

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



TESIS

**El sector turismo como factor de desarrollo en la
Región Pasco 2010 – 2018**

Para optar el título profesional de:

Economista

**Autoras: Bach. Kelly Anali ARCE PRADO
 Bach. Mary ÑAUPARY CONDOR**

Asesor: Mg. Francisco A. HIDALGO MAYTA

Cerro de Pasco - Perú - 2019.

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

**El sector turismo como factor de desarrollo en la
Región Pasco 2010 – 2018**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Ángel TORRES VÁSQUEZ

PRESIDENTE

Dr. Esteban LAVADO VÁSQUEZ

MIEMBRO

Dr. Oscar LÓPEZ GUTIERREZ

MIEMBRO

DEDICATORIA

Con todo cariño dedicamos nuestro trabajo a nuestros padres y hermanos por su aliento que impulsa nuestro triunfo.

RECONOCIMIENTO

Hemos logrado culminar nuestra investigación que es realmente nuestra Tesis para optar el Título profesional de Economista, por ello con mucho aprecio tenemos que reconocer las exigencias de nuestros padres y hermanos por incentivarnos a seguir adelante y cumplir nuestros objetivos y metas. En realidad, cumplir con nuestros objetivos y metas ha sido una gran tarea para nosotras, pues ha sido ardua la labor que nos hemos encaminado, más aún cuando hemos tenido que trabajar para nuestra manutención; por ello al culminar el desarrollo de nuestro trabajo de investigación hemos reflexionado y valorado nuestra labor.

Al culminar el desarrollo de nuestra tesis, tenemos que agradecer en primer lugar, a Dios por prestarnos vida salud y fe para seguir adelante; en segundo lugar, estamos agradecidos a nuestros padres por habernos exigido cada día a cumplir con nuestro objetivo más próximo, es decir obtener **nuestro Título Profesional** para poder ejercer nuestra carrera.

Por otra parte, queremos reconocer con mucha gratitud a nuestros profesores de la carrera Profesional de Economía a quienes tenemos que agradecerles por nuestra formación profesional. A todos ellos, nuestro eterno agradecimiento.

Por otra parte, tenemos que agradecer muy especialmente a nuestro profesor Asesor el Mg. **Francisco A. Hidalgo Mayta**, quien con sus orientaciones precisas hemos podido culminar la presente investigación.

Kelly y Mary.

RESUMEN

Nuestra investigación denominada **El Sector Turismo Como Factor de Desarrollo en la Región Pasco 2010 – 2018** ha descrito y analizado el problema de la investigación que consiste en el turismo que es un sector productivo importante que es un resorte dinámico de la economía global peruana.

En el primer capítulo hemos tratado sobre el problema acerca del turismo, el sector tiene problemas de apoyo presupuestal para poner en valor a muchos productos turísticos, necesidades que vienen desde muy antes. También problematizamos de que el sector turismo da trabajo a las personas, los turistas extranjeros y nacionales traen ingresos a los locales y dividas al erario nacional. En nuestro estudio abordamos que la provincia de Oxapampa es el pionero de las actividades turísticas, pues aquí asisten turistas nacionales e internacionales y la actividad turística se ve desarrollada, basta ver la elegancia de sus hoteles y sus restaurantes. Pasco y Yanahuanca también lo tienen, pero no está desarrollada porque falta invertir en los productos turísticos.

En el segundo Capítulo hemos tratado acerca del marco teórico donde se analizan algunas teorías sobre el turismo nacional y local, por ejemplo, a nivel internacional hay países que viven del turismo, los turistas no son miles sino muchos millones, especialmente los países europeos. Nuestro país tiene todas las potencialidades, pero no lo sabemos aprovechar.

En el tercer capítulo tratamos acerca de la metodología, nuestra investigación es práctica, documental, pero también de campo, por que realiza encuestas acerca de las posibilidades del desarrollo del turismo en toda nuestra región; aquí también se plantean las hipotesis, la metodología que son determinantes en la investigación.

En el cuarto Capítulo de han descrito, analizado y explicado las variables de las hipótesis mediante el método inductivo y deductivo; pero también se han operacionalizado las variables componentes de las hipótesis planteadas.

Palabras claves: Turismo, empleo, divisas y desarrollo.

ABSTRACT

Our research called **THE TOURISM SECTOR AS A DEVELOPMENT FACTOR IN THE PASCO REGION 2010 - 2018** has described and analyzed the research problem that consists of tourism that is an important productive sector that is a dynamic spring of the Peruvian global economy.

In the first chapter we have dealt with the problem about tourism, the sector has budget support problems to value many tourism products, needs that come from much earlier. We also problematize that the tourism sector employs people, foreign and domestic tourists bring income to the premises and divide it into the national treasury. In our study we addressed that the province of Oxapampa is the pioneer of tourism activities, as national and international tourists attend here and tourist activity is developed, it is enough to see the elegance of its hotels and restaurants. Pasco and Yanahuanca also have it, but it is not developed because there is a lack of investment in tourism products.

