísticas del mes de noviembre del 2020.

N3. Para determinar la muestra conformada por los visitantes la encuesta fue realizada durante tres días, un día particular que son los días donde existe menor afluencia de visitantes y el fin de semana sábado y domingo donde la participación de visitantes es mayor tomando en consideración la disponibilidad de tiempo en cooperar con la encuesta.

4.7.1 Técnicas de análisis recolección de información

- a. **Entrevista.** Realizamos una entrevista estructurada dirigida al alcalde del centro poblado de Huasao Aurelio Quispe Mamani, basándonos en una serie de preguntas sobre el tema a investigar mediante respuestas concisas, relatos y experiencias.
- b. **Encuestas.** Es de tipo a escala de Likert. Que va desde el nivel de “Totalmente de acuerdo” hasta el nivel “Totalmente desacuerdo”.

4.7.2 Instrumentos

- a. **Guía de entrevista.** Se redactó preguntas en base a las dimensiones de acuerdo a la estructura del trabajo mediante respuestas abiertas.

- b. Cuestionario.** Se redactó un conjunto de preguntas de acuerdo a los indicadores de cada dimensión con la finalidad de recopilar información que coadyuve con el presente estudio. Este cuestionario es aplicado a las personas dedicadas a la actividad turística de dicho lugar, así como también se aplica a las personas que visitan los atractivos turísticos del Centro Poblado de Huasao entre turistas local, nacional e internacional.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

5.1 Procesamiento, análisis, interpretación y resultados

5.1.1 *Procesamiento*

5.1.1.1 Herramientas

Para determinar la competitividad turística en el Centro Poblado de Huasao, fue descrita mediante una entrevista dirigida a la autoridad de turno y dos cuestionarios.

El cuestionario dirigido a personas que se dedican a la actividad turística se consideraron 19 ítems distribuyéndose de la siguiente manera:

Tabla 9

Distribución de los ítems del cuestionario dirigido a personas dedicadas a la actividad turística.

Variable	Dimensiones	Ítems
Competitividad de los destinos turísticos	Recursos creados	1 a 3
	Recursos heredados	4 a 5
	Recursos y factores de carácter general	6 a 8
	Condiciones situacionales para el desarrollo	9 a 13
	Política y gestión	14 a 17
	Condiciones de demanda	18 a 19

Nota: Elaboración propia.

Distribución de los ítems del cuestionario dirigido a turistas que visitan el Centro Poblado de Huasao.

Variable	Dimensiones	Ítems
Competitividad de los destinos turísticos	Recursos creados	1
	Recursos heredados	2
	Recursos y factores de carácter general	3
	Condiciones situacionales para el desarrollo	4
	Política y gestión	5
	Condiciones de demanda	6

Nota: Elaboración propia.

5.1.1.2 Alfa de Cronbach

Con el propósito de determinar la fiabilidad del cuestionario (competitividad de los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao), se empleó el instrumento Alfa de Cronbach.

Tabla 10
Confiabilidad con el instrumento alfa de Cronbach

Cuestionario	N de ítems	Alfa de Cronbach
Fiabilidad del cuestionario aplicado a personas dedicadas a la actividad turística.	19	0,731
Fiabilidad del cuestionario aplicado a visitantes o turistas.	6	0,770

Nota: Elaboración propia en base a dos cuestionarios.

Según la tabla 10, el alfa de Cronbach para el cuestionario aplicado a personas dedicadas a la actividad turística presenta un valor 0.731, significa que el $\alpha=0.731$, por consiguiente, garantiza la validez de confiabilidad de los datos obtenidos.

Según la tabla 10, el alfa Cronbach para el cuestionario aplicado a visitantes presenta un valor 0.770, significa que el $\alpha=0.770$, por consiguiente, garantiza la validez de confiabilidad de los datos obtenidos.

5.1.1.3 Baremación

Para interpretar las tablas y figuras estadísticas se empleó la siguiente escala de interpretación para la medición de competitividad del destino turístico evaluado por personas dedicadas a la actividad turística y personas que visitan los destinos turísticos Huasao:

Tabla 11
Medición de baremo competitividad del destino turístico evaluado por el visitante

Variable	Valores	Interpretación	Descripción
Competitividad de los destinos turísticos	6 a 14	<i>Baja</i>	La competitividad de los destinos turísticos es baja en cuanto a la aplicación de las estrategias implementadas en el centro poblado de Huasao.
	15 a 22	<i>Media</i>	La competitividad de los destinos turísticos es media en cuanto a la aplicación de las estrategias implementadas en el centro poblado de Huasao.
	23 a 30	<i>Alta</i>	La competitividad de los destinos turísticos es alta en cuanto a la aplicación de las estrategias implementadas en el centro poblado de Huasao.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 12

Medición de baremo competitividad del destino turístico evaluado por las personas dedicadas a la actividad turística.

Variable	Valores	Interpretación	Descripción
Competitividad de los destinos turísticos	19 a 44	<i>Baja</i>	La competitividad de los destinos turísticos es baja en cuanto a la aplicación de las estrategias implementadas en el centro poblado de Huasao.
	45 a 69	<i>Media</i>	La competitividad de los destinos turísticos es baja en cuanto a la aplicación de las estrategias implementadas en el centro poblado de Huasao.
	70 a 95	<i>Alta</i>	La competitividad de los destinos turísticos es baja en cuanto a la aplicación de las estrategias implementadas en el centro poblado de Huasao.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 13

Medición de baremo con base a las dimensiones evaluado por las personas dedicadas a la actividad turística

Dimensiones	Valores	Interpretación	Descripción
Recursos creados.	3 a 7	<i>Baja</i>	Los recursos creados en el destino turístico son baja en cuanto al manejo de recursos de infraestructura en el centro poblado de Huasao.
	8 a 11	<i>Media</i>	Los recursos creados en el destino turístico son medios en cuanto al manejo de recursos de infraestructura en el centro poblado de Huasao.
	12 a 15	<i>Alta</i>	Los recursos creados en el destino turístico son altos en cuanto al manejo de recursos de infraestructura en el centro poblado de Huasao.
Recursos heredados.	2 a 4	<i>Baja</i>	Los recursos heredados en el destino turístico son bajas en cuanto al manejo de recursos naturales y culturales en el centro poblado de Huasao.
	5 a 7	<i>Media</i>	Los recursos heredados en el destino turístico son medios en cuanto al manejo de recursos naturales y culturales en el centro poblado de Huasao.
	8 a 10	<i>Alta</i>	Los recursos heredados en el destino turístico son altos en cuanto al manejo de recursos naturales y culturales en el centro poblado de Huasao.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 14

Medición de baremo con base a las dimensiones evaluado por las personas dedicadas a la actividad turística

Recursos y factores de carácter general.	3 a 7	<i>Baja</i>	Los recursos y factores de carácter general en el destino turístico son baja en cuanto al manejo a la calidad, accesibilidad y hospitalidad en el centro poblado de Huasao.
	8 a 11	<i>Media</i>	Los recursos y factores de carácter general en el destino turístico son medios en cuanto al manejo a la calidad, accesibilidad y hospitalidad en el centro poblado de Huasao
	12 a 15	<i>Alta</i>	Los recursos y factores de carácter general en el destino turístico son altos en cuanto al manejo a la calidad, accesibilidad y hospitalidad en el centro poblado de Huasao
Condiciones situacionales para el desarrollo.	5 a 11	<i>Baja</i>	Las condiciones situacionales para el desarrollo en el destino turístico son baja en cuanto al manejo microentorno y macroentorno en el centro poblado de Huasao.
	12 a 18	<i>Media</i>	Las condiciones situacionales para el desarrollo en el destino turístico son medios en cuanto al manejo microentorno y macroentorno en el centro poblado de Huasao.
	19 a 25	<i>Alta</i>	Las condiciones situacionales para el desarrollo en el destino turístico son altos en cuanto al manejo microentorno y macroentorno en el centro poblado de Huasao.
Política y gestión.	4 a 9	<i>Baja</i>	La Política y Gestión en los destinos turísticos son baja en cuanto al manejo de marketing y capacitación de RR. HH en el centro poblado de Huasao.
	10 a 14	<i>Media</i>	La Política y Gestión en los destinos turísticos son medios en cuanto al manejo de marketing y capacitación de RR. HH en el centro poblado de Huasao.
	15 a 20	<i>Alta</i>	La Política y Gestión en los destinos turísticos son altos en cuanto al manejo de marketing y capacitación de RR. HH en el centro poblado de Huasao.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 15

Medición de baremo con base a las dimensiones evaluado por las personas dedicadas a la actividad turística

Condiciones de demanda	2 a 4	<i>Baja</i>	Los Condiciones de Demanda en los destinos turísticos son bajos en cuanto al manejo de percepción e imagen en el centro poblado de Huasao.
	5 a 7	<i>Media</i>	Los Condiciones de Demanda en los destinos turísticos son medios en cuanto al manejo de percepción e imagen en el centro poblado de Huasao.
	8 a 10	<i>Alta</i>	Los Condiciones de Demanda en los destinos turísticos son altos en cuanto al manejo de percepción e imagen en el centro poblado de Huasao.

Nota: Elaboración propia

Para la evolución se medirá considerando las siguientes puntuaciones las cuales se distribuirán de manera equitativo según el puntaje máximo y mínimo.

Para la evolución de los puntajes por dimensiones y variables se consideró tres niveles bajo medio y alto.

5.1.2 Análisis

5.1.2.1 Unidad de estudio

5.1.2.1.1 Aspectos políticos - administrativos

“La Municipalidad del centro poblado Huasao, es una institución de gobierno local que tiene la función de administrar los ingresos económicos y desarrollar labores en beneficio y progreso de la comunidad local” (PERU, 2019).

Es en ese sentido, que se le asigna 21 funciones siendo alguno de ellos lo siguiente:

- Prestar servicios de promoción de desarrollo social, desarrollo económico y campañas de gestión ambiental en coordinación con otras municipalidades de orden distrital o provincial.
- Administrar y regular las áreas destinadas a la práctica del deporte y recreación, así como promover las actividades deportivas y culturales a través de las instituciones pertinentes.

- Administrar, regular y promover la conservación de parques (humedales) y bosques naturales.
- Promover, la participación vecinal en el desarrollo local.
- Otras funciones, competencias y atribuciones que por ley le corresponde.

5.1.2.1.2 Aspectos geográficos

Altitud: El centro poblado de Huasao está ubicado a 3156 msnm.

Relieve: En el ámbito se observa un relieve característico de valles interandinos que presentan dos rasgos bien diferenciados, vertiente y planicie; la planicie aluvial del río Huatanay que tiene una pendiente llana a ligeramente inclinada y concentra las principales urbes de la metrópoli llamada “VALLE SUR”, siendo el terreno de mayor producción agropecuaria, económica y turística; mientras que las vertientes tienen un relieve bastante accidentado, conformado por altas cumbres, laderas de montaña con gran inclinación. Los cerros más importantes del centro poblado de Huasao por su altitud son Pacha tusan, Manuel Pinta, entre otros.

Clima: Se caracteriza por tener condiciones climáticas variadas que permiten el desarrollo de una gran diversidad de recursos naturales y potencialidades productivas, presentándose los siguientes climas:

Semiárido semifrío, con invierno seco y se presenta en alturas próximas a los 3000 msnm, con precipitaciones que van desde los 200 a 500 mm anuales. La temperatura promedio es de 13° C, en el fondo de valle del sureste de la ciudad de Cusco.

Semiseco semifrío, con invierno seco que corresponde a alturas entre 3000- 3600 msnm, cuya precipitación varía entre 500 a 1000 mm al año. La temperatura promedio es de 13° C, y abarca colinas, vertientes de montañas y cimas montañosas altas y bajas.

Figura 5
Aspectos geográficos



Nota: Fotografía propia.

5.1.2.1.3 Aspectos demográficos

El distrito de Oropesa tiene un total de 9444 habitantes de acuerdo al último censo desarrollado en el año 2017, el Centro poblado de Huasao representa el 27.86% del total, siendo **el segundo** centro poblado con más habitantes después de Oropesa.

Tabla 16*Número de habitantes de centros poblados del distrito de Oropesa*

Código	Centros poblados	Población censada		
		Total	Hombre	Mujer
0001	Oropesa	4 411	2 169	2 242
0002	Llullibancha	-	-	-
0004	Patacancha	20	9	11
0005	Kehuar	30	15	15
0007	Pucara	15	8	7
0008	Patabamba	143	76	67
0009	Ccacllapata	12	5	7
0011	Vicho	1	-	1
0012	Huasao	2 310	1 139	1 171
0019	Choquepata	858	420	438
0021	Chinicara Alta	89	45	44
0023	Chinicara Baja	207	112	95
0024	Pinagua Alta	39	21	18
0026	Parcuaylla	46	25	21
0027	Tipón	931	461	470
0031	Patapatayoc	22	10	12
0035	Rosedal de San José	11	9	2
0036	Camicanchi	50	26	24
0039	La Florida	-	-	-
0045	San Jose de Turpo	-	-	-
0046	Nuevo Huasao	249	128	121

Nota: Tomado de CENSO INEI (2017)**Tabla 17.***Número de habitantes del centro poblado de Huasao*

Código	Centros poblados	Población censada		
		Total	Hombre	Mujer
0002	Llullibancha	-	-	-
0004	Patacancha	20	9	11
0005	Kehuar	30	15	15
0012	Huasao	2 310	1 139	1 171
0031	Patapatayoc	22	10	12
0046	Nuevo Huasao	249	128	121
TOTAL				1330

Nota: Tomado de CENSO INEI (2017)

5.1.2.2 Diagnóstico del centro poblado de Huasao

5.1.2.2.1 Recursos Creados

- A. **Infraestructura Turística**, la infraestructura es uno de los elementos esenciales para la competitividad, así mismo para el funcionamiento y desarrollo del turismo en un Centro Poblado ya sea urbano o rural ya que es de vital importancia la existencia de un conjunto de elementos básicos. En el Centro Poblado de Huasao la infraestructura turística es un factor que limita la competitividad turística debido a la baja calidad en el servicio de transporte al no contar la capacidad suficiente de unidades vehiculares principalmente los días sábados, domingos y feriados, otra limitante es el no contar con agencias de turismo, alojamientos principalmente hoteles y apartamentos que permitirían pernoctar a los turistas. La infraestructura con las que cuenta el centro poblado de Huasao son las siguientes:

Tabla 18

Capacidad de la infraestructura turística del Centro Poblado de Huasao

Tipo	Sub – tipo	Desarrollo
Transporte	Terrestre	Existe una sola empresa de transporte urbano “E.T. SAYLLA S.A.” con 34 unidades vehiculares.
Servicios básicos	Agua	Cuenta con dos reservorios, que son administrados por el Centro Poblado de Huasao, el cual proviene del manante llamado Ayaccacca ubicado en el nevado de Pachatusan.
	Alcantarillado	Cuenta con las instalaciones de alcantarillado ya que es una zona sin mucha pendiente el cual está más propenso a las inundaciones.
	Energía	Cuenta con instalaciones eléctricas por parte de la empresa Electro sur Este S.A.
Comunicaciones	Telefonía fija, móvil	Cuenta con redes y antena de torres para los aparatos móviles, pero hay lugares en el que la cobertura es muy baja.
Alojamiento	Hoteles, campamentos, apartamentos	No cuenta con hoteles, apartamentos que puedan atender al visitante, pero si cuenta con espacios eventuales para realizar campamentos.
Servicios turísticos	Agencias turísticas	No existen agencias de viajes que tomen en cuenta este atractivo turístico, pero existe agencias que ofrecen excursiones en cuatrimotos con precios accesibles al alcance del visitante.

Nota. Elaboración propia en base a la observación.

B. Actividades Recreativas, existen diversas actividades como:

- **Circuitos de cuatrimotos**, es una de las actividades complementarias que surgió gracias al lanzamiento del Humedal de Huasao y que está teniendo ingresos económicos significativos para los pobladores de dicho lugar. Al ser una actividad de ingreso económico importante las personas se han dedicado a este rubro y la competencia va en incremento, se estima un promedio de 15 familias dedicada al circuito de cuatrimotos y un total de 190 cuatrimotos en circulación.

Figura 6

Fotografía de Circuitos de cuatrimotos



Nota. Elaboración propia

- **Yaqua Paradise Cusco**, es un balneario que tiene 6 años de funcionamiento en el centro poblado, tiene una dimensión de 2500 m², su infraestructura se encuentra en buenas condiciones la cual se ha convertido en la preferencia de las familias para venir a disfrutar todos los fines de semana.
- **Columpio extremo**, también denominado el vuelo del Halcón que se encuentra ubicado en el sector mirador Huasao, para todas las personas que quieran enfrentar sus miedos y estén llenos de adrenalina.
- **Áreas recreativas**, cuenta con un área de 3000 m² para actividades deportivas como el futbol, vóley.

C. Instalaciones Comerciales, en el Centro Poblado de Huasao se encuentra diversas actividades comerciales que a continuación se detalla:

- **Restaurante**, a cinco minutos de la plaza del centro poblados y a un minuto del humedal de Huasao se ubican cuatro restaurantes y 5 quintas campestres que ofrecen platos tradicionales de nuestra zona. El producto gastronómico es variado y sobre todo con precios accesibles. Los menajes ofertados es el Chicharrón, Chanco a la caja china, Cuy al Horno, Enrollado de Gallina, Gallina al Horno, entre Otros.

Observamos que existe un grupo limitado de restaurantes, por consiguiente, el número de ofertantes no son suficientes para el número de visitantes locales principalmente los días sábados y domingos, en vista que, no cuentan con una infraestructura amplia siendo la capacidad máxima de 30 a 40 personas en quintas campestres y de 15 a 25 en restaurantes motivo por el cual los visitantes optan por lugares competitivos como Saylla o Tipón.

- **Market:** Son actividades muy comunes que se puede ver, sin embargo, se observa la falta de implementación ya que son básicos los productos ofrecidos.
- **Boticas:** Cuenta con cuatro establecimientos en todo el centro poblado.

5.1.2.2 Recursos Heredados

A. Recursos Naturales, entre las características más resaltantes del centro poblado de Huasao tenemos:

- **Flora**, la vegetación que se muestra a nivel local tiene una temporalidad dentro del cual se hace uso para distintas actividades como:
 - Tierras para cultivo permanente
 - Tierras con pastos naturales
 - Áreas de bosques y montes

Los cultivos más importantes a resaltar tenemos: trigo, cebada, papa, maíz, alfalfa, haba y hortalizas.

- **Fauna**, cuenta con la crianza de animales mayores de manera extensiva como el ganado vacuno, ovino y el porcino en pequeña cantidad, así como, la crianza de los animales menores domésticos como la gallina y cuy. Cabe resaltar, que a sus alrededores cuenta con animales en peligro de extinción como taruca, zorrino, puma y perdiz.
- **Minerales**, se encuentra los recursos mineros no metálicos como el yacimiento de piedra, cascajo, cal u otro mineral que va tomando una mayor importancia en los últimos años.
- **Humedal de Huasao**, se encuentra a diez minutos de la plaza principal del centro poblado de Huasao, se puso en valor gracias al convenio realizado entre la municipalidad distrital de Oropesa y el Ministerio del Medio Ambiente a través del programa Minam+CAF haciendo realidad el proyecto denominado “Recuperación del ecosistema con potencial ecoturístico y belleza paisajística del humedal de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi , Cusco” teniendo como objetivo fortalecer la capacidad para la conservación y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales de los ecosistemas andino – amazónico en el ámbito de influencia del corredor vial interoceánico Sur – tramo 2,3 y 4, para contribuir a la conservación del patrimonio natural. En la ejecución del proyecto incluyeron réplicas de Groot (personaje de las películas Guardianes de la Galaxia) y Ents (guardianes de los bosques en la película El Señor de los Anillos), que causo interés y admiración de la población y turistas por visitar dicho lugar. Desde entonces, se ha convertido en un atractivo turístico dentro del corredor del Valle Sur. Entre sus características principales tenemos lo siguiente:

- Tiene una extensión de 55,779 m².
- Almacena una gran cantidad de agua proveniente de laderas cercanas, riachuelos y filtraciones profundas llamadas pugios.
- Es un espacio natural protegido, cuenta con características ambientales únicas ya que ha logrado recuperar espacios para el desarrollo de una gran variedad de seres vivos en flora y fauna además de ser un hábitat para las aves migratorias en ciertas épocas del año, por ello, existen esfuerzos para proteger el área natural recuperado.
- La ubicación geográfica, la fuente de agua y el entorno paisajístico condicionan al mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- Sus espacios ecológicos son una reserva muy importante para albergar a más de 20 especies de aves como el Pato de la Puna, Pato Barcino, Pato Jergón, Pato colorado, Garcita Bueyera, garza blanca grande, Rascón Plomizo, etc.
- Conserva una vegetación típica de la región: Ñihua, Chilca, Sauces Llorones, Álamos, Chachacomos, Qantus, Molles, Totora y Mostaza.
- Fuente de creación para actividades turísticas complementarias.

Con la puesta en valor del recurso turístico Humedal de Huasao no se tomaron en cuenta algunos aspectos como la destrucción del ecosistema del humedal de Huasao al momento de ahuyentar algunas especies de aves que es el soporte de un humedal por la gran cantidad de visitantes.

Figura 7
Fotografía del humedal de Huasao



Nota. Tomado por la Municipalidad Distrital de Oropesa.

Figura 8
Fotografía de una escultura



Nota: Municipalidad distrital de Oropesa.

B. **Patrimonio Histórico y Cultural**, entre las actividades y lugares más resaltantes tenemos lo siguiente:

- **Curanderismo**, el centro poblado de Huasao tiene expresiones culturales muy importantes y uno de ellos es el curanderismo por el cual recibe visita de turistas locales, nacionales y extranjeros. Este centro poblado es conocido como “tierra del curanderismo” o también como “la tierra de los brujos” esta práctica se remonta a herencias ancestrales y otro de los factores que lo hacen verídico es que su

ubicación se encuentra a faldas de uno de los Apus más importantes de la región, como es el “Apu Pachatusan” A pesar que esta práctica se realiza en distintos lugares de nuestra región y del mundo, Huasao se fue posicionando como uno de los lugares de preferencia ya que para muchos de los clientes es en el único lugar que encuentras a los mejores curanderos llamados también chamanes. Los días con mayor afluencia de clientes son los días martes y viernes que son días sagrados en la mitología andina.

- **Festividad de la Virgen de natividad**, no es fácil determinar que el centro poblado sea católico en su totalidad ya que también existe la religión andina, pero si se puede decir que una de sus festividades más importantes de dicho lugar es la festividad en honor a la “Virgen de Natividad”. Esta fiesta se celebra cada 8 de setiembre por influencia de los españoles para que las personas dejen de adorar a la religión andina y se implante el catolicismo. La fiesta de la mamacha Natividad llamada así cariñosamente por los lugareños del lugar y también por todos los feligreses, son días en que todas las personas de la zona van asistiendo para dar la oración y celebración a través de las danzas. Esta festividad atrae un ingreso económico para todas aquellas familias que expenden comida, bebidas entre otros.
- **Capilla de Huasao**, se encuentra ubicada en la plaza principal de Huasao, fue construida en el año 1869 y restaurada 1997, hasta en día de hoy conserva su aspecto colonial bañada en pan de oro, es aquí donde se venera y se desarrolla la festividad de la Virgen de Natividad.

Figura 9
Fotografía de la Capilla de Huasao



Nota. Se encuentra en la plaza principal de Huasao.

5.1.2.2.3 Recursos y Factores de Carácter General

A. Calidad del Servicio

El centro poblado de Huasao tuvo una mejora significativa desde la puesta en valor del Humedal de Huasao debido a la gran demanda de visitantes, sin embargo, existe deficiencia en la calidad de servicio que se brinda, motivo por el cual, el visitante no se queda satisfecho. En el campo turístico empresarial la satisfacción es un factor muy importante de ello depende la productividad y el éxito de una empresa o un producto turístico, por ejemplo:

- ✓ En la actividad de cuatrimotos no brindan una información real del circuito en su mayoría, son poco amables y lo que busca el visitante es sentirse placentero luego de tener una experiencia determinada.
- ✓ Mantener la calidad de servicio en los restaurantes es la clave para satisfacer la necesidad en relación a lo ofrecido buscando conservar y fidelizar a los clientes mejorando la imagen compartiendo su experiencia positiva con amigos, familiares, compañeros de trabajo.

- ✓ Al momento de realizar el trabajo de campo observamos que el personal que labora no está capacitado para cumplir con los estándares de calidad de servicio a los clientes.
- ✓ La falta de seguridad, amabilidad, empatía, rapidez entre otros, hace que el cliente no esté satisfecho buscando otras opciones (lugares).
- ✓ Los clientes cada vez son más exigentes al momento de adquirir un producto o servicio, por ende, el ofertante tiene que poner mayor énfasis en sus actividades buscando la satisfacción de la cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio.

B. Accesibilidad de los Destinos Turísticos.

En los últimos años se ha tomado mucha importancia en cuanto a la accesibilidad de los destinos turísticos al mismo tiempo es una oportunidad de crecimiento social y económico, los productos turísticos con enfoque accesible mejoran la cadena de valor, este tema es más que todo para medir la voluntad política de los gobiernos ya que un destino turístico puede ser apreciado por todas las personas incluidas con discapacidad. Existe un grupo demográfico que son las personas con discapacidad y los adultos mayores que no cuentan con las herramientas necesarias para trasladarse como quisieran dentro de un destino turístico siendo un tema que deberían de considerar los gobiernos de turno.

C. Hospitalidad a los Visitantes

La hospitalidad comienza desde la llegada hasta el retorno del turista o visitante, hacer sentir bien a la persona depende de muchos actores para la satisfacción del cliente. El Centro Poblado de Huasao ha tenido un cambio positivo respecto a la demanda de visitantes, sin embargo, la inexperiencia y la falta de capacitación de las autoridades a todos los que participan en el proceso del desarrollo del turismo tiene algunas deficiencias

al momento de tener contacto con los turistas, es importante que el cliente tenga una imagen de un ambiente acogedor, cálido, amable, cómodo y seguro.

5.1.2.2.4 Condiciones para el Desarrollo

A. Situación Geográfica

Huasao se ubica en el llamado Valle Sur donde la competencia es dinámica en base al turismo gastronómico, la ubicación y los recursos (geográficos y turísticos) con los que cuenta lo hace diferente a los de su competencia. Para mantener una ventaja competitiva en el tiempo falta realizar un uso adecuado e innovar algunos productos que no sean copiados en el corto tiempo aprovechando la biodiversidad, los recursos hídricos, los amplios campos de recreación y más que todo la creatividad y productividad del recurso humano.

B. Microentorno Competitivo

El objetivo principal de toda organización turística es mantener relaciones de intercambio eficientes con los clientes. Pero, para llevar a cabo esta tarea, la compañía tiene que relacionarse con proveedores e intermediarios. Además, el éxito de la empresa también va a estar influenciado por el efecto de la competencia y los grupos de interés.

Al momento de poner en marcha la actividad de turismo en el Centro Poblado de Huasao, se tiene que tener en cuenta la actividad a quienes esta direccionada la actividad turística, así mismo el microentorno juega un rol importante dentro del turismo ya que esto permite generar ideas competitivas que permitan mostrarse a los operadores turísticos y turistas como otra opción de visitar.

El presente análisis del microentorno se realizará en base al entorno específico de la industria del turismo que tiene el Centro Poblado de Huasao de la siguiente forma:

Tabla 19*Análisis del microentorno competitivo del centro poblado de Huasao*

Propia organización	Municipalidad distrital de ropesa y microempresarios turísticos.
Los proveedores	Operadores turísticos: Machupichu Peru Tours, que incluye dentro del Circuito Valle Sur Tipón, Piquillacta y Humedales de Huasao. Servicio de transporte terrestre: Una sola Empresa de Transportes Saylla S.A.
Intermediarios de marketing	Área de desarrollo social de MDO Las Propias organizaciones que desarrollan la actividad turística.
La competencia	Son los distritos que están ubicados en el Corredor de Valle Sur, aquellos que ofrecen bienes o servicios similares para satisfacer las necesidades de los visitantes
Grupo de interés	Agencia de viajes
Los clientes	Visitantes locales, población de la ciudad del Cusco que son los clientes potenciales, nacional y extranjero es en menor porcentaje

Nota. Elaboración propia

C. Macro Entorno Competitivo

- **Estabilidad política**, ante la coyuntura actual que viene presentando nuestro país principalmente por la corrupción, lucha de poderes que se acrecienta en el día a día, al ver a ex presidentes, parlamentarios, gobernadores regionales, alcaldes provinciales y distritales, miembros de instituciones principales incurridos en actos de corrupción nos conlleva a una crisis e inestabilidad política, donde la población se siente engañada y traicionada por la clase política. Pero no fue motivo para desestabilizar la actividad turística ya que existe tendencia por parte del gobierno a través de los ministerios recuperar y crear productos turísticos mediante concursos no reembolsables, como es la recuperación del humedal a través del proyecto “Recuperación del ecosistema con potencial ecoturístico y belleza paisajística del Humedal de Huasao” que permite conservar la biodiversidad y convertirla en un pulmón natural gracias al cofinanciamiento entre la municipalidad Distrital de Oropesa y el programa Minam+CAF del ministerio del ambiente. La actividad turística depende indudablemente del entorno en donde se desarrolla,

por lo que, el desarrollo competitivo de un destino turístico dependerá de un clima propicio para asegurar la integridad del visitante. El Perú posee convenios con otros países para que sus ciudadanos puedan visitar nuestro país sin necesidad de visas, así como, el gobierno suele decretar feriados largos con la finalidad de promover el turismo interno. El gobierno regional del Cusco a través de la Ordenanza Regional N°114-2016-CR/GRC.CUSCO aprobó el “Plan de Desarrollo Regional Concertado Cusco al 2021 con Prospectiva al 2030”, como instrumento de gestión técnico, orientador, normativo y de cumplimiento obligatorio de todas las instituciones públicas y privadas del Departamento del Cusco, el PDRC contiene dos fases: prospectiva (se realiza el diagnóstico del territorio) y estratégica (se define el escenario donde se proyecta llegar). En el cuarto eje estratégico denominado “Economía diversificada, competitividad y empleo” una de las acciones estratégicas territoriales es: Desarrollar una oferta turística diversificada fomentando la competitividad y sostenibilidad de la actividad turística y artesanal, así como, potenciar el crecimiento y desarrollo productivo competitivo. Esta ordenanza regional garantiza la sostenibilidad de las diversas actividades como es el turismo.

- **Legislación económica**, la economía de países potencias como EE. UU, China y países europeos principalmente de los que emiten mayores turistas hacia nuestro país fueron creciendo sostenidamente, lo que significa que los habitantes tienen capacidad de gasto para realizar viajes fuera de su lugar de residencia y país siendo una de las preferencias nuestro país Perú y región Cusco contribuyendo con el desarrollo social y económico. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la economía del Perú creció 2.2% en el 2019 siendo la economía en expansión y crecimiento continuo de América Latina en

términos de producto bruto interno (PBI) tradicionalmente es un reflejo de su variada y compleja geografía, el crecimiento continuo significa que las personas en nuestro país tienen mayor capacidad de gasto buscando en su tiempo libre relajarse, salir de la zona de confort buscando la mejor alternativa de los diferentes destinos turísticos existentes en nuestro país. El crecimiento en la región Cusco es impulsado por la actividad minera e hidrocarburos con un 33.00%. en el contexto nacional, Cusco aportó el 4.0% al PBI del país ubicándose como la cuarta economía después de Lima, Arequipa y La Libertad. La región Cusco posee innumerable oferta turística como centros arqueológicos, paisajísticos, culturales, naturales entre otros, que le han permitido posicionarse como el principal destino turístico a nivel nacional donde el dinamismo del turismo repercutió en el crecimiento de las actividades de telecomunicaciones, transporte, comercio, alojamiento y restaurantes. La municipalidad distrital de Oropesa cuenta con ingresos como, recursos ordinarios, recursos directamente recaudados, recursos determinados que le permite realizar diferentes proyectos en lo económico, social, infraestructura, etc. en favor de la población. De acuerdo al artículo quinto la transferencia de los recursos que se signe al centro poblado de Huasao, será a cargo de la municipalidad distrital de Oropesa así como de la municipalidad provincial de Quispicanchi, en proporción a su población y los servicios públicos expresamente delegados y conforme a las competencias, funciones administrativas, económicas y tributarias establecidas en el Art. Segundo de la presente ordenanza, para cuyo efecto, la municipalidad centro poblado de Huasao deberá rendir cuentas de manera mensual sobre los gastos realizados.

- **Entorno cultural y social**, la delincuencia, inseguridad en nuestro país principalmente de las regiones más desarrolladas como es Lima, La Libertad

genera una mala imagen para la competitividad de los destinos turísticos en nuestro país, al igual que las huelgas generadas por organizaciones al momento de cerrar las vías de acceso a las ciudades, hace que ahuyenten a los turistas y no vuelvan mas a nuestro país. Cusco fue un lugar donde no existían asaltos a mano armada y otros tipos de robos, pero en los últimos años la delincuencia se va acrecentando de manera acelerada donde la sociedad no está preparada para este tipo de situaciones, siendo un trabajo de mucha importancia para los gobiernos de turno. Nuestro país, al igual que la ciudad Cusco es rica en cultura, valores, tradiciones, creencias, rituales que es aprendido y compartido por un grupo de personas que se transmiten de generación en generación. Huasao cuenta con diversas actividades que forman parte de la cultura, una cultura propia que existió desde nuestros antepasados que es el chamanismo motivo por el cual es conocido como la tierra del curanderismo andino lo más resaltante de esta actividad es durante el mes de agosto donde se realiza el sembrío con una ceremonia del pago a la tierra con el plato típico merienda para obtener los mejores productos. Cuenta con dos idiomas que son hablados con frecuencia el quechua y el castellano, en setiembre celebran la fiesta en honor a la Virgen Natividad. Las fiestas carnavalescas se realizan por cada barrio durante un mes atrayendo a los visitantes.

- **Desarrollo tecnológico**, con la incorporación de las tecnologías de información se están obteniendo grandes avances traducidos en soluciones innovadoras que se utilizan para el proceso, administración y distribución de la información y las comunicaciones de las personas, empresas y organizaciones en pro de la eficiencia y agilidad, gracias a las TICs la industria del turismo ha aumentado en cuanto a la competitividad, en vista que, podemos encontrar diversos servicios

como paquetes de viaje, agencias de vuelos que se comercializan por este medio haciendo uso de las redes de internet para realizar publicidades. Actualmente para atraer a más visitantes se necesita adoptar nuevos retos estratégicos orientado y centrado en las necesidades de los consumidores que demandan de manera más personalizada, es decir la información es un activo estratégico para gestionar la actividad turística pudiendo ayudar a ser más competitivo a nivel mundial. Indudablemente el turismo depende de las TICs, ya que los turistas antes de realizar un viaje demandan información sobre vuelos, hoteles, restaurantes, paquetes turísticos, métodos de pago, etc. para planear y elegir a través de plataformas de video o páginas web el destino al cual quiere llegar desde su hogar o lugar de trabajo.

- D. **Seguridad para el Visitante**, la clave para el desarrollo de la competitividad turística es la seguridad desde la protección de la vida, salud, integridad física y económica de los visitantes, de los prestadores de servicio y la sociedad en general, existe una deficiencia en la seguridad ya que ni en el Humedal cuentan con botiquín para primeros auxilios, también las personas que desarrollan la actividad de recreación no aplican mecanismos de seguridad al momento de brindar sus servicios a los visitantes. Los actores en la prestación del servicio turístico se tienen fortalecer en materia de seguridad turística ante posibles riesgos y amenazas tanto en las instalaciones turísticas y recreativas y así poder apreciar un destino turístico seguro.
- E. **Precio de los destinos turísticos**, los precios son económicos al alcance de todo nivel socioeconómico siendo lo siguiente:

Tabla 20*Precio de los destinos turísticos*

Actividades turísticas	Precios
Ingreso al Humedal	S/ 1.00 niños S/ 2.00 adultos
Cabalgata	S/ 5.00 general S/ 15.00 el mirador
Paseo en cuatrimoto	S/ 50.00 a Pachatusan S/ 25.00 a la cascada S/ 5.00 al redor del parque
Columpio	S/ 30.00 general
Gastronomía	S/ 5.00 a S/ 40.00 (varía de acuerdo a la variedad de platos)
Piscina Yaqua Paradise	S/ 20.00 General
Pasaje Cusco – Huasao	S/ 1.50

Nota: elaboración propia al año 2019**5.1.2.2.5 Política y gestión**

A. Participación de las organizaciones en la actividad turística, El sector gastronómico en los últimos años tuvo un enorme crecimiento, en Huasao desde el año 2008 se conformaron asociaciones que expenden sus diversos platos en los festivales.

Festival gastronómico de la gallina: La asociación Virgen Natividad de Huasao se fundó el treinta de agosto del año 2009 con el objetivo de expender diversos platos a base de gallina gracias a la motivación de la municipalidad distrital de Oropesa. Fue esta asociación que fundo el festival gastronómico de la gallina que se llevará a cabo cada primero de mayo por el día internacional del trabajador(a). Desde entonces la municipalidad fue capacitándolos, incrementando e innovando los diversos platos como son: gallina arrepentida, gallina a la jijuna, enrollado de gallina, asado de gallina, asado a la olla, el infaltable Chiriuchu, cuy al horno entre otros.

La organización del evento lo realiza la Municipalidad Distrital de Oropesa a través del área de desarrollo social conjuntamente con las socias, designando el presupuesto requerido para llevar a cabo, cabe mencionar que cada año los visitantes de distintas partes del Cusco van llegando a degustar los riquísimos potajes a base de la gallina,

afirmando que se va posicionando en todo el Valle Sur proyectándose a que dicho festival sea conocido a nivel nacional.

El nivel de participación de la Municipalidad Distrital de Oropesa para dar realce al evento festival gastronómico de la gallina es desde la designación del presupuesto para la organización correspondiente con la finalidad de conseguir que el evento resulte un éxito.

Tabla 21

Organizaciones Sociales

Organizaciones sociales	Descripción
Asociación gastronómica virgen Natividad	Dedicada a la actividad gastronómica, realiza el festival gastronómico a base de gallina el 01 de mayo de cada año en honor al día del trabajador, siendo su plato bandera enrollado de gallina. Esta asociación fue fundada el 30 de agosto del año 2009.
Asociación Ecomixtura	Dedicada a la actividad gastronómica, realiza el Festival Gastronómico Ecomixtura en honor al día del padre que se realiza el tercer domingo de junio. Esta asociación es nueva ya que fue fundada el 29 de mayo del año 2019 siendo su primer festival con diversas variedades de presentaciones de platos típicos.
Asociación de fruticultores	El centro poblado de Huasao incentiva por intermedio de la municipalidad distrital de Oropesa la producción de durazno. Siendo hasta el momento alrededor de 30 socios dedicados a esta actividad.
Asociación Flora Tristán	Dedicada a la producción de hortalizas, ofreciendo un producto orgánico a las amas de casa y restaurantes existentes garantizando un producto de calidad en la alimentación de visitantes y turistas.

Nota: Elaboración Propia.

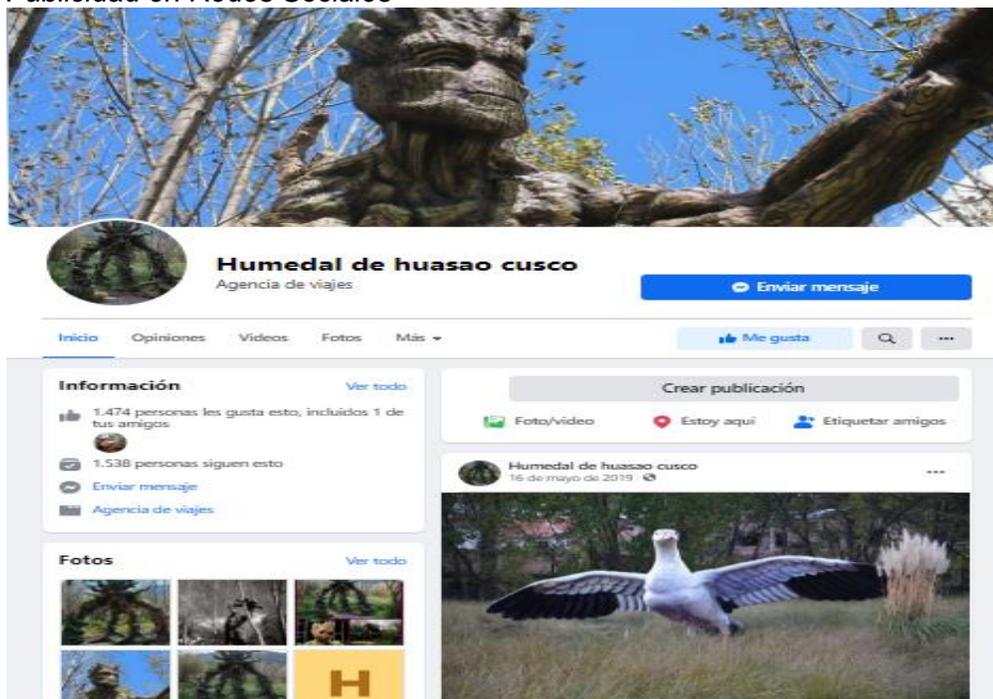
- B. Publicidad y Marketing en la Actividad Turística,** la publicidad lo realizaron a través de las redes sociales que fue el medio con mayor eficacia, medios de comunicación como periódicos, radios, en la página web de noticieros.

Figura 10
Publicidad de medios periodísticos



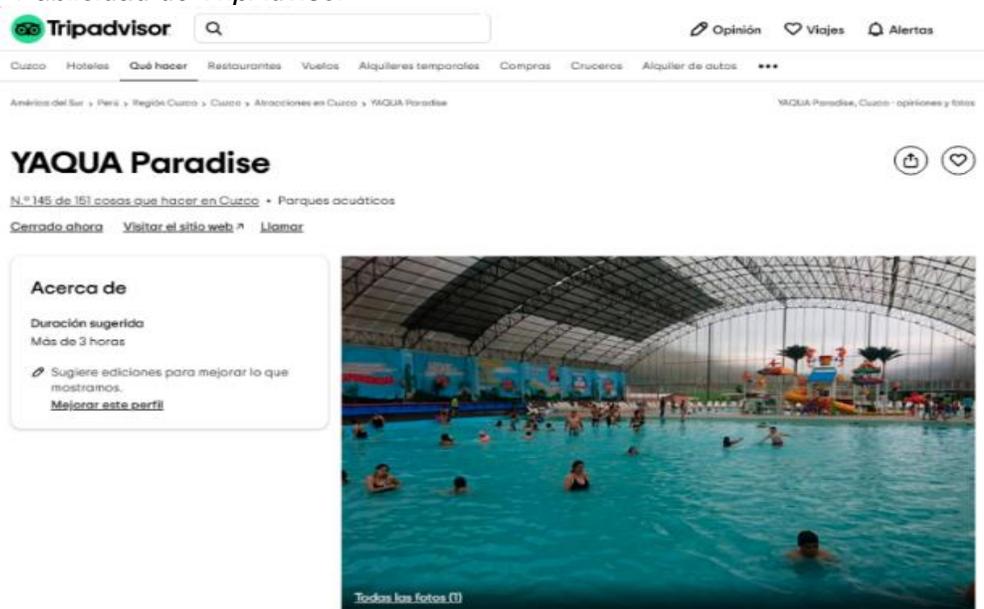
Nota: Tomado del Noticiero (RPP, 2018).

Figura 11
Publicidad en Redes Sociales



Nota: Tomado del Fan Page (FACEBOOK, 2021).

Figura 12
Publicidad de TripAdvisor



Nota: Tomado de TRIPADVISOR (2021).

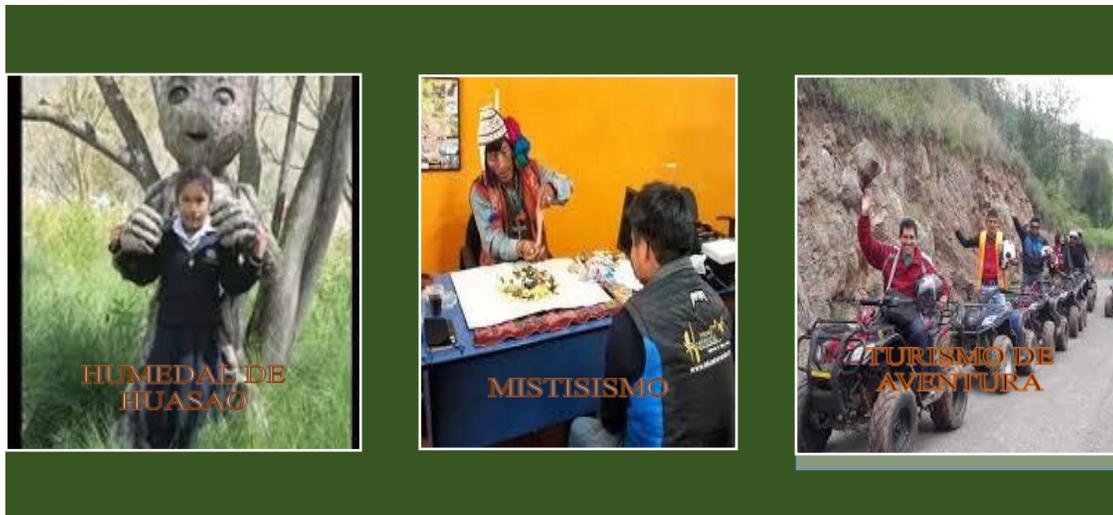
- C. Capacitación de recursos humanos,** el centro poblado de Huasao desarrolla sus actividades de manera tradicional en el campo de agricultura y ganadería razón por la cual, entrar al rubro de la actividad turística es algo nuevo para ellos. La capacitación como parte del proceso de formación de recursos humanos constituye un factor importante en el desarrollo de los actores turísticos, la falta de capacitación hace que no se brinde una calidad de servicio, sin embargo, la municipalidad distrital de Oropesa como ente público no presta atención a este tema.
- D. Gestión del Medio Ambiente,** en el centro poblado de Huasao no existen proyectos de preservación del medio ambiente, sin embargo, la población trata de mantener en buenas condiciones las áreas verdes, pero existe una indiferencia por las autoridades correspondientes ya que no brindan el suficiente personal de limpieza para mantener los atractivos naturales, a esto se suma las actividades de cuatrimotos que no están siendo regulada de acuerdo a ley.

5.1.2.2.6 Condiciones de Demanda

- A. **Las preferencias del Visitante**, los turistas y visitantes quieren vivir experiencias únicas, emocionantes, conocer otras culturas, el confort, el esparcimiento entre otros y Huasao nos muestra que puede llegar a alcanzar lo que un turista anhela, si bien es cierto, en estos momentos se encuentra en una etapa de introducción, debido que el atractivo principal hoy en día es el humedal de Huasao convirtiéndose en un atractivo potencial natural asociada a la recreación que fue promocionada e inaugurada el 01 de mayo del año 2018, desde aquel entonces recibió más de 600,000 mil entre turistas y visitantes cusqueños. Lo llamativo de Huasao hoy en día es el humedal, seguido por el misticismo y el turismo de aventura.

Figura 13

Actividades turísticas



Nota: Tomado de la publicidad del municipio de Huasao.

- B. **Percepción sobre el Destino Turístico**, se observa que es un lugar agradable, pero, le falta trabajar más en un servicio de calidad por parte de los ofertantes, existe un desorden alrededor del atractivo turístico por parte de los comerciantes y actividades complementarias al turismo, no habiendo la presencia de la entidad correspondiente para dar solución a este problema.

La existencia del desorden, la falta de capacitación en la atención y prestación de servicios a todas las personas dedicadas a la actividad turística hace que Huasao no tenga una buena imagen para el visitante. Aun así, el centro poblado es la preferencia de muchos de los turistas por los atractivos naturales que ofrece.

5.1.2.3 Análisis de los resultados de la entrevista dirigido a la autoridad del Centro Poblado de Huasao.

Durante la entrevista, como primera pregunta que realizamos a la autoridad del Centro Poblado de Huasao fue en relación al primer indicador denominado Recursos, quien gustosamente se manifestó:

“La actividad turística en el Centro Poblado de Huasao ha tenido un crecimiento importante, esto se debe en gran parte a los recursos naturales que podemos observar, además esto se debe al trabajo en conjunto que hemos tenido con las autoridades para poder potenciar dichos atractivos y por consiguiente creo yo que estamos en la capacidad que con un buen manejo podemos convertirnos competitivamente frente a los demás.”

Se puede deducir que la autoridad en cumplimiento a la designación de funciones otorgadas en la resolución de creación tiene la predisposición de cooperar en el crecimiento del desarrollo turístico en el Corredor del Valle Sur.

Seguidamente procedimos a enfocarnos en el tema de condiciones situacionales para el desarrollo donde obtuvimos la siguiente respuesta:

“Como observamos nos falta mucho por mejorar desde el trato a los turistas hasta brindar servicios de calidad, estamos seguros que si mejoramos estos aspectos seremos más competitivos. Así mismo existe un ausentismo por parte de las entidades que nos ayuden a promover el lugar, así como también falta realizar las coordinaciones pertinentes con los operadores turísticos quienes son una fuente importante para traer más visitantes a las zonas”

Del párrafo anterior se deduce la falta el trabajo en conjunto de las autoridades para para tener una buena imagen frente a los visitantes.

Como penúltima pregunta que se elabora con respecto a la dimensión de política y gestión turística quien amablemente enfatizo indicando lo siguiente:

“Yo como autoridad interna del Centro poblado de Huasao considero que hay leyes que promueven el turismo, sin embargo la autoridades competentes no se han dado el tiempo de leer la leyes y poder aplicarlas, en cuanto a las gestiones solo ha sido presidida por algunas organizaciones interna que de alguna u otra manera han buscado promover algunas actividades de recreación , pero sin embargo existe brechas que no permiten desarrollarnos y por consiguiente falta mucho para que los visitantes puedan considerarnos como una oportunidad. También Existen organizaciones gastronómicas, organizaciones de jóvenes, pero no tienen el apoyo por parte de las autoridades principales ya que no existe un presupuesto destinado, estamos trabajando es eso”

Del párrafo anterior se deduce que existen principios de la actividad turística como la inclusión, la descentralización, la calidad y el comercio justo en turismo que no están siendo aplicados por las entidades correspondientes.

Para dar por concluido con la entrevista se procedió con el tema de las condiciones de demanda turística obteniendo la siguiente apreciación:

“Indudablemente el Centro Poblado de Huasao tiene recursos heredados, los cuales nos hacen ricos en cultura y costumbre. El cual nos pone como una opción turística, pero existen atractivos generados por las propias personas de Huasao como es bosque de los gigantes de la familia Mamani Gutiérrez”

Se deduce que Huasao tiene los recursos potenciales y emprendedores para ser competitivo.

5.1.2.4 Análisis de los resultados de la encuesta.

5.1.2.4.1 Análisis para la variable: competitividad del destino turístico

Tabla 22

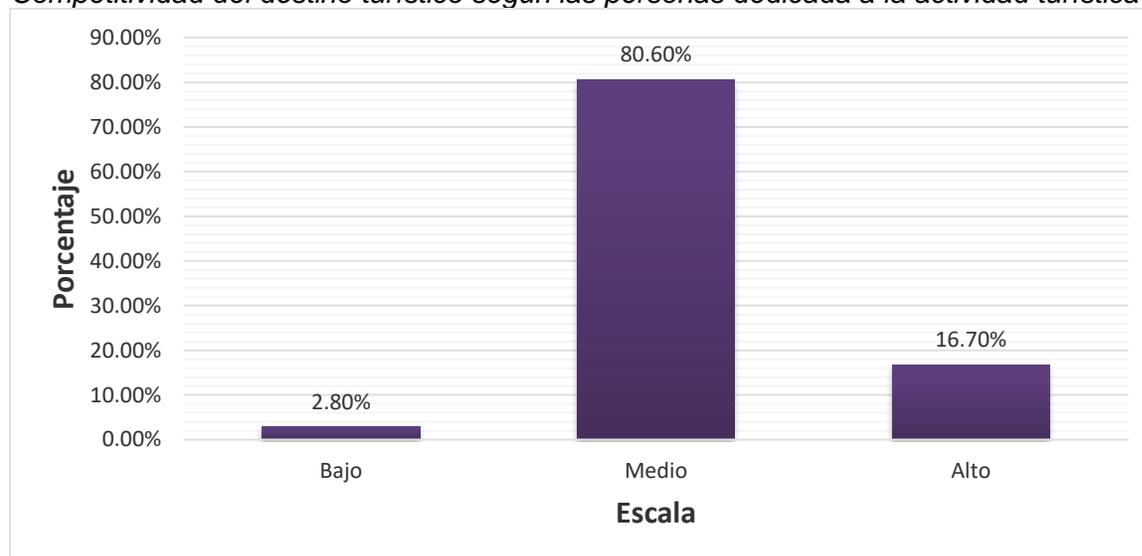
Competitividad del destino turístico según las personas dedicadas a la actividad turística

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	2.8%	4,00	16,15
Medio	29	80.6%	68,00	72,31
Alto	6	16.7%	28,00	100,00
Total	36	100,00	100,00	

Nota: elaboración propia

Figura 14

Competitividad del destino turístico según las personas dedicada a la actividad turística



Nota: Elaboración propia

En la tabla 22, se presentan los resultados de la encuesta según las personas dedicadas a la actividad turística especialmente de la variable competitividad de los destinos turísticos en el Centro Poblado de Huasao - Cusco. En ella, percibieron que, el 80.60 % de los encuestados consideraron que el nivel de competitividad en el Centro Poblado de Huasao - Oropesa es “medio” en cuanto al destino turístico. Así mismo, el 2.80 % de los encuestados manifestaron que el nivel de destino turístico en el Centro Poblado de Huasao - Cusco es “bajo”.

Por lo tanto, se deduce que Huasao cuenta con los recursos para desarrollar diversas actividades turísticas que se complementan entre sí, pero falta desarrollar

5.1.2.4.2 Análisis según las dimensiones e indicadores de estudio realizado a las personas dedicadas a la actividad turística en el centro poblado de Huasao.

A. Dimensión: Recursos creados

Tabla 23

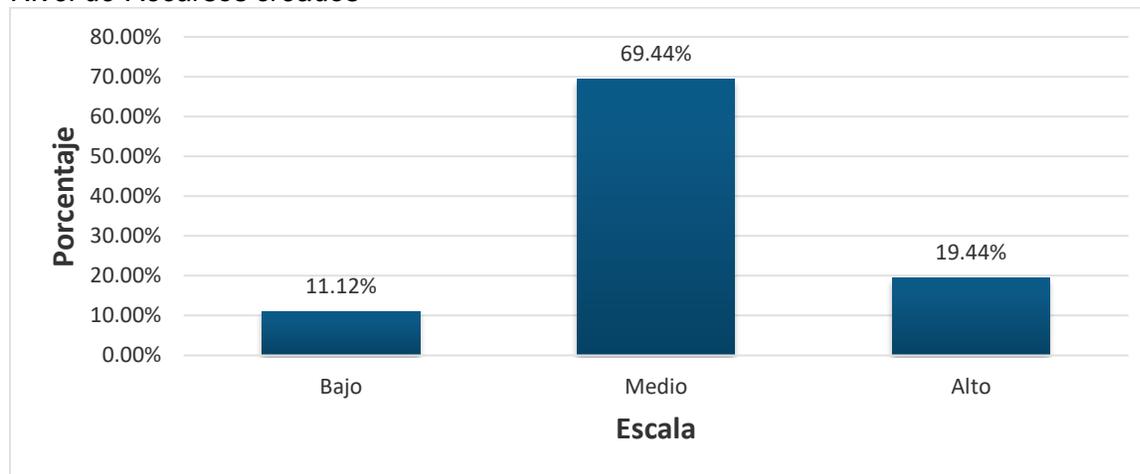
Nivel de Recursos creados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	4	11.12%	11.12%
Medio	25	69.44%	80.56%
Alto	7	19.44%	100.00%
Total	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia

Figura 15

Nivel de Recursos creados



Nota: Elaboración propia

Según la **tabla 23**, se presentan los resultados de la dimensión Recurso Creados, en ella las personas dedicadas a la actividad turística percibieron que el 69.44% de los encuestados consideraron que el nivel de los recursos creados en el centro poblado de Huasao es medio. De

igual forma, el 11.12 % de los encuestados consideran que el nivel de la dimensión recursos creados es bajo.

Por lo tanto, podemos observar que la mayoría de las personas dedicadas a la actividad turística consideraron que el nivel de los recursos creados se encuentra en una etapa media, requiriendo de mejoramiento en cuanto a la infraestructura, espacios recreativos e instalaciones comerciales para ser un destino turístico competitivo.

A.1. Capacidad en la infraestructura turística

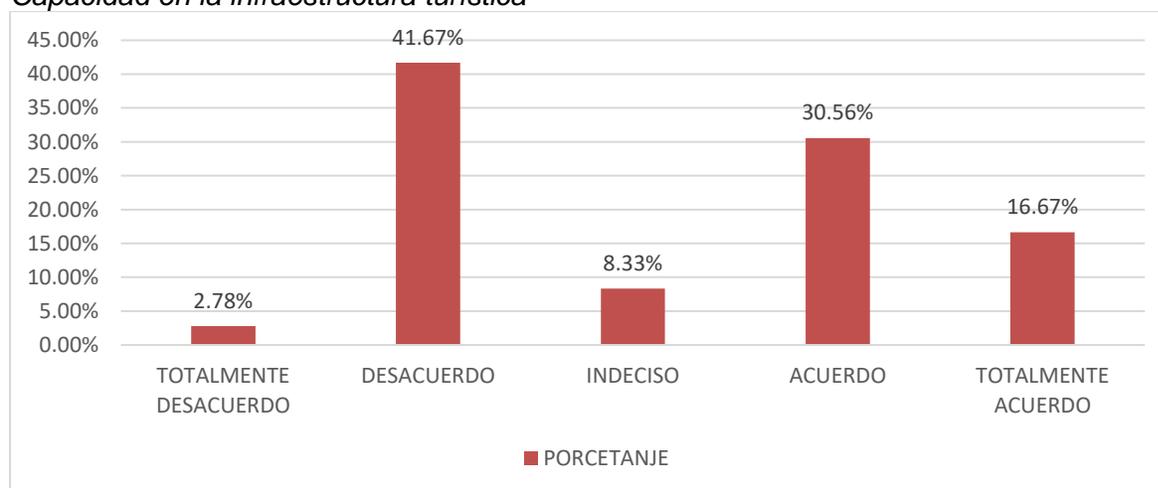
¿El centro poblado de Huasao cuenta con servicios de hospedaje, transporte y otros servicios de apoyo?

Tabla 24
Capacidad en la infraestructura turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	1	2.78%	2.78%
Desacuerdo	15	41.67%	44.44%
Indeciso	3	8.33%	52.78%
Acuerdo	11	30.56%	83.33%
Totalmente acuerdo	6	16.67%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas.

Figura 16
Capacidad en la infraestructura turística



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 24**, el 41,67% de los encuestados indicaron que el centro poblado de Huasao está de “Desacuerdo” con la capacidad en la infraestructura turística (servicios de hospedaje, transporte y otros servicios de apoyo), mientras que el 2.78% considera estar “Totalmente Desacuerdo”.

Por lo tanto, la mayoría de las personas que se dedican a la actividad turística considera que el destino turístico de Huasao no cuenta con la capacidad de infraestructura turística ya que no existen hospedajes, hoteles, restaurantes con una capacidad mayor a 40 que es el conjunto de instalaciones físicas, dotación de bienes y servicios destinados a atender a los visitantes locales, nacionales y extranjeros. Este recurso es valioso e importante ya que permite la explotación comercial de destinos turísticos ya sean naturales o creados, si contamos con una mayor y mejor infraestructura turística mejorara la oferta turística y aumenta la demanda turística.

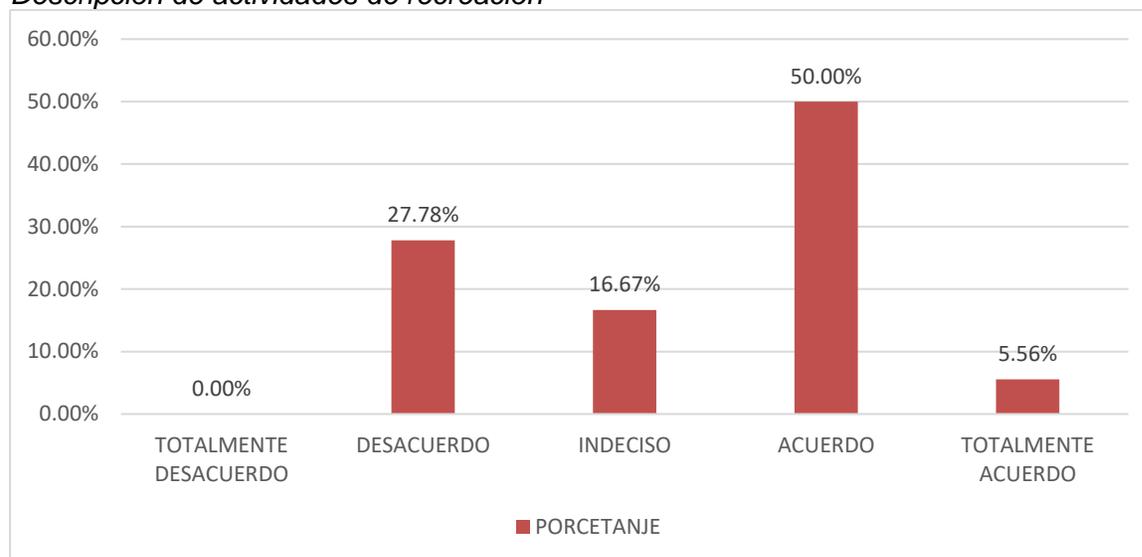
A.2. Actividades recreativas

¿Considera usted que la actividad de recreación en el Centro Poblado de Huasao es adecuado para ser competitivo en el sector turismo?

Tabla 25
Actividades recreativas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0.00%
Desacuerdo	10	27.78%	27.78%
Indeciso	6	16.67%	44.44%
Acuerdo	18	50.00%	94.44%
Totalmente acuerdo	2	5.56%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 17*Descripción de actividades de recreación*

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 25**, el 50% de los encuestados indicaron estar de “Acuerdo” con las actividades de recreación ya que cuenta con espacios amplios y adecuados, así mismo el 5.56% considera estar “totalmente acuerdo”.

Por lo tanto, la mitad de los encuestados consideran que las actividades de recreación en el Centro Poblado de Huasao son competitivos como los paseos en cuatrimotos que dentro de los circuitos ofrecidos aprecias un hermoso paisaje, el balneario “Yaqua Paradise Cusco” es único en nuestra ciudad Cusco manteniendo una ventaja competitiva frente a otros lugares ubicados en el circuito del Valle Sur principalmente. Esta actividad de recreación seguirá en crecimiento, en vista que, en los últimos años está siendo un elemento de interés por los visitantes.

A.3. Instalaciones comerciales (tiendas)

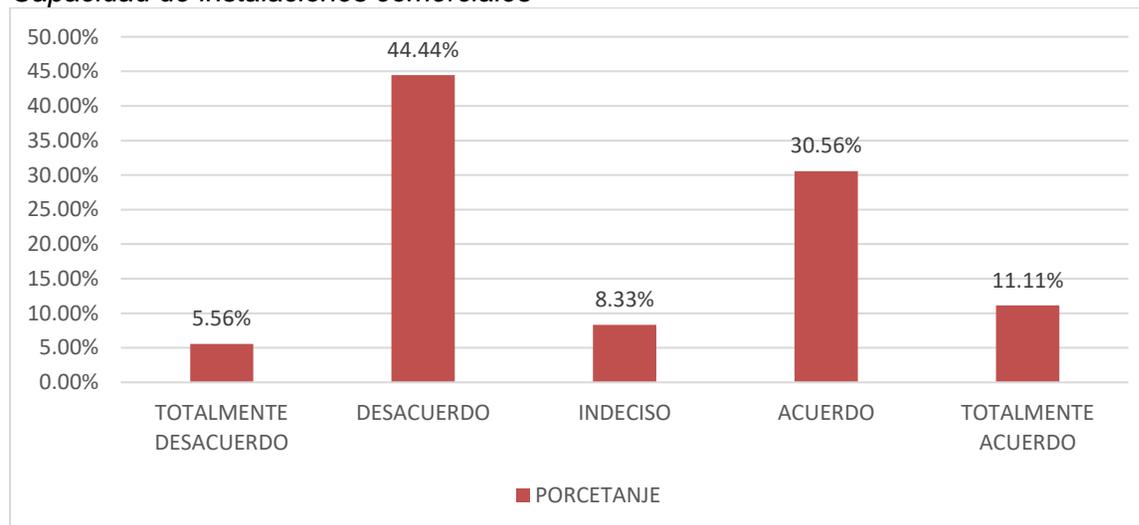
¿Las instalaciones comerciales son suficientes para satisfacer necesidades de los visitantes?

Tabla 26
Capacidad de instalaciones comerciales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	2	5.56%	5.56%
Desacuerdo	16	44.44%	50.00%
Indeciso	3	8.33%	58.33%
Acuerdo	11	30.56%	88.89%
Totalmente acuerdo	4	11.11%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas.

Figura 18
Capacidad de instalaciones comerciales



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 26**, el 44.44% de los encuestados indicaron estar en “Desacuerdo” con la capacidad de las instalaciones comerciales como restaurants, de igual forma el 5.56% indica estar “Totalmente desacuerdo”.

Por lo tanto, la mayoría de los encuestados considera que las instalaciones comerciales no cuentan con una capacidad suficiente para satisfacer las necesidades de los visitantes, esta actividad es muy importante porque permite intercambiar bienes o servicios entre los ofertantes y demandantes constituyendo una unidad de negocio enfocándose en ciertos criterios de

competitividad que llenen las expectativas de los visitantes a fin de generar beneficios económicos

B. Dimensión: Recursos heredados

Tabla 27

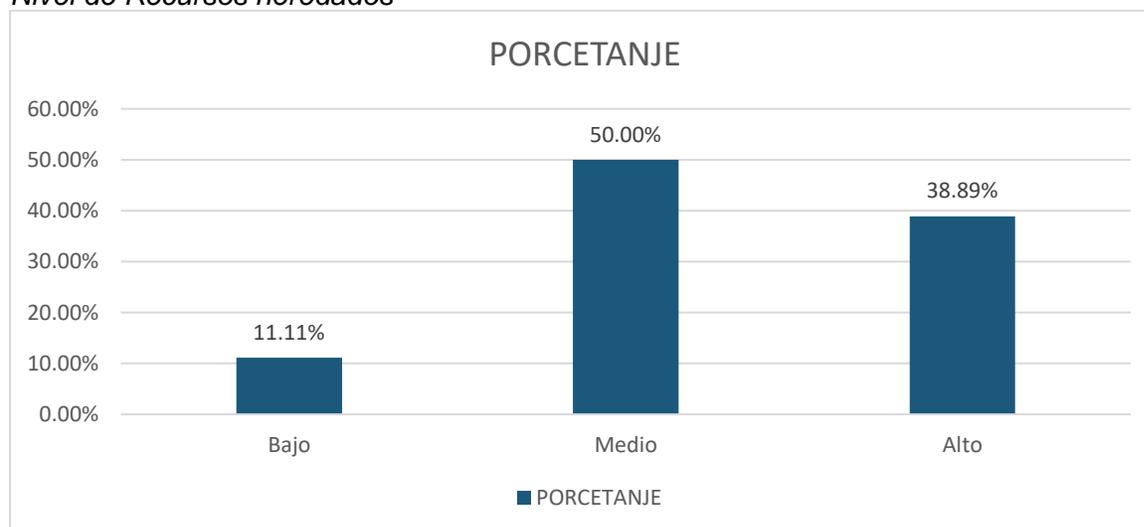
Nivel de Recursos heredados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	4	11.11%	11.11%
Medio	18	50.00%	61.11%
Alto	14	38.89%	100.00%
Total	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia

Figura 19

Nivel de Recursos heredados



Nota: Elaboración propia

La **tabla 27**, presenta los resultados de la dimensión Recurso Heredados según encuesta realizada, en ella las personas dedicadas a la actividad turística percibieron que el 50.00 % de los encuestados consideraron que el nivel de los recursos heredados en el Centro Poblado de Huasao es medio. De igual forma, el 11.11 % de los encuestados consideran que el nivel de la dimensión recursos creados es bajo.

Por lo tanto, podemos observar que la mayoría de las personas dedicadas a la actividad turística consideraron que el nivel de los recursos heredados se encuentra en una etapa media, Así mismo, existen atractivos que en la actualidad no están siendo conservados o puestos en valor, también existen actividades que ya no se desarrolla como el “Kintu Raymi”.

B.1. Recursos naturales

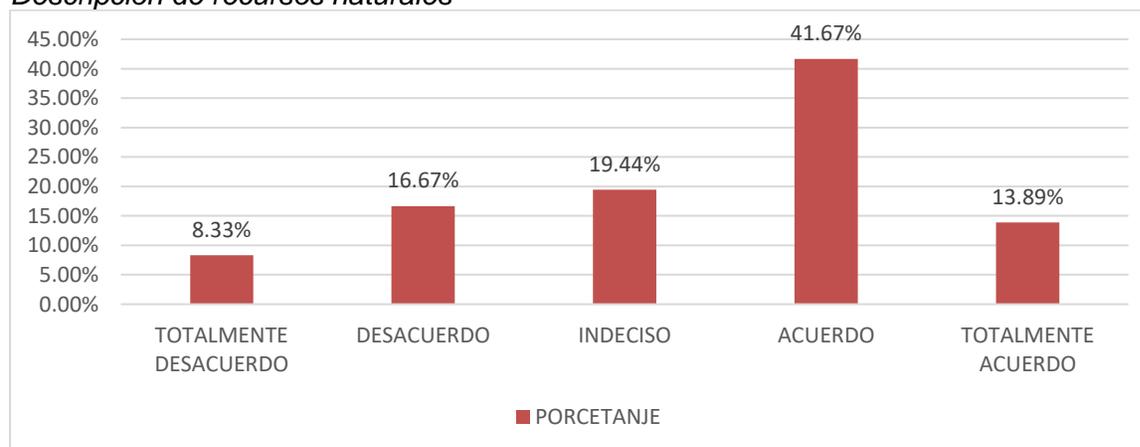
¿El uso de recurso naturales está siendo aprovechados de manera racional en el Centro Poblado de Huasao?

Tabla 28
Recursos naturales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	3	8.33%	8.33%
Desacuerdo	6	16.67%	25.00%
Indeciso	7	19.44%	44.44%
Acuerdo	15	41.67%	86.11%
Totalmente acuerdo	5	13.89%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 20
Descripción de recursos naturales



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 28**, el 41.67% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con el uso racional de los recursos naturales, mientras el 8.33% indica estar “Totalmente desacuerdo”.

Por lo tanto, la mayoría de los encuestados consideran que los recursos naturales están siendo aprovechados de manera racional haciendo uso de lugares estratégicos para ubicar cada actividad turística, como el “Bosque de los Ents” donde se aprecia esculturas de raíces y troncos, el balneario “Yaqua Paradise” donde aprovecha el recurso hídrico existente en el mismo lugar y el “Humedal de Huasao” donde se recuperó la flora y fauna existente contribuyendo al bienestar y desarrollo económico de la población. Huasao al igual que muchos lugares posee de una riqueza de recurso naturales el uso de estos recursos se deben dar respetando los ecosistemas, cuidando el entorno natural.

B.2. Análisis de patrimonio cultural e histórico

¿El conjunto de bienes culturales e históricos que han dejado a través de la historia están siendo correctamente valorados?

Tabla 29

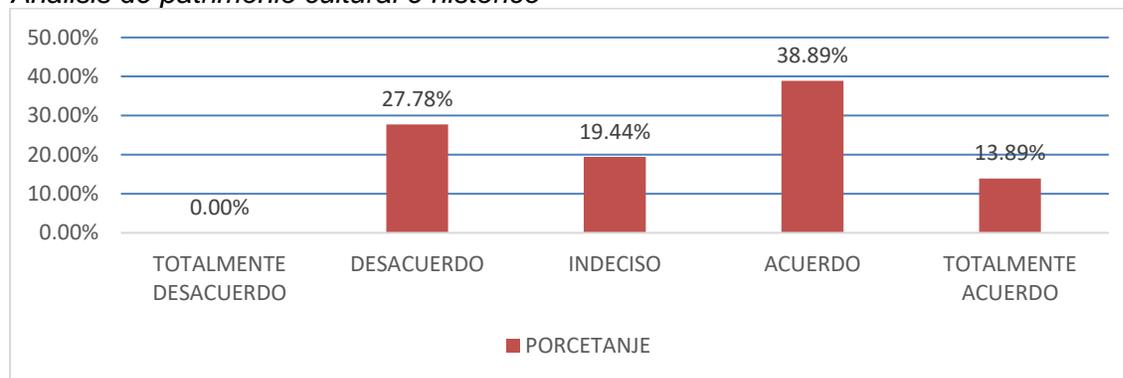
Análisis de patrimonio cultural e histórico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0.00%
Desacuerdo	10	27.78%	27.78%
Indeciso	7	19.44%	47.22%
Acuerdo	14	38.89%	86.11%
Totalmente acuerdo	5	13.89%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	200.00%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 21

Análisis de patrimonio cultural e histórico



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 29**, el 38.89% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración del patrimonio cultural e histórico, mientras el 13.89% considera estar “Totalmente acuerdo”.

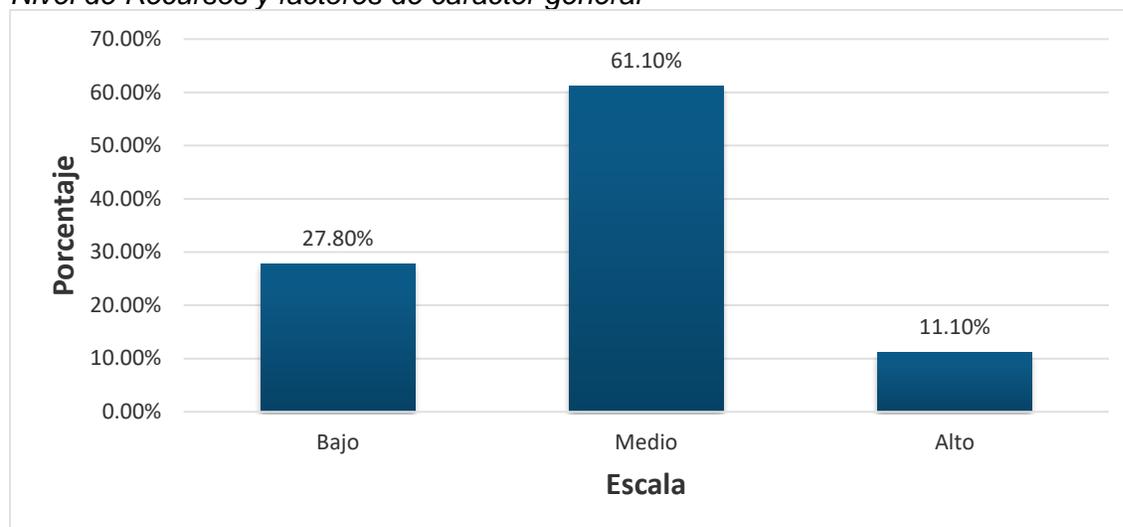
Por consiguiente, la mayoría indica que en la actualidad el patrimonio cultural valora y forma parte de las practicas sociales a través de la cultura viva que son aquellas representaciones, expresiones y conocimientos a la cultura del pueblo que se transmiten de generación en generación como las fiestas, celebraciones rituales, la medicina tradicional como el baño de florecimiento, la gastronomía que desde nuestros antepasados se continúa consumiendo la pachamanca, merienda. Contar con un patrimonio fortalece la identidad y competitividad turística del centro poblado de Huasao, así mismo inspira a respetar, cuidar y valorar nuestra cultura ya que esta nos conecta con nuestra historia para construir un mejor futuro.

C. Dimensión: Recursos y factores de carácter general

Tabla 30
Nivel de Recursos y factores de carácter general

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	10	27.78%	27.78%
Medio	22	61.11%	88.89%
Alto	4	11.11%	100.00%
Total	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Figura 22*Nivel de Recursos y factores de carácter general***Nota:** Elaboración propia

En la tabla 30, se presentan los resultados de la dimensión recursos y factores de carácter general según encuesta realizada. En ella las personas dedicadas a la actividad turística del Centro Poblado de Huasao percibieron que el 61.10% de los encuestados consideraron que el nivel de recursos y factores de carácter general es “media”. Así mismo, el 11.10% de los encuestados consideraron que el nivel de recursos y factores de carácter general es “alto”.

Por lo tanto, podemos observar que la mayoría de los encuestados consideraron que el nivel de recursos y factores de carácter general es “medio”. Es decir, les falta mejorar en algunos aspectos como en la calidad de servicio por falta de capacitación de la Municipalidad Distrital de Oropesa, en cuanto a la accesibilidad a los destinos turísticos cuenta con diversos accesos dentro del centro poblado de Huasao mas no en la Asociación de Agricultores San Jose de Turpo y Chiraura lugares donde se desarrolla el turismo de aventura. La hospitalidad es un tema en el que falta trabajar ya que determina la imagen de un destino para que el visitante pueda retornar.

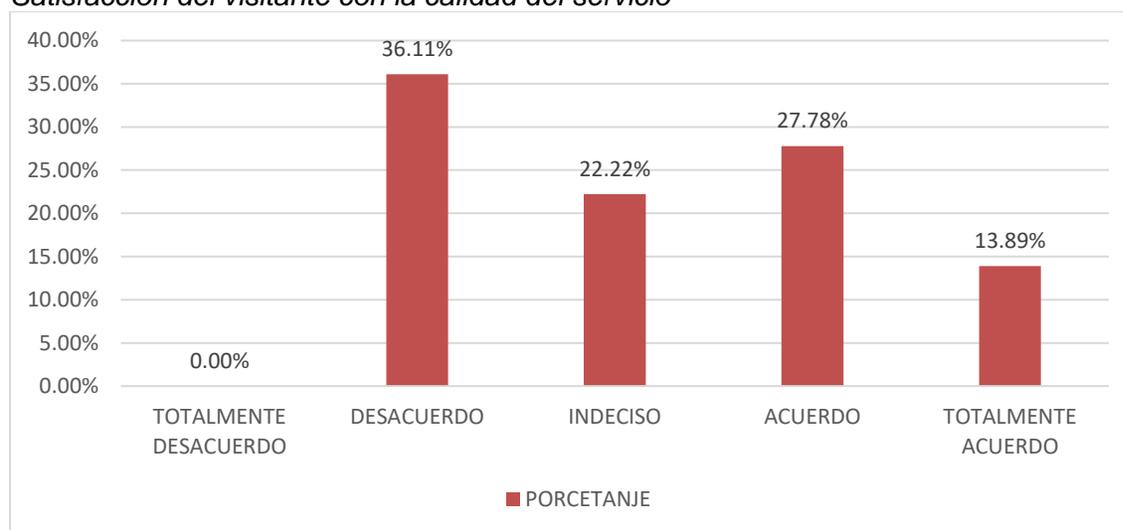
C.1. Calidad del servicio

¿Considera usted que la calidad de servicio al visitante logra cubrir y satisfacer las expectativas en el Centro Poblado de Huasao?

Tabla 31*Calidad del servicio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0.00%
Desacuerdo	13	36.11%	36.11%
Indeciso	8	22.22%	58.33%
Acuerdo	10	27.78%	86.11%
Totalmente acuerdo	5	13.89%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 23*Satisfacción del visitante con la calidad del servicio*

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 31**, el 36.11% de los encuestados indicaron estar en “Desacuerdo” con la calidad de servicio en el Centro Poblado de Huasao, mientras el 13.89% considera estar “Totalmente acuerdo”.

Por lo tanto, consideramos que la mayoría de los encuestados está en desacuerdo ya que existe algunas deficiencias en la calidad de servicios a falta de conocimiento y falta de capacitación de las organizaciones y personas dedicadas a la actividad turística, la calidad de servicio es un aspecto importante en la satisfacción de la necesidades de los visitantes o clientes ya que el comportamiento de los turistas cada vez es más exigente, es por eso, que el camino

para la competitividad dentro de la actividad turística tiene que ir en dirección de la calidad del servicio.

C.2. Accesibilidad de los destinos turísticos

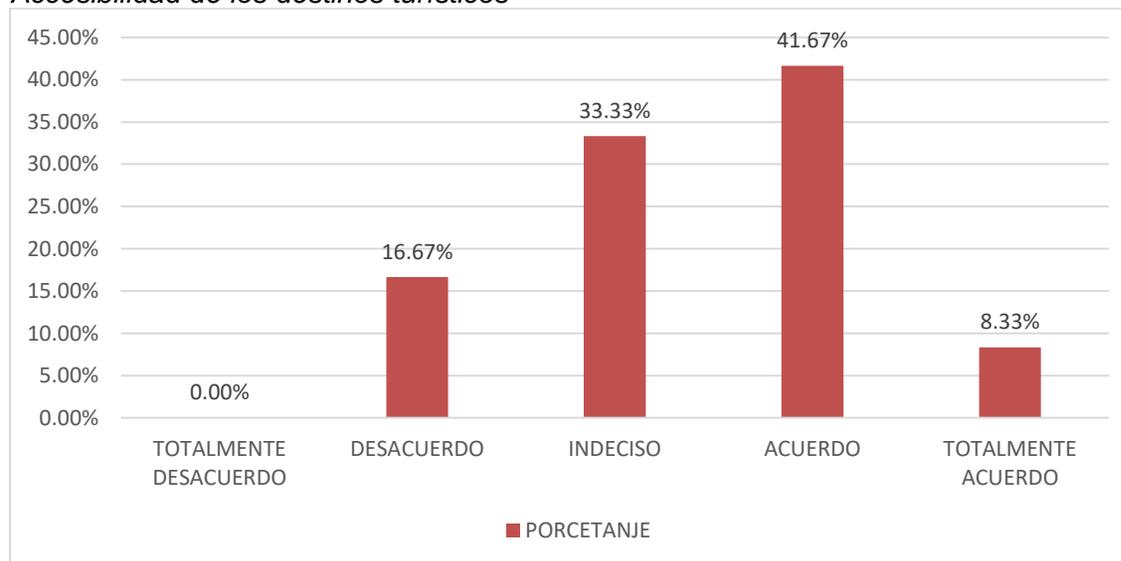
¿Cuenta con los medios de transporte y vías de comunicación que permitan la facilidad de acceso a los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao?

Tabla 32
Accesibilidad de los destinos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0.00%
Desacuerdo	6	16.67%	16.67%
Indeciso	12	33.33%	50.00%
Acuerdo	15	41.67%	91.67%
Totalmente acuerdo	3	8.33%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas.

Figura 24
Accesibilidad de los destinos turísticos



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 32**, el 41.67% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración de accesibilidad a los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao, mientras el 8.33% considera estar “Totalmente acuerdo”.

Por lo que, la gran parte de los encuestados considera que el centro poblado de Huasao cuenta con medios de transporte y vías de acceso a los destinos turísticos. Hablar de un turismo accesible permite a todas las personas disfrutar y participar de las experiencias turísticas sin importar la condición física garantizando que los destinos y servicios turísticos sean accesibles para todas las personas; al centro poblado de Huasao le falta trabajar en cuanto a accesos de los lugares turísticos para personas con discapacidad ya que la importancia de contar con una buena accesibilidad hacia los destinos turísticos significa una oportunidad para promover la actividad turística dentro del Centro Poblado de Huasao.

C.3. Hospitalidad a los visitantes

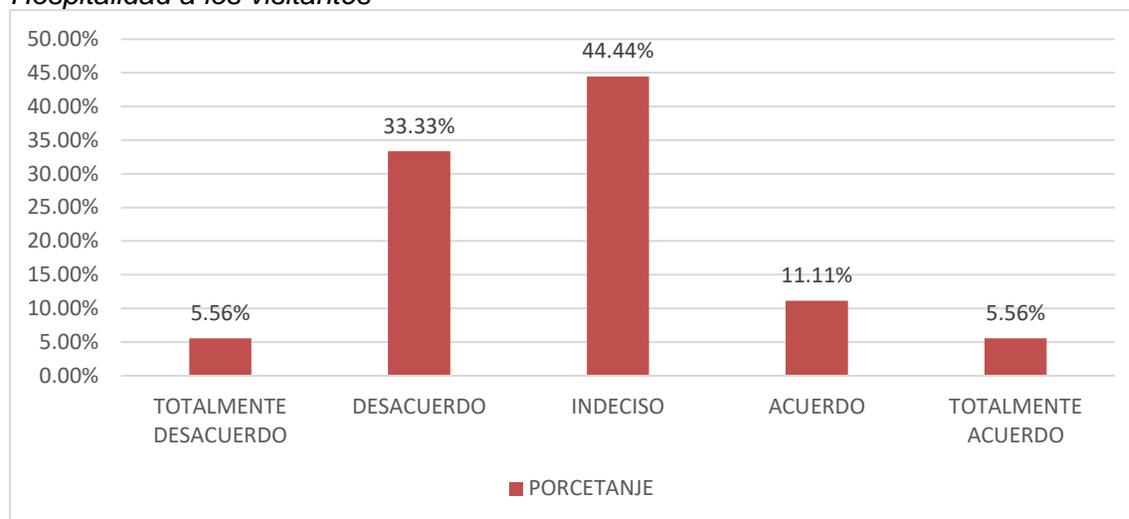
¿Usted muestra un lado agradable de Hospitalidad frente al exigencias del visitante?

Tabla 33
Hospitalidad a los visitantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	2	5.56%	5.56%
Desacuerdo	12	33.33%	38.89%
Indeciso	16	44.44%	83.33%
Acuerdo	4	11.11%	94.44%
Totalmente acuerdo	2	5.56%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas.

Figura 25
Hospitalidad a los visitantes



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

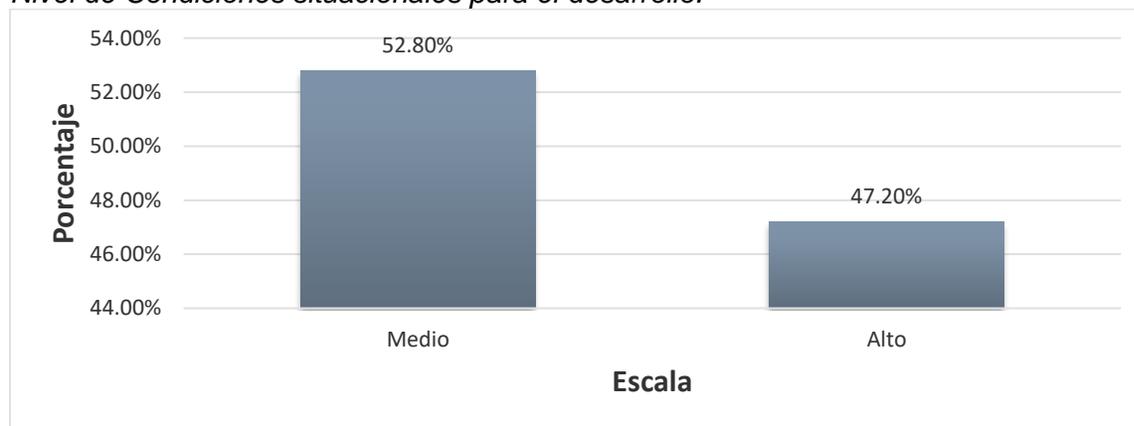
Según la **tabla 33**, el 44.44% de los encuestados indicaron estar “Indeciso” con la hospitalidad de visitantes a los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao, asimismo existe una igualdad de porcentajes de “totalmente desacuerdo” y “totalmente acuerdo” con 5.56%

Por consiguiente, la mayoría de los encuestados se encuentran indecisos, en vista que, las personas dedicadas a la actividad de los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao en su mayoría no tienen la actitud empática, solidaria, comprensiva, bondadosa y generosa para dar un buen trato, esto se debe a la falta de conocimiento y capacitación por las entidades correspondientes de brindar una hospitalidad desde la llegada hasta el retorno del turista para la satisfacción del visitante. Con respecto a este aspecto hay mucho que mejorar en las personas que se desarrollan dentro de la actividad turística ya que se determina la imagen turística del centro poblado de Huasao, por lo que es muy importante que los visitantes se lleven las experiencias inolvidables que le permitan retornar.

D. Dimensión: Condiciones situacionales para el desarrollo

Tabla 34*Nivel de Condiciones situacionales para el desarrollo.*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0.00%	0.00%
Medio	19	52.78%	52.78%
Alto	17	47.22%	100.00%
Total	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia**Figura 26***Nivel de Condiciones situacionales para el desarrollo.***Nota:** Elaboración propia

Según la **tabla 34**, se presentan los resultados de la dimensión condiciones situacionales para el desarrollo según encuesta realizada. En ella las personas dedicadas a la actividad turística en el centro poblado de Huasao percibieron que el 52.80% de los encuestados consideraron que el nivel de condiciones situacionales para el desarrollo es “medio”. Así mismo, el 47.20 % de los encuestados manifestaron que el nivel de condiciones situacionales para el desarrollo es “alto”.

Por lo tanto, podemos observar que la mayoría de los encuestados consideraron que el nivel de condiciones situacionales para el desarrollo es “medio”. Es decir, que el centro poblado de Huasao cuenta con las condiciones para el desarrollo turístico principalmente para los visitantes locales, ya que su ubicación geográfica dentro del Corredor Valle Sur permite el

desarrollo turístico como sector económico, coadyuvando en el progreso social y económico de la población, pudiendo afirmar que Huasao cuenta con las condiciones situacionales para el desarrollo de un producto turístico y que se está preparando para hacerle frente a su competencia. Pero, falta mejorar en algunos aspectos como se indica a continuación en el desarrollo de cada indicador.

D.1. Diagnóstico de la situación geográfica

¿La ubicación geográfica del Centro Poblado de Huasao permite desarrollar la competitividad de las distintas actividades turísticas?

Tabla 35

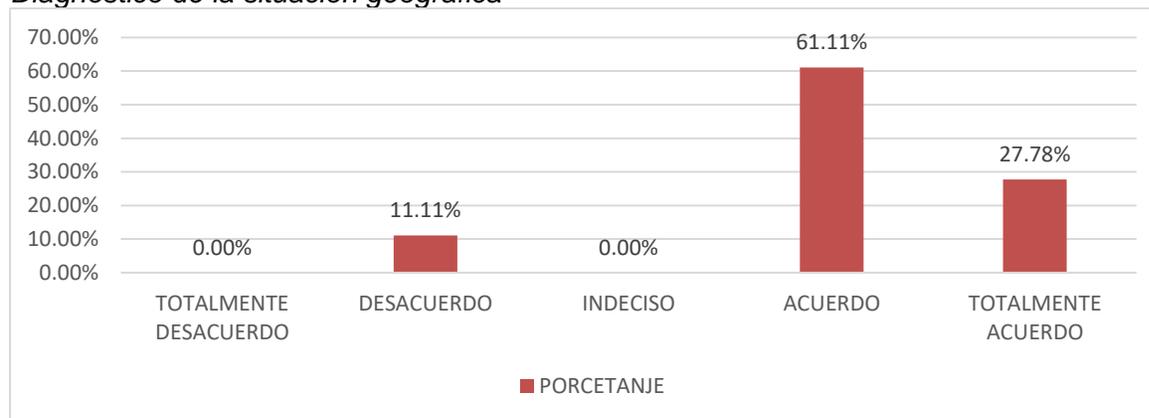
Diagnóstico de la situación geográfica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0.00%
Desacuerdo	4	11.11%	11.11%
Indeciso	0	0.00%	11.11%
Acuerdo	22	61.11%	72.22%
Totalmente acuerdo	10	27.78%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 27

Diagnóstico de la situación geográfica



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 35**, el 61.11% de los encuestados indicaron estar de “Acuerdo” con la ubicación geografía del Centro Poblado de Huasao, el 11.11% considera estar en “Desacuerdo”.

Lo que significa, que más de la mitad de los encuestados considera que la ubicación geográfica del Centro Poblado de Huasao favorece y permite la competitividad de los destinos turísticos ya que está ubicada en la Metrópoli llamada “Valle Sur” donde las condiciones climáticas variadas permiten el desarrollo de las potencialidades productivas, turísticas y diversidad de recursos naturales frente a otros destinos turísticos. La importancia de la actividad turística para la geografía consiste en conocer el entorno y la perspectiva del lugar que es capaz de dinamizar el territorio planificando los aspectos territoriales, ambientales para generar actividades que sean altamente competitivo.

D.2. Análisis del microentorno competitivo

¿Existen proveedores turísticos que promuevan la visita a las actividades turística?

Tabla 36

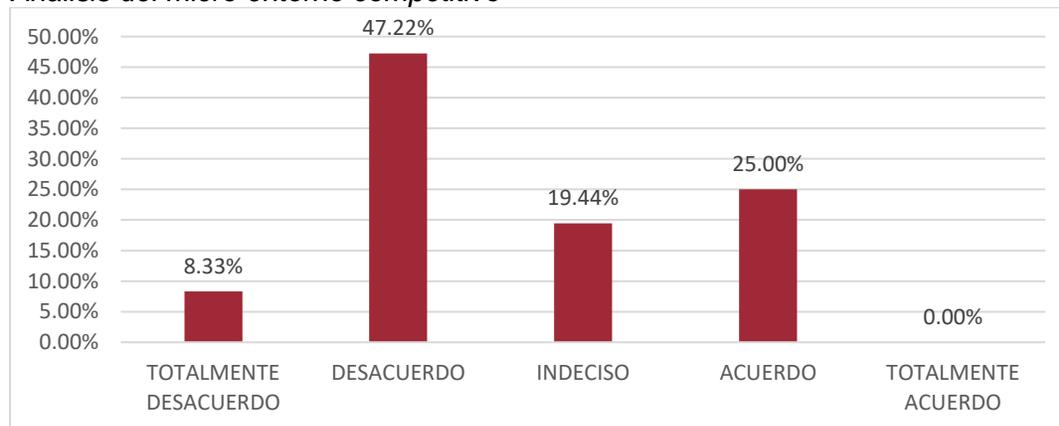
Análisis del micro entorno competitivo

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Totalmente desacuerdo</i>	3	8.33%	8.33%
<i>Indeciso</i>	7	19.44%	75.00%
<i>Acuerdo</i>	9	25.00%	100.00%
<i>Totalmente acuerdo</i>	0	0.00%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Figura 28

Análisis del micro entorno competitivo



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 36**, el 47.22% de los encuestados indicaron estar en “Desacuerdo” con la existencia de proveedores turísticos, mientras el 8.33% considera estar “Totalmente desacuerdo”.

Consideramos que la mayoría de los encuestados están en desacuerdo, en vista que, las agencias de viaje en su mayoría no están incluyendo dentro del corredor Valle Sur al atractivo que ofrece el Centro Poblado de Huasao para atraer al turista nacional y extranjero; el objetivo principal de toda organización turística es mantener relaciones de intercambio eficientes con los clientes pero, para llevar a cabo esta tarea, los actores (Municipalidad Distrital de Oropesa y las personas dedicadas a actividad turística) tienen que relacionarse con proveedores e intermediarios ya que influyen de manera directa en la calidad de servicio satisfaciendo las necesidades de los visitantes. La importancia del microentorno competitivo permite realizar un análisis de los posibles clientes dentro de la actividad turística lo cual generalmente son personas que desean pasar días de descanso.

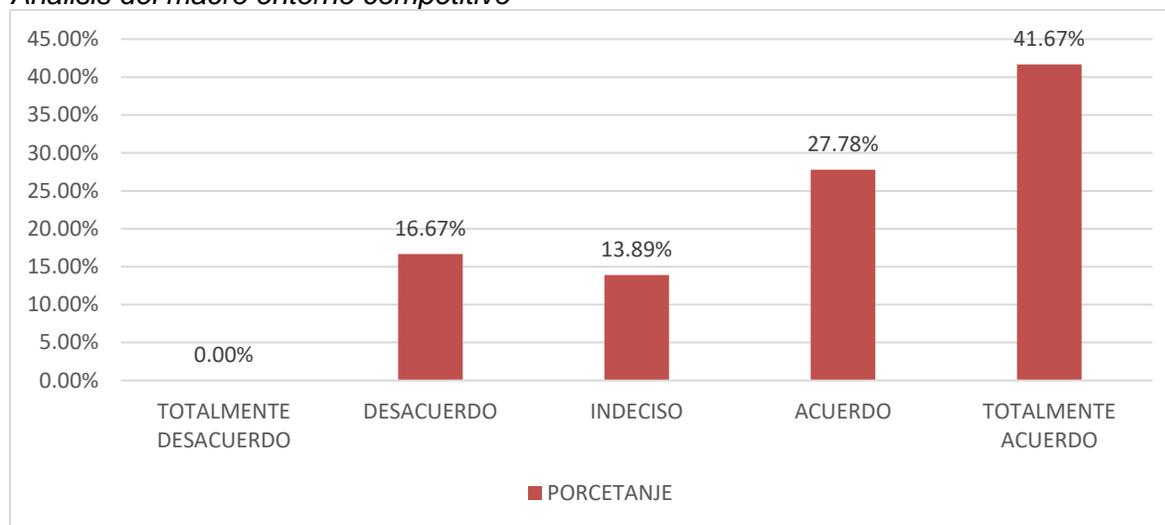
D.3. Análisis del macro entorno

¿La estabilidad política, económica, el entorno social - cultural y el desarrollo tecnológico tienen **impacto dentro de la actividad turística?**

Tabla 37
Análisis del macro entorno competitivo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0.00%
Desacuerdo	6	16.67%	16.67%
Indeciso	5	13.89%	30.56%
Acuerdo	10	27.78%	58.33%
Totalmente acuerdo	15	41.67%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 29.*Análisis del macro entorno competitivo*

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la tabla 37, el 41.67% de los encuestados indicaron estar “Totalmente acuerdo” con que la estabilidad del macroentorno genera un impacto turístico, mientras el 13.89% considera estar “Indeciso”.

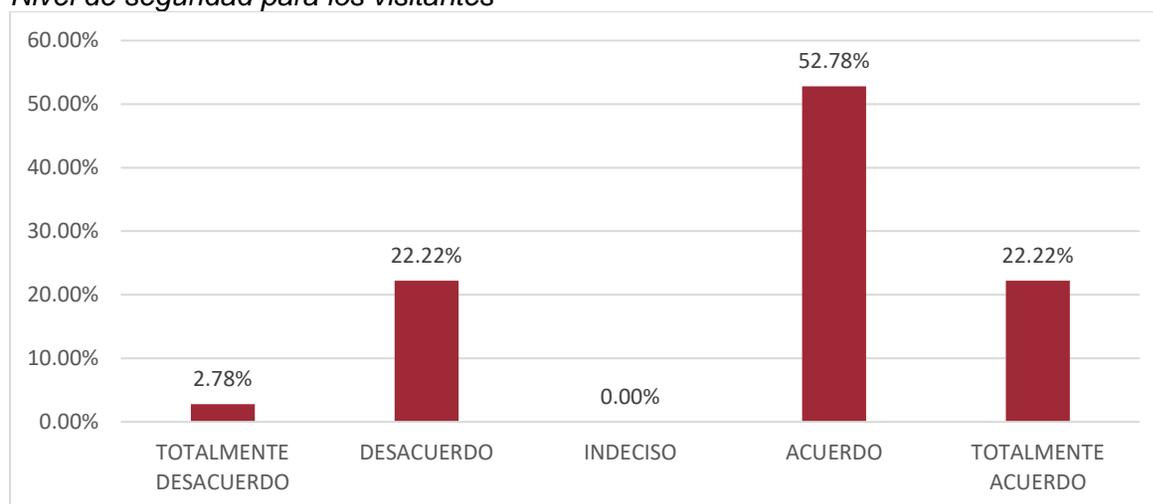
Por lo tanto, la mayor parte de encuestados señalan estar totalmente acuerdo por lo que el macroentorno está sujeto de acuerdo a como este la estabilidad política dentro del país ya que son factores externos complejos y cambiantes que afectan el entorno de la misma, una buena toma de decisiones ya sea por parte de los gobiernos de turno, puede generar estabilidad económica, política, social y al mismo tiempo aprovechar las oportunidades que se presentan en el momento y prevenir las amenazas al momento de la toma de decisiones. La estabilidad del macroentorno influye directa e indirectamente sobre el desempeño de las actividades turísticas.

D.4. Nivel de seguridad para los visitantes

¿La seguridad protege la integridad física y económica el cual permita el libre desplazamiento del visitante?

Tabla 38*Nivel de seguridad para los visitantes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	1	2.78%	2.78%
Desacuerdo	8	22.22%	25.00%
Indeciso	0	0.00%	25.00%
Acuerdo	19	52.78%	77.78%
Totalmente acuerdo	8	22.22%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas**Figura 30***Nivel de seguridad para los visitantes***Nota:** Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 38**, el 52.78% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con el nivel de seguridad para los visitantes en los destinos turísticos del centro poblado de Huasao, mientras el 2.78% considera estar “Totalmente desacuerdo”.

Por consiguiente, existe un grupo importante que afirma que el tema de seguridad garantiza el libre desplazamiento y la tranquilidad de los turistas. Sin embargo, la seguridad turística es un reto para el turismo ya que los visitantes viajan buscando la tranquilidad y desconectarse de toda inseguridad, aún existe déficit en el tema de inseguridad por lo que el gobierno de turno al igual que las personas dedicadas a la actividad de un destino turístico no solo tienen que brindar calidad sino también seguridad, que hoy en día es una de las

preocupaciones por los promotores de los destinos turísticos ya que una insuficiente garantía de seguridad para el visitante o turista podría hacer poco atractivo el desplazamiento de visitantes.

D.5. Precio de los destinos turísticos

¿Usted considera que los precios de la actividad turística en el Centro poblado de Huasao son accesibles para generar más llegada de los visitantes?

Tabla 39

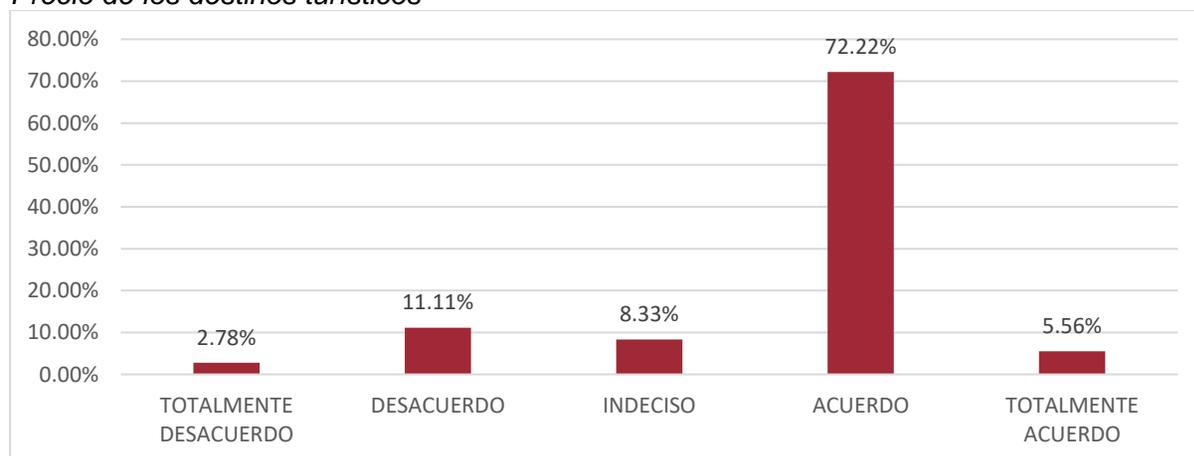
Precio de los destinos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	1	2.78%	2.78%
Desacuerdo	4	11.11%	13.89%
Indeciso	3	8.33%	22.22%
Acuerdo	26	72.22%	94.44%
Totalmente acuerdo	2	5.56%	100.00%
	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 31

Precio de los destinos turísticos



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 39**, el 72.22% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con los precios establecidos en los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao, mientras el 2.78% considera estar “Totalmente acuerdo”.

Este gráfico nos muestra que existe un porcentaje de encuestados que están de acuerdo, ello se debe a que los precios de los destinos turísticos en el centro poblado de Huasao tienen un valor accesible para los visitantes, siendo más económicos que la competencia, sin embargo, algunas actividades de recreación manejan precios un poco elevados las cuales hacen que los visitantes no hagan uso de sus servicios.

E. Dimensión: Política y gestión

Tabla 40

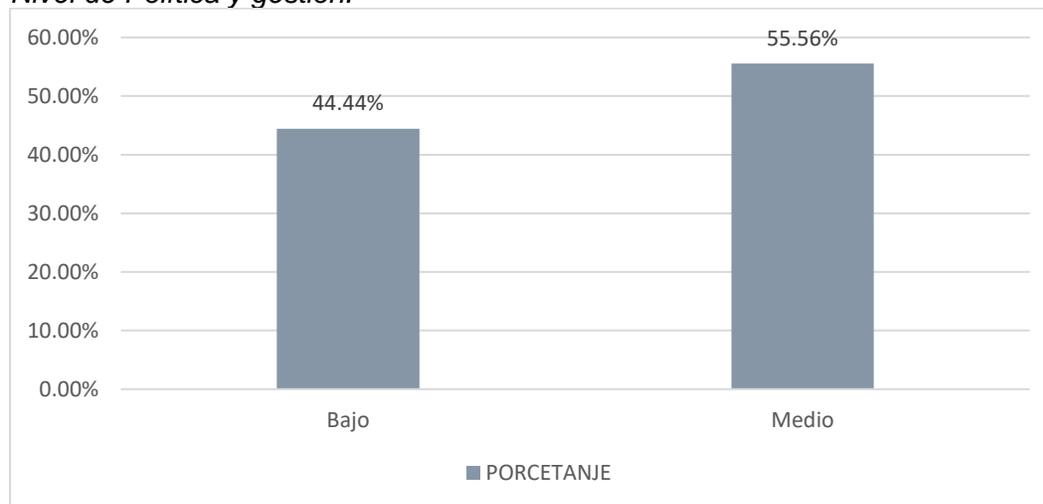
Nivel de Política y gestión.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	16	44.44%	44.44%
Medio	20	55.56%	100.00%
Alto	0	0.00%	100.00%
Total	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia

Figura 32

Nivel de Política y gestión.



Nota: Elaboración propia

Según la **tabla 40**, muestra los resultados de la dimensión política y gestión, donde se aprecia que existe una escala medio 55.60% y bajo 44.40%.

Según los resultados obtenidos la mayoría de los encuestados consideran que no existe una política y gestión para el desarrollo competitivo turístico, en vista que no existe el apoyo e interés por parte de las entidades correspondientes para el desarrollo de las actividades turística en el centro poblado de Huasao.

E.1. Participación de las organizaciones en la actividad turística

¿Existen organización involucradas en la gestión de destinos como oficinas de convenciones y visitantes, organizaciones de turismo, que permiten el nivel de visitantes?

Tabla 41

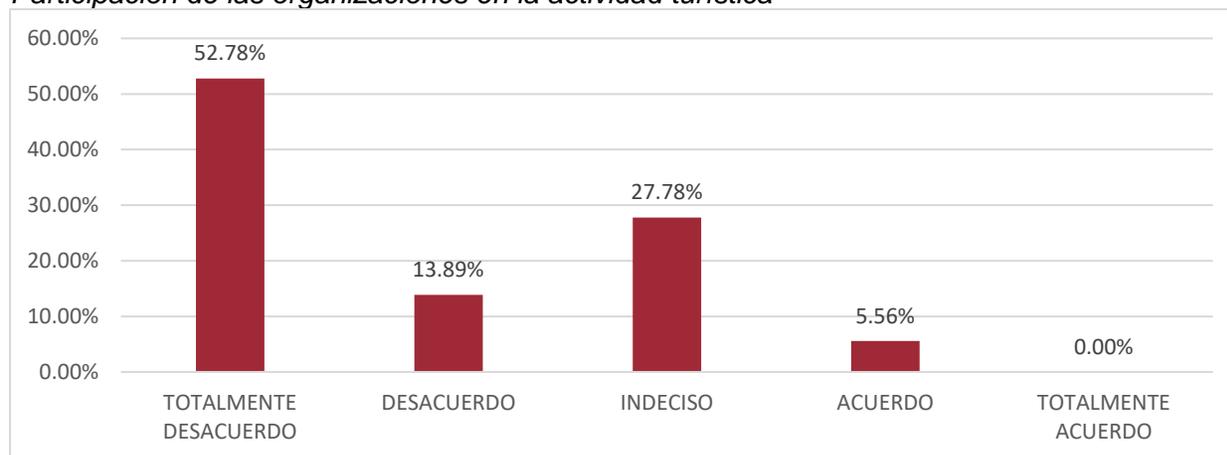
Participación de las organizaciones en la actividad turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	19	52.78%	52.78%
Desacuerdo	5	13.89%	66.67%
Indeciso	10	27.78%	94.44%
Acuerdo	2	5.56%	100.00%
Totalmente acuerdo	0	0.00%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 33

Participación de las organizaciones en la actividad turística



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 41**, el 52.78% de los encuestados indicaron estar en “totalmente desacuerdo”, mientras el 5.56% considera estar en “acuerdo”.

La gestión de las organizaciones es un sistema mediante el cual los atractivos se administran para el mejor manejo de preservación de los recursos, así como también, permite a través de una gestión la promoción de los recursos turísticos los cuales se dan a conocer de manera local, nacional e internacional para captar más visitantes dispuestos a viajar y conocer los atractivos de dicho lugar. El centro poblado de Huasao solo cuenta con organizaciones gastronómicas las cuales solo gestionan para fechas especiales, sin embargo, no existe otro tipo de organizaciones que se encarguen directamente en coordinar y promocionar constantemente las actividades turísticas.

E.2. Publicidad y marketing para la actividad turística

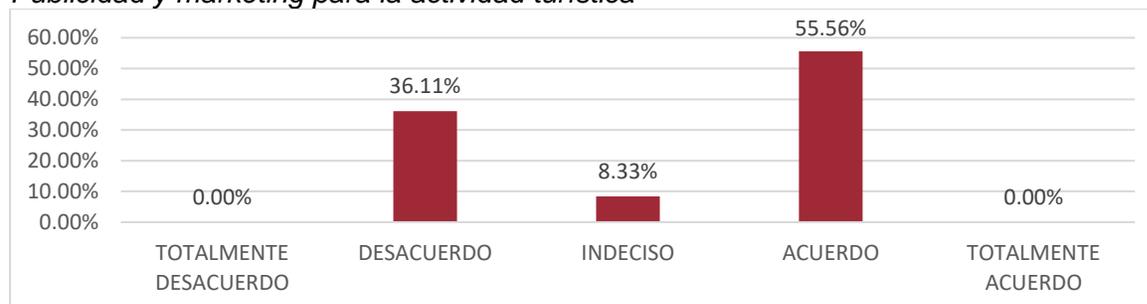
¿Se realiza publicidad a través de medios masivos como la televisión, radio, redes sociales para la promoción de las actividades turística?

Tabla 42
Publicidad y marketing para la actividad turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0.00%
Desacuerdo	13	36.11%	36.11%
Indeciso	3	8.33%	44.44%
Acuerdo	20	55.56%	100.00%
Totalmente acuerdo	0	0.00%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas.

Figura 34
Publicidad y marketing para la actividad turística



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 42**, el 55.56% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración respecto a la publicidad y marketing para la actividad turística, , el 8.33% manifestaron estar “Indeciso”.

Esto quiere decir, que la publicidad es una herramienta importante para atraer la atención, despertar interés, transmitir información al consumidor y obligarlo a actuar de cierta manera, por ejemplo, contactar a un agente de viajes, solicitar más información. La actividad turística en el Centro Poblado de Huasao tuvo su publicidad en un inicio, pero sin embargo en la actualidad se puede observar en las redes sociales que se han descuidado de la publicidad, así mismo los prestadores de actividades de recreación no realizan ningún tipo de publicidad.

E.3. Capacitación del recurso humano

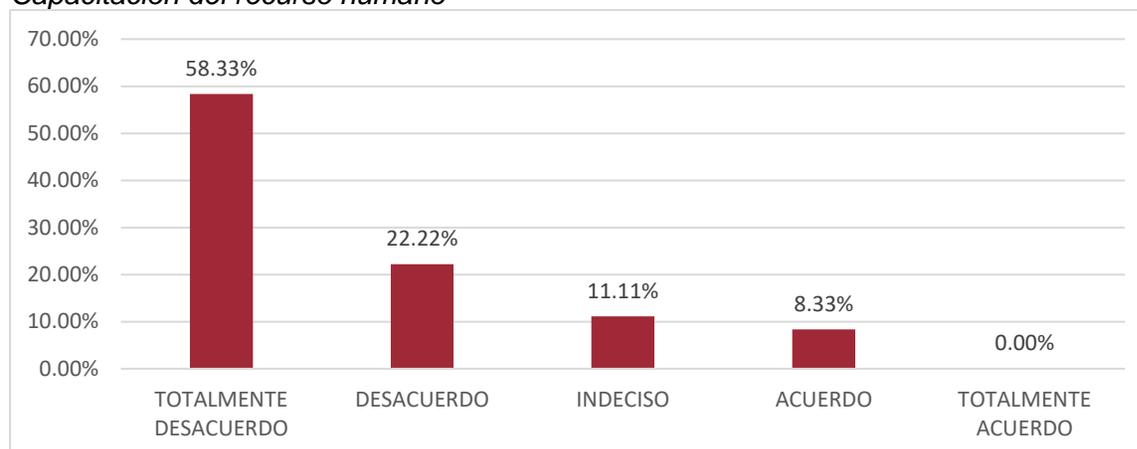
¿Considera usted que la capacitación de recursos humanos ayuda a mejorar la atención a los visitantes?

Tabla 43
Capacitación del recurso humano

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	21	58.33%	58.33%
Desacuerdo	8	22.22%	80.56%
Indeciso	4	11.11%	91.67%
Acuerdo	3	8.33%	100.00%
Totalmente acuerdo	0	0.00%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 35
Capacitación del recurso humano



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta

Según la **tabla 43**, el 58.33% de los encuestados indicaron estar en “Totalmente desacuerdo” con la valoración respecto a la capacitación del recurso humano, mientras el 8.33% considera estar en “Acuerdo”.

En el Centro Poblado de Huasao no existe una capacitación por parte de la municipalidad que coopere con el desarrollo y crecimiento de la competitividad turística, así mismo, las personas que se desarrollan dentro de la actividad turística además indican que debería existir una asistencia técnica para atender las expectativas de los visitantes.

E.4. Gestión del medio ambiente

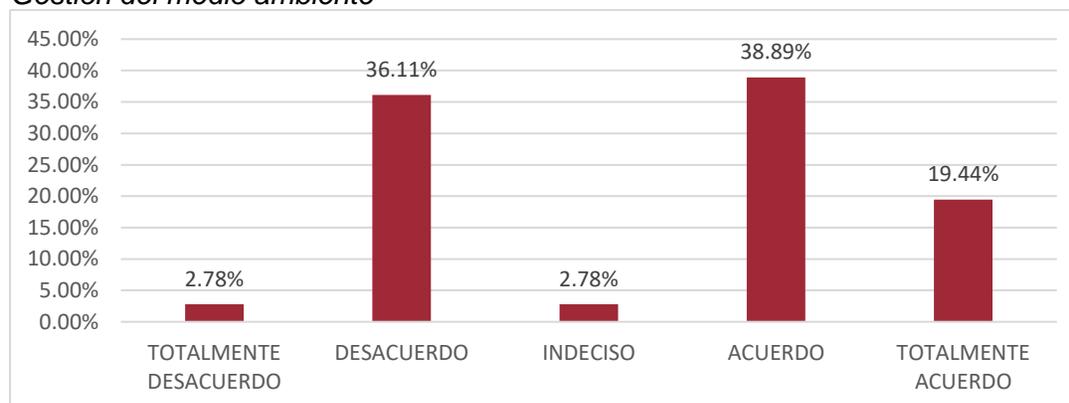
¿La municipalidad distrital brinda alguna capacitación y asistencia técnica para la mejora de las buenas prácticas ambientales?

Tabla 44
Gestión del medio ambiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	1	2.78%	2.78%
Desacuerdo	13	36.11%	38.89%
Indeciso	1	2.78%	41.67%
Acuerdo	14	38.89%	80.56%
Totalmente acuerdo	7	19.44%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 36
Gestión del medio ambiente



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 44**, el 38.89% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración respecto a la gestión del medio ambiente, mientras el 19.44% considera estar “Totalmente acuerdo”

La gestión de medio ambiente nos ayuda a usar y manejar racionalmente los recursos naturales, el cual nos permitirá preservar en el tiempo. Esto quiere decir que en el centro poblado de Huasao tratan de mantener el medio ambiente lo más limpio y saludable, sin embargo, mencionan que la afluencia de visitantes está ocasionando la migración de grupos diferentes de aves pertenecientes al humedal, así mismo la actividad turística de recreación está generando contaminación acústica y de aire.

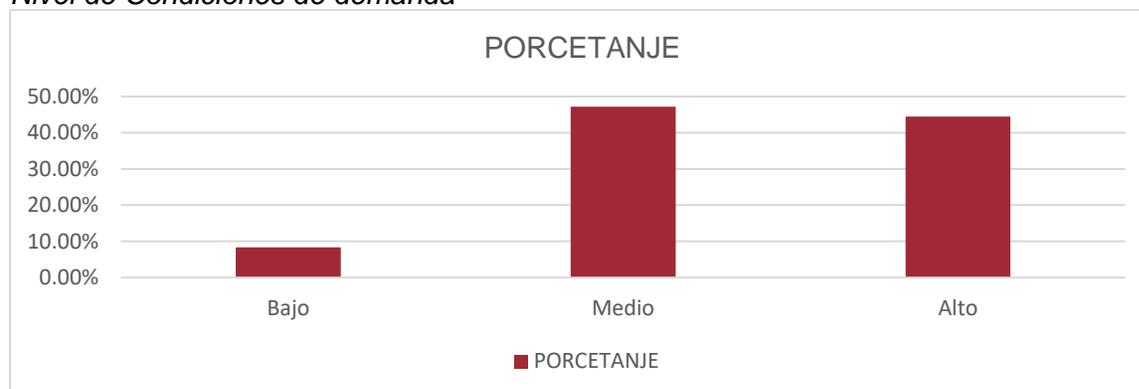
F. Dimensión: Condiciones de demanda

Tabla 45
Nivel de Condiciones de demanda

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	3	8.33%	8.33%
Medio	17	47.22%	55.56%
Alto	16	44.44%	100.00%
Total	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia

Figura 37
Nivel de Condiciones de demanda



Nota: Elaboración propia

Según la **tabla 45**, que anteceden muestra los resultados de la dimensión condición de demanda, donde se aprecia que existe una escala alto 44.40%, y bajo 8.30%. Según los resultados obtenidos la mayoría de los encuestados consideran que Huasao es un lugar conveniente en vista que cuenta con espacios amplios, con gastronomía, etc. Pero que falta mejorar la imagen del destino turístico en algunos aspectos.

F.1. PREFERENCIA DEL VISITANTE

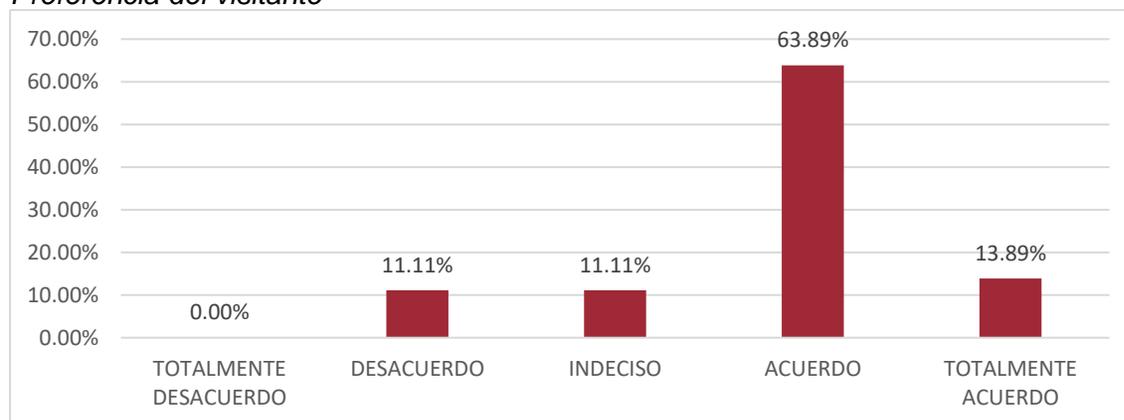
¿Los recursos con los que dispone el Centro Poblado de Huasao tendrá mayor preferencia por los visitantes?

Tabla 46
Preferencia del visitante

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0.00%
Desacuerdo	4	11.11%	11.11%
Indeciso	4	11.11%	22.22%
Acuerdo	23	63.89%	86.11%
Totalmente acuerdo	5	13.89%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 38
Preferencia del visitante



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 46**, el 63.89% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración respecto a la preferencia turística, el 11.11% manifestaron estar “Indeciso”.

El porcentaje alto de encuestados se debe a que existe hoy en día buena preferencia del destino turístico dado que, se viene desarrollando diferentes actividades ayudando mejorar cada día la imagen del centro poblado de Huasao. Sin embargo, existen personas indecisas considerando que hay muchas cosas que tienen que mejorar para ser competitivos y entrar al circuito turístico. Esto debe a esta existiendo barreras sociales impidiendo la inversión de otros.

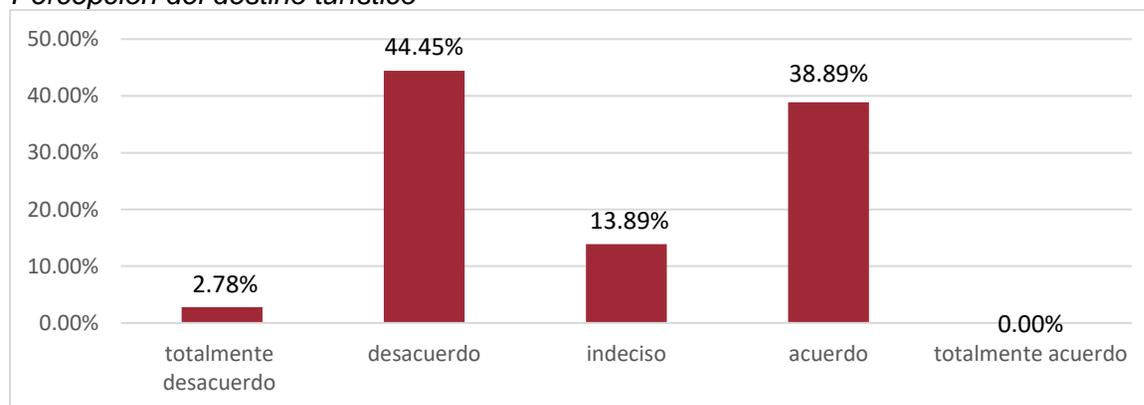
E.2. Percepción del destino turístico

¿Usted, considera la percepción de los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao es la mejor para recibir visitantes?

Tabla 47
Percepción del destino turístico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	1	2.78%	2.78%
Desacuerdo	16	44.44%	47.22%
Indeciso	5	13.89%	61.11%
Acuerdo	14	38.89%	100.00%
Totalmente acuerdo	0	0.00%	100.00%
TOTAL	36	100.00%	

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas

Figura 39*Percepción del destino turístico*

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 47**, el 44.45% de los encuestados indicaron estar en “Desacuerdo” con la valoración respecto a la percepción del destino turístico, mientras el 2.78% considera estar “Totalmente desacuerdo”.

Esto quiere decir que falta mucho por mejorar en la imagen del destino turístico, ya que se puede observar que existe grupos de interés que solo buscan beneficiarse económicamente, sin pensar en invertir en la mejorar de sus equipos de trabajo, así mismo existe un grupo grande mostrando su acuerdo debido a que se ha mejorado los aspectos de los atractivos naturales del centro poblado de Huasao.

5.1.2.5 Resultados del cuestionario dirigida a visitantes o turistas

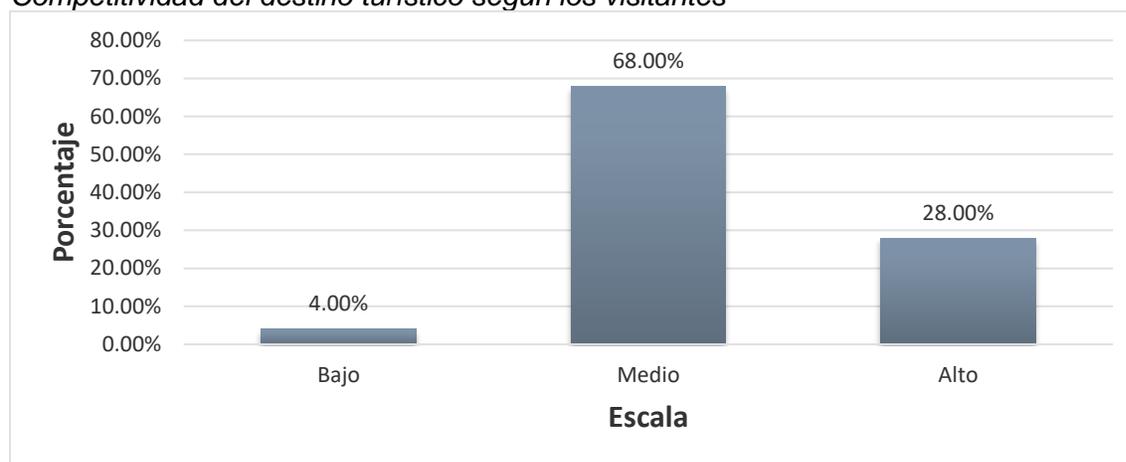
Para evaluar la competitividad de los destinos turísticos para el Centro Poblado de Huasao elaborado para las personas que visitan los atractivos turísticos, se utilizó el Modelo Integrado de la competitividad del destino turístico de Dwyer y Kim. Para este cálculo se utilizó la puntuación de **Likert**, a continuación, detallamos el promedio:

Tabla 48
Competitividad del destino turístico según los visitantes

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	4,00	4,00	16,15
Medio	34	68,00	68,00	72,31
Alto	14	28,00	28,00	100,00
Total	50	100,00	100,00	

Nota: Elaboración propia.

Figura 40
Competitividad del destino turístico según los visitantes



Nota: Elaboración propia

En la **tabla 48**, se presentan los resultados de la encuesta de la variable de destinos turísticos en el Centro Poblado de Huasao - Cusco. En ella los visitantes percibieron que, el 68,00% de los encuestados consideraron que el nivel de destino turístico en el Centro Poblado de Huasao - Cusco es “medio” en cuanto al destino turístico. De igual forma, el 4,00% de los encuestados manifestaron que el nivel de destino turístico en el Centro Poblado de Huasao - Cusco es “bajo” en cuanto al destino turístico.

Por lo tanto, podemos observar que la mayoría de los visitantes encuestados manifestaron que el nivel de destino turístico en el Centro Poblado de Huasao - Cusco es “medio” en cuanto al destino turístico. Es decir, los visitantes observaron que si existe varios atractivos

turísticos en el Centro Poblado de Huasao; sin embargo, existen deficiencia en cuanto a la parte de promocionar más actividades culturales en dicho contexto de estudio.

5.1.2.5.1 Evaluación de dimensiones con base al cuestionario

A. Dimensión: Recursos creados

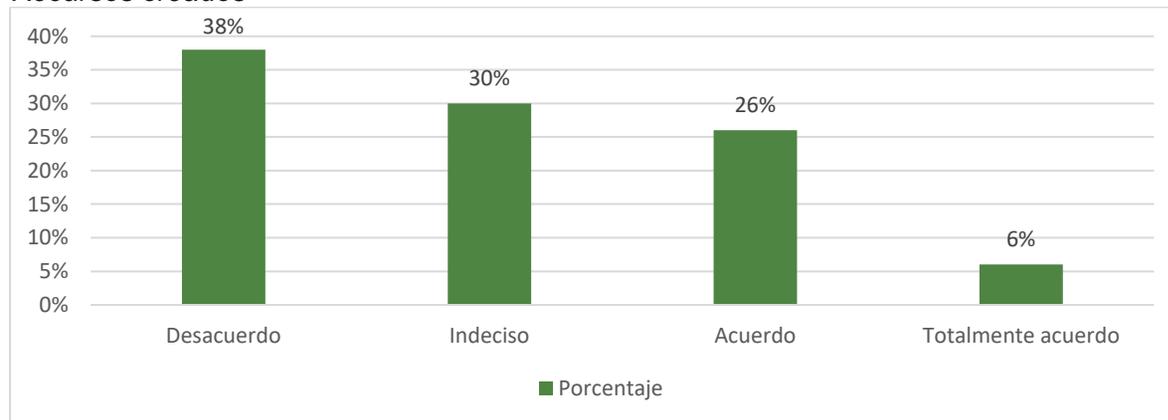
¿Usted considera que los recursos creados que ofrece el centro poblado de Huasao logran satisfacer vuestra expectativa?

Tabla 49
Recursos creados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0%	0%
Desacuerdo	19	38%	38%
Indeciso	15	30%	68%
Acuerdo	13	26%	94%
Totalmente acuerdo	3	6%	100.00%
TOTAL	50	100%	

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Figura 43
Recursos creados



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 49**, el 38% de los encuestados indicaron estar en “Desacuerdo” con la valoración respecto a los Recursos creados del Centro Poblado de Huasao, mientras el 6% considera estar “Totalmente acuerdo”.

Esto quiere decir que una mayoría de encuestado considera que el Centro Poblado de Huasao tiene aspectos que pueden ayudar a que sea lugar turísticamente recomendado, sin embargo, existe algunas actividades complementarias que se aprovechan de los visitantes ofreciendo un producto que no satisface la expectativa de los clientes.

B. Dimensión: Recursos heredados

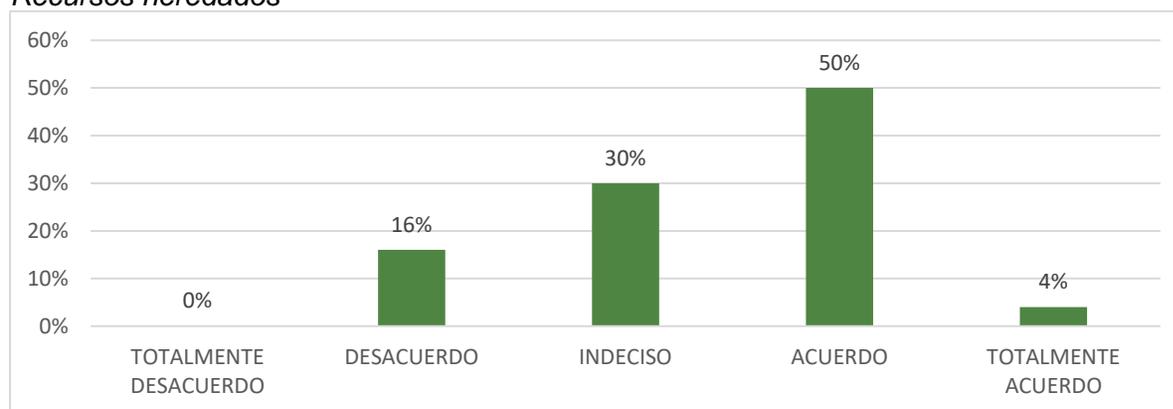
¿Los Recursos heredados que observas en el Centro Poblado de Huasao son competitivos turísticamente frente a otros atractivos?

Tabla 50
Dimensión recursos heredados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0%	0%
Desacuerdo	8	16%	16%
Indeciso	15	30%	46%
Acuerdo	25	50%	96%
Totalmente acuerdo	2	4%	100%
TOTAL	50	100%	

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Figura 44
Recursos heredados



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 50**, el 50% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración respecto a la percepción del destino turístico, mientras el 4% considera estar “Totalmente acuerdo”.

Esto quiere decir que existe una gran preferencia de visitar los atractivos del centro Poblado de Huasao, sin embargo, se debe tener en cuenta que lo Recursos naturales tiene que estar en contante mantenimiento ya que esto representa una fuente de atracción para los visitantes.

C. Dimensión: recursos y factores de carácter general

¿Consideras que los recursos y factores de carácter general del Centro Poblado de Huasao, están siendo correctamente ofrecidos a los visitantes?

Tabla 51

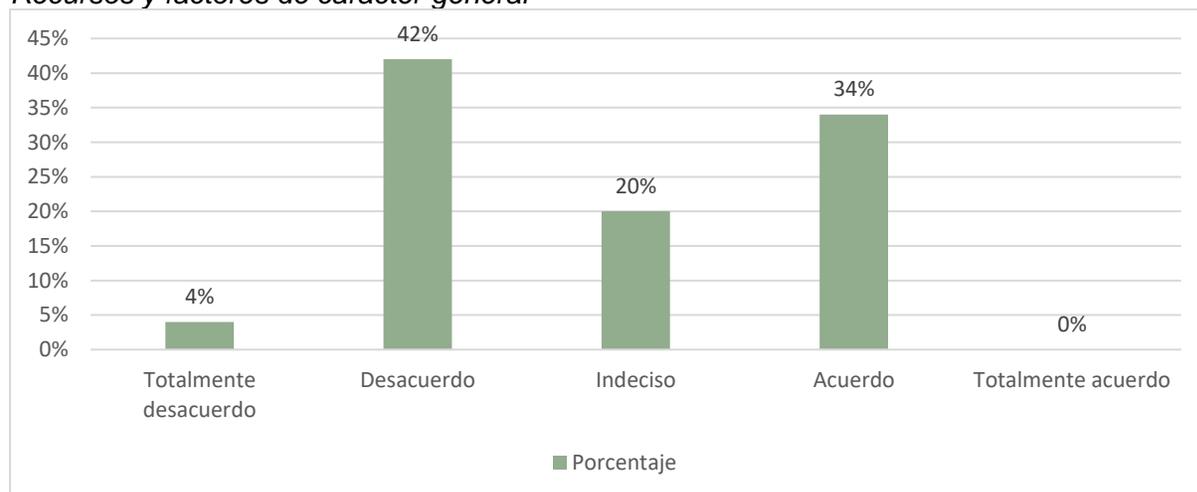
Recursos y factores de carácter general

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	2	4%	4%
Desacuerdo	21	42%	46%
Indeciso	10	20%	66%
Acuerdo	17	34%	100%
Totalmente acuerdo	0	0%	100%
TOTAL	50	100%	

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Figura 45

Recursos y factores de carácter general



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 51**, el 42% de los encuestados indicaron estar en “Desacuerdo” con la valoración respecto a los Recursos y factores de carácter general, mientras el 4% considera estar “Totalmente desacuerdo”.

Esto significa que existe una brecha considerable con respecto a la calidad de servicio que ofrecen las personas en el Centro Poblado de Huasao, además podemos decir que tiene que mejorar mucho el aspecto de hospitalidad.

D. Dimensión: condiciones para el desarrollo

¿Según usted, las condiciones para el desarrollo en el Centro Poblado de Huasao son adecuadas para desarrollar la actividad turística?

Tabla 52

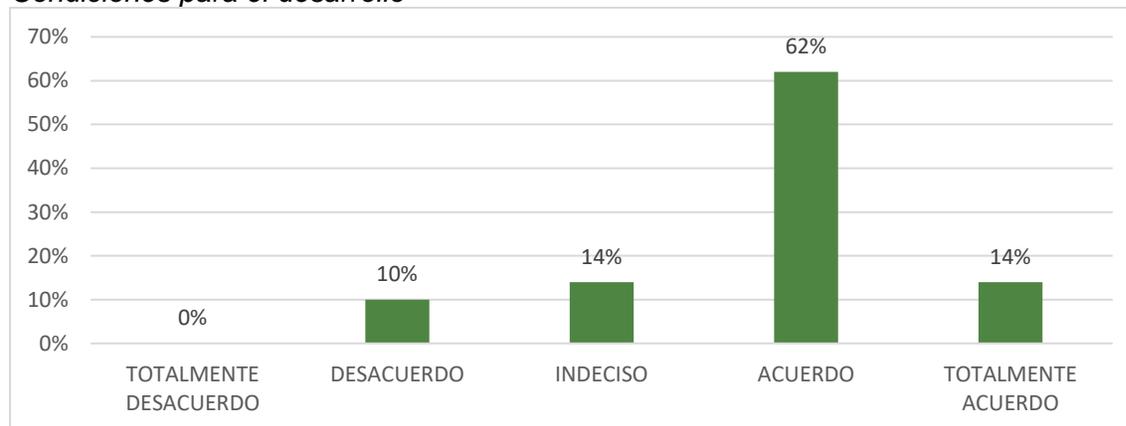
Condiciones para el desarrollo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0%	0%
Desacuerdo	5	10%	10%
Indeciso	7	14%	24%
Acuerdo	31	62%	86%
Totalmente acuerdo	7	14%	100%
TOTAL	50	100%	

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Figura 46

Condiciones para el desarrollo



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 52**, el 62 % de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración respecto a las Condiciones para el desarrollo, mientras el 10% considera estar “Desacuerdo”.

Esto quiere decir que el Centro Poblado de Huasao tiene características que en su mayoría lo hacen turísticamente competitivos frente a otros atractivos, además la ubicación geográfica que tiene es una ventaja frente a otros lugares, sin embargo, no cuenta con un plan de contingencia frente a un crecimiento de la demanda turística.

E. Política y gestión

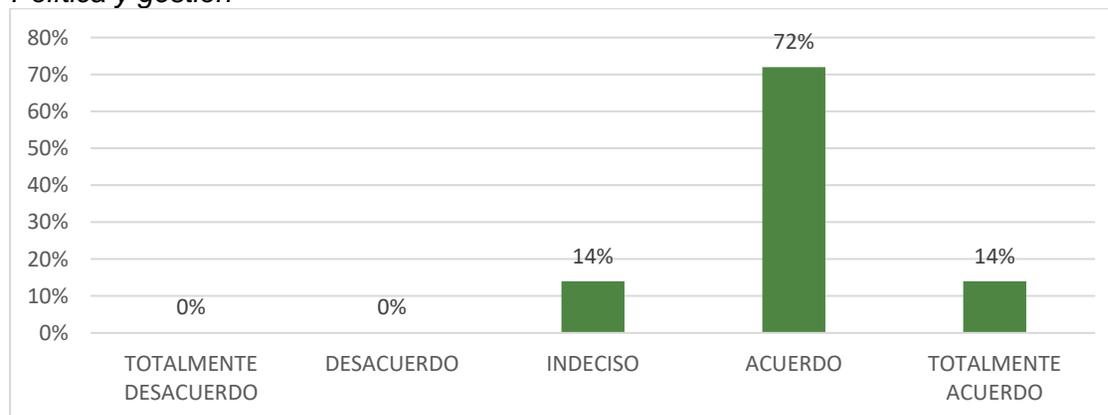
¿Según usted, la política y gestión permite mejorar la demanda turística en el Centro Poblado de Huasao?

Tabla 53
Política y gestión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0%	0%
Desacuerdo	0	0%	0%
Indeciso	7	14%	14%
Acuerdo	36	72%	86%
Totalmente acuerdo	7	14%	100%
TOTAL	50	100%	

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Figura 47
Política y gestión



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 53**, el 72% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración respecto a la Política y gestión, el 14% manifestaron estar “Indeciso” y “Totalmente acuerdo”.

Esto quiere decir, que, si bien no existen organizaciones que promuevan los atractivos del Centro Poblado de Huasao, existe las redes sociales que han hecho conocido algunos de los recursos naturales, así como las actividades de recreación, es por eso que la demanda que ha tenido dicho lugar en gran parte se debe a las redes sociales.

F. Condiciones de demanda

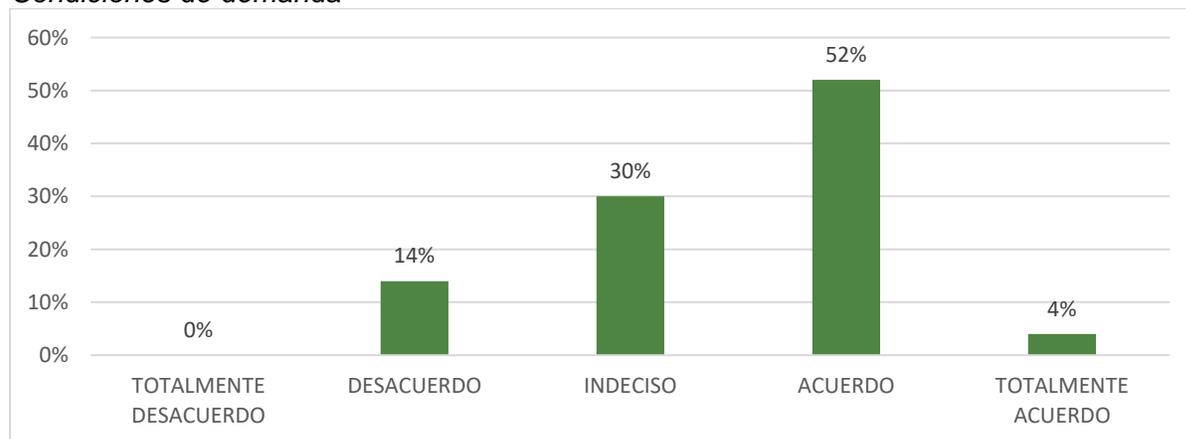
¿Según usted, las condiciones de demanda de los atractivos turísticos del Centro Poblado de Huasao tiene potencial para ser la preferencia de los visitantes?

Tabla 54
Condiciones de demanda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0%	0%
Desacuerdo	7	14%	14%
Indeciso	15	30%	44%
Acuerdo	26	52%	96%
Totalmente acuerdo	2	4%	100%
TOTAL	50	100%	

Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Figura 48
Condiciones de demanda



Nota: Elaboración propia con base a la encuesta.

Según la **tabla 54**, el 52% de los encuestados indicaron estar en “Acuerdo” con la valoración respecto a las Condiciones de demanda, mientras el 4% considera estar “Totalmente acuerdo”.

Esto quiere decir, la preferencia y percepción de los atractivos turísticos en el Centro Poblado de Huasao tiene su aceptación por parte de los visitantes, sin embargo, también hay que considera que existe alguna deficiencia en cuando a la calidad de servicio que hacen que se lleven una imagen negativa del Centro Poblado de Huaso.

1.2 Discusión de resultados

Desde un punto de vista descriptivo esta investigación ha permitido determinar la competitividad de los destinos turísticos en el centro poblado de Huasao - 2019, desde el punto de vista de las personas relacionados directamente con la actividad turística teniendo como resultado un nivel medio del 80.6%, un nivel alto de 16.7% y por último un nivel bajo de 2.8%. se debe notar sin embargo que estos resultados tienen una posición más crítica respecto a la competitividad turística ya que se encuentran día a día trabajando directamente con los visitantes.

Al respecto, **Cacho y Gavidia** (2016) quien presentó una tesis para optar el grado de Licenciado en Administración de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo – Perú, que tiene como tema *Competitividad del destino turístico distrito de Cajamarca*, concluye que los factores relevantes para impulsar la competitividad del destino turístico son: Estrategia, Producto, Tecnología, Capacitación (Desarrollo de capacidades), Innovación y desarrollo y organización; aplicando estrategias para la calidad y atención del turista en las empresas de restaurantes para poder diversificar su oferta; en cuantos a los establecimientos de hospedaje establecer estrategias de planificación e implementación de instrumentos y herramientas para su gestión; En las agencias de viaje formalización para el proceso de la oferta, en cuanto atractivos la puesta en valor; crear espacios de diálogo entre los actores directos (Empresarios, gestores de

atractivos, Gremios organizados), e indirectos del turismo (Autoridades del sector turismo además del Gobernador Regional y el Alcalde), dado que la concertación tanto pública y privada es imprescindible para trabajar en conjunto y buscar el desarrollo turístico competitivo. Asimismo, se presentó como conclusión en la realización de dicho estudio de tesis, el cual tuvo como cumplimiento satisfactorio de los objetivos propuestos al inicio de su investigación.

Por otro lado, **Herrera Usca** (2018) en su investigación sobre el desarrollo económico del micro destino turístico de Raqchi, donde se analizó los efectos del crecimiento turístico en Raqchi – Cusco el cual se en proceso de consolidación alcanzando el valor de 53.3%.

Cabe recalcar que para obtener los resultados de dicha investigación se tuvo que realizar un flujo de relación de los visitantes que vienes a conocer Machupichu como también los turistas que viaja a las islas URUS.

Por lo mencionado en la ciudad del Cusco la competitividad de los destinos turísticos viene en crecimiento en los últimos años, en ese sentido, el presente estudio busca analizar los distintos aspectos que participan en la competitividad turística de un determinado lugar, así como también busca describir los recursos naturales, factores de carácter general, condiciones situacionales, política y gestión, así como también, las condiciones de demanda.

La competitividad turística en la ciudad viene implementando estrategias que permiten el desarrollo turístico de un determinado lugar, sin embargo, lo que se busca con esta investigación es alentar a aquellos lugares que cuentan con atractivos turísticos que potencialmente faltan desarrollarlos sosteniblemente.

CONCLUSIONES

PARA EL OBJETIVO GENERAL:

En el trabajo se planteó Describir el nivel de competitividad del destino turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – Región Cusco – 2019.

Se valida el siguiente argumento:

El centro poblado de Huasao cuenta con potencial turístico, ya que, cuenta con muchos recursos naturales y creados que turísticamente lo convierten atractivo para nuestros visitantes, sin embargo, el tema de la competitividad turística requiere del trabajo conjunto entre las autoridades, las organizaciones y el sector empresarial, ya que su desarrollo económico y social sostenible depende de la imagen del destino, el cual generará como resultado el incremento de la demanda turística.

PARA LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS SE TOMÓ EN CONSIDERACIÓN AL CUESTIONARIO ELABORADO EN BASE A LOS INDICADORES DE CADA DIMENSIÓN.

Se validan los siguientes argumentos:

1. Los recursos naturales y culturales constituyen el elemento de mayor relevancia en el centro poblado de Huasao, ya que a partir de ello se pudo llevar a cabo distintas actividades turísticas como visitar los humedales de Huasao, el bosque de los ents, conocer su tradición chamánica donde realizan la ofrenda a la Pachamama, transmitiendo sus conocimientos culturales de generación en generación, realizar tours extremos de adrenalina en cuatrimoto, columpio y poder refrescarse en parque acuático conocido como “Yaqua Paradise. Sin embargo, falta mejorar en cuanto a infraestructura ya que se encuentra en una etapa media tal es el caso de restaurantes que no cuenta con la capacidad necesaria y menos con la licencia de funcionamiento, no cuenta con hoteles, hospedajes que permitan pernoctar al turista. Así mismo, las personas que están relacionados con la actividad turística en el centro poblado de Huasao no brindan un

servicio de calidad ya que no tienen la capacidad de percibir rápidamente la necesidad de sus clientes potenciales que son los visitantes locales, falta implementar acciones de hospitalidad como ser acogedor, cálido, amable, hacerle sentir al visitante cómodo y seguro desde la llegada hasta su retorno.

2. Las condiciones situacionales para el desarrollo del Centro Poblado de Huasao permiten el desarrollo de la actividad turística, sin embargo se pudo analizar la situación geográfica del Centro Poblado de Huasao reúne las condiciones para generar una excelente actividad turística, así mismo, se puede deducir que hay factores internos y externos que dificultan el crecimiento de la actividad ya que estos factores requieren un trabajo en conjunto tanto por los organismos internos así como también las políticas a las que están sujetas el desarrollo turísticos.
3. El turismo es una actividad que aporta a la diversificación de la economía local, para ello se requiere el trabajo en conjunto de actores como los miembros de la comunidad local, las autoridades, los emprendedores. Sin embargo, no existe una interrelación entre los actores que se proyecten al fortalecimiento del desarrollo sostenible del destino turístico en el centro poblado de Huasao, es así que, para la publicidad y marketing se pudo identificar que las actividades y atractivos turísticos lo realizan las personas mediante su cuenta de Facebook, pero no están siendo trabajados de forma profesional, falta realizar capacitaciones principalmente a las personas que están directamente conectadas con la actividad turística, no existe ningún tipo de asesoramiento, apoyo para la promoción de las actividades turísticas, para la preservación del medio ambiente, a pesar que existen leyes como la Ley General del Turismo Ley 29408 donde señala que se tiene que promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística, el fomento de la inversión privada promoviendo las condiciones favorables para la iniciativa privada de una oferta turística competitiva, así también, la Ley Orgánica de Municipalidades Ley

27972 establece que los gobiernos locales tienen la potestad de brindar el apoyo directo e indirecto a la actividad empresarial en su jurisdicción a fin de mejorar la competitividad.

4. Existe una gran condición de la demanda de turistas locales y nacionales, esto se debe en gran parte a la ubicación geográfica del centro poblado de Huasao, sin embargo, en cuanto a la percepción turística, existe una disconformidad que alegan los visitantes, esto se debe a que no logran satisfacer las expectativas que tienen sobre los atractivos turísticos del Centro Poblado de Huasao.

RECOMENDACIONES

1. La autoridad del centro poblado de Huasao, debe Implementar una mejor infraestructura en especial restaurantes ya que esto va generar mejores satisfacciones con los visitantes, también tiene que aplicar mecanismos de seguridad contra accidentes que se produzcan al momento de realizar las distintas actividades recreativas desarrollando un plan de fortalecimiento y preservación de los recursos, así como revalorizar lo patrimonios culturales e históricos por lo que se recomienda que las personas que aún mantienen los conocimientos ancestrales se trasmitan a las nuevas generaciones para que no se pierda en el tiempo, por otro lado, la municipalidad distrital de Oropesa debe capacitar en el tema de calidad de servicios para desarrollar un buen entorno de trabajo.
2. Los pobladores y autoridades deben enfocarse en preservar y mantener el aspecto geográfico del centro poblado de Huasao realizando de esta misma forma deben realizar alianzas estratégicas con agencias operadoras de circuito de valle sur, para que incluyan dentro de sus visitas los Atractivos del centro poblado de Huasao a través del Proyecto Nacional de Turismo Rural se lleve jornadas de sobre estrategias de promoción y mejora en la comercialización del turismo rural igualmente coordinar estrategias y acciones las cuales ofrezcan respuesta rápidas, eficaces y oportunas frente a situaciones que afecten la integridad física y económica de los visitantes que permitirá incrementar el precio de los ingresos a los fondos que son directamente recaudados por la municipalidad distrital de Oropesa.
3. La autoridad del centro poblado de Huasao, debe realizar invitación a todas las organizaciones las cuales están relacionados en promover la actividad turística, para que se involucren y puedan observar que el centro poblado de Huasao cuenta con atractivos que turísticamente puede ser competitivo así como incursionar en las redes sociales para promocionar los atractivos, así mismo a través del marketing en este caso digital se podrá

determinar la cantidad de cliente potenciales que se puede tener igualmente brindar herramientas para aportar y motivar a los micro emprendedores de la actividad turística en el centro poblado de Huasao, para que implementen estrategias de compra locales sostenibles, también aplicar los procesos ecológicos las cuales son esenciales y ayuda a preservar y conservar los recursos naturales.

4. Las personas que está directamente relacionados con la actividad turística en el centro poblado de Huasao, deben generar confianza que permita que los visitantes se encuentren cómodos y sobre todo estén dispuestos a consumir y comprar con total confianza recabando información de los visitantes, las cuales permitirán analizar de forma objetiva las expectativas que tienen los clientes respecto a lo atractivos turísticos del centro poblado de Huasao

Referencias

- Benavides, S. M. (s.f.). El enfoque de competitividad sistémica como estrategia para el mejoramiento del entorno empresarial. 2004.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Worldcolor.
- BERNAL, C. A. (2010). *Metodología de la investigación. Tercera edición*. Colombia, : PEARSON EDUCACIÓN.
- Bravo, S. (2004). LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO. *BOLETÍN ECONÓMICO. SEPTIEMBRE 2004*, 5.
- Cacho Rodrigo, J. D., & Gavidia Vargas, S. B. (2016). *COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURISTICO DISTRITO DE CAJAMARCA*. Cajamarca: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO.
- Cavagnaro, R. (7 de julio de 2019). *Los Andes*. Obtenido de El camino a la competitividad: <https://www.losandes.com.ar/el-camino-a-la-competitividad-rodolfo-cavagnaro/>
- Chávez, R. R. (marzo de 2018). ¿Por qué es importante la competitividad? *Diálogos público-privados en materia de competitividad*. Secretaria de Economía.
- Comex Perú. (2019). *Desempeño y competitividad turística en el Perú - Resultados en 2019*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-001.pdf>
- Crouch, G. I. (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*. 2011;50(1)., 27- 45.
- Cuanalo, D. (2017). *Importancia del Turismo*. Obtenido de <https://www.lainter.edu.mx/blog/2017/03/08/la-importancia-del-turismo/>
- Dogan, E., & Kan, M. H. (2020). BRINGING HERITAGE SITES TO LIFE FOR VISITORS: TOWARDS A CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR IMMERSIVE EXPERIENCE.

Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR) An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty Vol. 8 (1), 76 - 99.

Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Journal Current Issues in Tourism* (págs. 369 - 414). London: Current Issues in Tourism.

El Congreso de la Republica. (2009, 16 de setiembre). *Ley General del Turismo*. Obtenido de https://conadisperu.gob.pe/observatorio/wp-content/uploads/2020/07/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408

Esser, K. (1996). Competitividad sistèmica: nuevo desafío para las empresas y la política . *Revista de la CEPAL NUMERO 59, 42.*

Euromonitor International. (2021). *About Us*. Obtenido de <https://www.euromonitor.com/>

FACEBOOK. (2021). *Humedal de huasao Cusco*. Obtenido de <https://www.facebook.com/Humedal-de-huasao-cusco-158706474971208/>

Ferrer, J. (2005). Competitividad Sistémica. Niveles analíticos para el fortalecimiento de sectores de actividad económica. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XI, núm. 1, abril, , 149 - 166.

Gandara, J. M., Fumi Chim-Mik, A., Domaresk, T. C., & Biz, A. A. (2013). LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE FOZ DO IGUAÇU SEGÚN LOS DETERMINANTES DEL «INTEGRATIVE MODEL» DE DWYER & KIM: ANALIZANDO LA ESTRATEGIA DE CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO. *Cuadernos de Turismo* (págs. 105 - 128). Murcia: Universidad de Murcia.

Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research* Nº 38. (3), 239-245.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

INEI. (2017). *Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Obtenido de <http://censo2017.inei.gob.pe/>

- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, vol. 13, núm. 2,, 158-184.
- Luna, M. G. (2019). Competitividad y Marca de Destinos Turísticos en el Perú: Una Propuesta de Desarrollo 2019-2021. *Gestión en el Tercer Milenio 22(43) Vol. 22 - N.º 43 - 2019*, 45 - 57.
- MEF. (2019). *Ley orgánica de municipalidades*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/capacita/programacion_formulacion_presupuestal2012/Anexos/ley27972.pdf
- MINCETUR. (17 de 09 de 2009). *Ley Nº 29408 - Ley General de Turismo*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf
- MINCETUR. (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. Lima: Editorial Arkabas.
- MINCETUR. (2018, 26 de diciembre). *Manual para la elaboración y categorización del inventario de recursos turísticos*. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/264113/RM_505-2018-MINCETUR
- MINCETUR. (25 de junio de 2021). *Datos Turismo*. Obtenido de Sistema de Información Turística: <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content2.html>
- MINISTERIO DE TURISMO. (5 de mayo de 2019). *www.gub.uy*. Obtenido de <https://www.gub.uy/ministerio-turismo/comunicacion/publicaciones/buenas-practicas-en-accesibilidad-turistica#:~:text=Las%20buenas%20pr%C3%A1cticas%20de%20accesibilidad%20tur%C3%ADstica%20son%20t%C3%A9cnicas%2C,en%20todo%20el%20pa%C3%ADs%20y%20todo%20el%20>

PERU, D. (2019). *DE PERU*. Obtenido de

<https://www.deperu.com/gobierno/municipalidad/municipalidad-del-centro-poblado-huasao-oropesa-quispicanchi-6190>

Poma Castillo, G. L., & Villacruz Durand, G. C. (2021). *Factores de competitividad para la gestión de dos destinos de Turismo Comunitario. Estudio de caso: Comunidad Raqchi (Región Cusco) y Comunidad Luquina Chico (Región de Puno)*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Portal de Turismo. (2 de abril de 2019). *Estadísticas*. Obtenido de Perú es el sexto país más visitado por turistas extranjeros en América Latina: <https://portaldeturismo.pe/noticia/peru-es-el-sexto-pais-mas-visitado-por-turistas-extranjeros-en-america-latina/>

Presidencia del Consejo de Ministros. (26 de junio de 2021). *CONSTITUCION POLITICA DEL PERU - 1993*. Obtenido de <http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2013/09/Constitucion-Pol%C3%ADtica-del-Peru-1993.pdf>

PROMPERU. (2019). *Turismo IN*. Obtenido de Perfil del Turista Extranjero que visita Cusco 2019: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Cusco&url=~-/Uploads/perfiles_extranjeros/43/tips/2669/PTE%202019%20-%20Visita%20Cusco.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=212038

Rincón, J. H. (2014). Competitividad de Destinos Turísticos. Casos de Investigación Aplicada en México. *Centro de Investigaciones Turísticas Aplicadas*, 26.

RPP. (03 de mayo de 2018). *Internacional*. Obtenido de Director de "Guardianes de la Galaxia" se emocionó con esculturas de Groot en Cusco: <https://rpp.pe/cine/internacional/director-de-guardianes-de-la-galaxia-emocionado-con-groot-en-cusco-noticia-1120230>

Sancho, A. (1998). Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo (OMT).

- SECTUR. (2001). competitividad y desarrollo. *COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS*. Secretaria dde operaci+on turística.
- SGT. (3 de Junio de 1992). Plan Marco de Competitividad del Turismo. *FUTURES Plan Marco de Competitividad del Turismo*. Madrid.
- Tamayo, D. S. (2017). *La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007-2015*. Quito: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR FACULTAD DE ECONOMÍA.
- TRIPADVISOR. (16 de julio de 2021). *YAQUA Paradise*. Obtenido de https://www.tripadvisor.com.pe/Attraction_Review-g294314-d15549840-Reviews-YAQUA_Paradise-Cusco_Cusco_Region.html
- UNESCO. (22 de diciembre de 2022). www.unesco.org/es. Obtenido de <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- Usca, E. M. (2018). *EFECTOS DEL CRECIMIENTO TURÍSTICO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL MICRO DESTINO TURÍSTICO DE RAQCHI, CUSCO 2016*. Cusco: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO .
- Villarán, K. W. (2009). *Estrategia - Para lograr y mantener la competitividad de la empresa*. Lima: Nathan Associates Inc.
- Villarán, K. W. (2009). *Plan de negocios : herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Lima: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
- WORLD ECONOMIC FORUM. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

ANEXO

ANEXO 1.*Matriz de consistencia*

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores
PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es el nivel de competitividad del destino turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi región – Cusco – 2019?	OBJETIVO GENERAL Describir el nivel de competitividad del destino turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019.	No tiene hipótesis, ya que el motivo de la investigación no intenta pronosticar una cifra ni un hecho específico.	Competitividad de los destinos turísticos	Recursos creados	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura turística • Actividades recreativas • Instalaciones comerciales
				Recursos heredados	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos naturales • Patrimonio cultural e histórico
				Recursos y factores de carácter general	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de servicio al visitante • Accesibilidad de los destinos turísticos • Hospitalidad a los visitantes
				Condiciones situacionales para el desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Situación geográfica • Microentorno competitivo • Macroentorno competitivo • Seguridad para el visitante • Precio de los destinos turísticos
				Política y gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de las organizaciones en la actividad turística <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad y marketing en la actividad turística • Capacitación de recursos humanos • Gestión de medio ambiente
				Condiciones de demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia turística • Imagen del destino turístico
PROBLEMA ESPECÍFICOS PE1. ¿Cuál es la situación actual de los recursos en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019? PE2. ¿Cuáles son las condiciones situacionales para el desarrollo de un producto turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019? PE3. ¿Cuáles son las políticas y gestión que emplea para la competitividad turística en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019? PE4. ¿Cuál es la condición de demanda del visitante en los destinos turísticos del centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019?	OBJETIVO ESPECÍFICO OE1. Diagnosticar la situación actual de los recursos en el Centro Poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019. OE2. Analizar las condiciones situacionales para el desarrollo de un producto turístico en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019. OE3. Analizar la política y gestión que emplea para la competitividad turística, en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019. OE4. Describir la condición de la demanda de los destinos turísticos, en el centro poblado de Huasao, distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi – región Cusco – 2019.				

ANEXO 2. Ficha de entrevista

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

GUÍA DE ENTREVISTA A LA AUTORIDAD DEL CENTRO POBLADO DE HUASAO.

CARGO: _____

1. ¿Usted considera que la actividad turística en el centro poblado de Huasao es el principal recurso para el ingreso económico de las familias?

2. ¿Usted considera que el centro poblado de Huasao cuenta con las condiciones necesarias como calidad de servicio, seguridad, estabilidad política para el desarrollo de un entorno competitivo?

3. ¿Usted considera que se tomaron medidas con las asociaciones o personas dedicadas a la actividad turística frente al impacto turístico del humedal de Huasao?

4. ¿Usted considera que Huasao llegará a posicionarse como un destino turístico potencial dentro del corredor del valle sur?

ANEXO 3. Encuesta a las personas dedicadas a la actividad turística en el centro poblado de Huasao

El presente instrumento cuestionario forma parte de un proyecto de investigación cuyo objetivo es **diagnosticar la competitividad de los destinos turísticos en el Centro Poblado de Huasao – 2019**, estaremos agradecidos por dedicar unos minutos para contribuir a su realización. Por supuesto, los datos serán anónimos y la información se tratará a nivel confidencial, sin que se utilicen para otros fines diferentes a lo indicado, para lo cual solicitamos brindarnos su apoyo.

1. DATOS GENERALES:

1.1. **Edad:** _____

1.2. **Sexo:**

a) Masculino ()

b) Femenino ()

1.3. **Actividad a la que se dedica**

.....

.....

1.4. **Estado civil del encuestado:**

a) Soltero ()

b) Casado ()

c) Conviviente ()

d) Viudo ()

e) Divorciado ()

1.5. **Nivel educativo:**

a) Sin estudio ()

b) Primaria ()

c) Secundaria ()

d) Superior ()

Instrucciones: Marque con una (x) la opción de su preferencia donde:

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

Por favor, lea cada pregunta y asigne el punto correspondiente, según su opinión de acuerdo a la siguiente escala:

N°	Ítems	1	2	3	4	5
	RECURSOS CREADOS					

1	El Centro poblado de Huasao cuenta con servicios de hospedaje, transporte y otros servicios de apoyo.					
2	¿Considera usted que la actividad de recreación en el Centro Poblado de Huasao es adecuado para ser competitivo en el sector turismo?					
3	¿Las instalaciones comerciales son suficientes para satisfacer necesidades de los visitantes?					

RECURSOS HEREDADOS						
4	¿El uso de recurso naturales están siendo aprovechados de manera racional en el Centro Poblado de Huasao?					
5	¿El conjunto de bienes culturales e históricos que han dejado atreves de la historia están siendo correctamente valorados?					
RECURSO Y FACTORES DE CARÁCTER GENERAL						
6	¿Considera usted que la calidad de servicio al visitante logra cubrir y satisfacer las expectativas en el Centro Poblado de Huasao?					
7	¿Cuenta con los medios de transporte y vías de comunicación que permitan la facilidad de acceso a los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao?					
8	¿Usted muestra un lado agradable de Hospitalidad frente al exigencias del visitante?					
CONDICIONES PARA EL DESARROLLO						
9	¿La ubicación geográfica del Centro Poblado de Huasao permite desarrollar la competitividad de las distintas actividades turísticas?					
10	¿Existen proveedores turísticos que promuevan la visita a las actividades turística?					
11	¿La estabilidad política, económica, el entorno social - cultural y el desarrollo tecnológico tienen impacto dentro de la actividad turística?					
12	¿La seguridad protege la integridad física y económica el cual permita el libre desplazamiento del visitante?					
13	¿Usted considera que los precios de la actividad turística en el Centro poblado de Huasao son accesibles para generar más llegada de los visitantes?					
POLITICA Y GESTIÓN						
14	¿Existen organización involucradas en la gestión de destinos como oficinas de convenciones y visitantes, organizaciones de turismo, que permiten el nivel de visitantes?					
15	¿Se realiza publicidad a través de medios masivos como la televisión, radio, redes sociales para la promoción de las actividades turística?					
16	¿Considera usted que la capacitación de recursos humanos ayuda a mejorar la atención a los visitantes?					
17	¿La municipalidad distrital brinda alguna capacitación y asistencia técnica para la mejora de las buenas prácticas ambientales?					
CONDICIONES DE DEMANDA						

18	Los recursos con los que dispone el Centro Poblado de Huasao tendrá mayor preferencia por los visitantes					
19	Usted, considera la percepción de los destinos turísticos del Centro Poblado de Huasao es la mejor para recibir visitantes					

ANEXO 4. Encuesta a los visitantes o turistas en el centro poblado de Huasao

El presente instrumento cuestionario forma parte de un proyecto de investigación cuyo objetivo es **diagnosticar la competitividad de los destinos turísticos en el Centro Poblado de Huasao – 2019**, estaremos agradecidos por dedicar unos minutos para contribuir a su realización. Por supuesto, los datos serán anónimos y la información se tratará a nivel confidencial, sin que se utilicen para otros fines diferentes a lo indicado, para lo cual solicitamos brindarnos su apoyo.

2. DATOS GENERALES:

2.1. **Edad:** _____

2.2. **Sexo:**

c) Masculino ()

d) Femenino ()

2.3. **Actividad a la que se dedica**

.....

.....

2.4. **Estado civil del encuestado:**

f) Soltero ()

g) Casado ()

h) Conviviente ()

i) Viudo ()

j) Divorciado ()

2.5. **Nivel educativo:**

e) Sin estudio ()

f) Primaria ()

g) Secundaria ()

h) Superior ()

Instrucciones: Marque con una (x) la opción de su preferencia donde:

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

Por favor, lea cada pregunta y asigne el punto correspondiente, según su opinión de acuerdo a la siguiente escala:

N°	Ítems	1	2	3	4	5
RECURSOS CREADOS						
1	¿Usted considera que los recursos creados que ofrece el centro poblado de Huasao logran satisfacer vuestra expectativa?					

N°	Ítems	1	2	3	4	5
RECURSOS HEREDADOS						
2	Los Recursos heredados que observas en el Centro Poblado de Huasao son competitivos turísticamente frente a otros atractivos					

N°	Ítems	1	2	3	4	5
RECURSOS Y FACTORES DE CARÁCTER GENERAL						
3	Consideras que los recursos y factores de carácter general del Centro Poblado de Huasao, están siendo correctamente ofrecidos a los visitantes					

N°	Ítems	1	2	3	4	5
CONDICIONES PARA EL DESARROLLO						
4	Según usted, las condiciones para el desarrollo en el Centro Poblado de Huasao son adecuadas para desarrollar la actividad turística					

N°	Ítems	1	2	3	4	5
POLITICA Y GESTION						
5	Según usted, la política y gestión permite mejorar la demanda turística en el Centro Poblado de Huasao					

N°	Ítems	1	2	3	4	5
CONDICIONES DE DEMANDA						
6	Según usted, las condiciones de demanda de los atractivos turísticos del Centro Poblado de Huasao tiene potencial para ser la preferencia de los visitantes					

ANEXO 5. Validación de instrumento

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Evaluación de expertos para validar el instrumento de medición de la investigación
 "ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS PARA EL CENTRO
 POBLADO DE HUASAO – 2019"

INVESTIGADORES: Bachiller Arnold Christian Gutierrez Clemente
 Bachiller Karina Sanchez Condorhuanca

APORTES Y/O SUGERENCIAS

DOCENTE:

Federico Moscoso Ojeda

GRADO ACADEMICO:

Magister

LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación

Debe corregirse

FECHA: *12/11/19*

FIRMA:

[Firma]
 DNI: *23825517*

N° de celular: *961346744*

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Evaluación de expertos para validar el instrumento de medición de la investigación
 "ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS PARA EL CENTRO
 POBLADO DE HUASAO – 2019"

INVESTIGADORES: Bachiller Arnold Christian Gutierrez Clemente
 Bachiller Karina Sanchez Condorhuanca

APORTES Y/O SUGERENCIAS

DOCENTE:

HARO PAZ EMILIANO LEONCIO

GRADO ACADEMICO:

MAG

LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación

Debe corregirse

FECHA: 11/11/19

FIRMA:



DNI: 2382455

N° de celular: 98474019

ANEXO 6. Panel fotográfico de la salida a campo