In the second chapter we have dealt with the theoretical framework where some theories about national and local tourism are analyzed, for example, internationally there are countries that live on tourism, tourists are not thousands but many millions, especially European countries. Our country has all the potential, but we do not know how to take advantage of it.

In the third chapter we deal with the methodology, our research is practical, documentary, but also field, because it conducts surveys about the possibilities of tourism development throughout our region; Here also the hypothesis, the methodology that are determining factors in the investigation are considered.

In the fourth chapter of the described, analyzed and explained the variables of the hypothesis by the inductive and deductive method; but also, the component variables of the proposed hypotheses have been operationalized.

Keywords: Tourism, employment, currencies and development.

INTRODUCCIÓN

Nuestra investigación que trata de un tema teórico práctico denominado: **El Sector Turismo Como Factor de Desarrollo en la Región Pasco 2010 – 2018**, es una investigación más que teórico Práctico o aplicado, el referido trabajo nos ha tenido entretenido por casi un año, pero finalmente lo hemos podido culminar. En este se ha analizado lo concerniente al problema del turismo que es un factor de desarrollo de la economía peruana.

En el capítulo I del trabajo de investigación se ha planteado el problema; es decir se ha descrito la realidad de lo que viene sucediendo con el turismo a nivel nacional, porque es el reflejo de lo que viene sucediendo en la Región Pasco; si bien es cierto el turismo no necesita de mayores insumos en su desenvolverse, sin embargo necesita invertir para mantener los productos turísticos, por ejemplo un museo necesita de su mantenimiento, sino diario al menos una vez cada mes, porque siempre se deteriora, por lo que hay que mantenerlo. En Nuestra Región necesitamos “poner en valor” varios “monumentos históricos” situados en la provincia de Pasco, Yanahuanca y Oxapampa, y quien lo va a ser es el Mincetur, o incentivar al sector privado que lo haga y luego se le puede dar algunas prerrogativas o ventajas, en compensación por su inversión. Es que el turismo trae una serie de externalidades positivas en favor de la economía regional y local, promoviendo así negocios colaterales y por tanto empleo. En este capítulo formulamos los problemas de investigación, la delimitación de la misma; planteamos también los objetivos de nuestra investigación y damos alcance del por qué es importante nuestra investigación.

En el capítulo II, que se refiere al Marco Teórico vemos el fundamento de nuestra investigación, aquí definimos las teorías del tema que tratamos, teorías de distintos autores, discusiones teóricas y prácticas, se presentan las distintas teorías de autores de libros, revistas, textos, ensayos “papers” (son extractos de

libros, artículos científicos, etc.) acerca del tema de investigación. Así tenemos que empezamos con los antecedentes de la investigación, es decir temas análogos al que estamos realizando, presentamos las discusiones y resultados de temas tratados con anterioridad al tema que hemos ejecutado, es decir acerca del turismo y su reacción cercana con el incremento de la producción global; no hay que olvidar que el turismo a parte del empleo que propicia trae divisas frescas al erario nacional, esta es un ventaja comparativa que tenemos frente a otros países, por este motivo es necesario de darle un presupuesto para darle un impulso y así desarrollarla.

El capítulo III considera la metodología y técnicas de la investigación, es decir se presentan el tipo y nivel de la misma, esta investigación es de tipo aplicada y documental, aplicada por que sale en forma práctica de la realidad misma, es decir de la relación turística con la producción, el empleo y el incremento de algunas microempresas que se dedican al turismo sobre todo en la provincia de Oxapampa. Por otra parte, nuestra investigación tiene un diseño transversal, porque utilizamos encuestas, que se han realizado a personas seleccionadas por nosotras mismas; pero también hemos aplicado el diseño longitudinal porque nos hemos agenciado de datos históricos proporcionados por el INEI. En este capítulo también se observa la formulación de hipótesis de investigación las cuales son analizadas y contrastadas en el capítulo IV de nuestra investigación.

En el capítulo IV se muestra los resultados de la investigación, allí contamos con la descripción de la investigación, describimos las variables que conforman las hipótesis, la descripción del fenómeno es importante porque nos ayuda a conocer las fluctuaciones de la actividad turística, por ser esta una actividad poco desarrollada en nuestra Región no se tiene la respectiva infraestructura, no se ha logrado tener conciencia que esta actividad es un sector que da divisas al

erario nacional sin mayores inversiones y lo que también meritorio, da trabajo a las personas.

En esta parte también abordamos la discusión de resultados de las variables que se describen y vemos también la contrastación de las tres hipótesis planteadas, vemos que las variables de las hipótesis se relacionan entre sí. Eso lo demostramos aplicando el programa Ji cuadrada y el Stata. Finalmente, el trabajo culmina dando algunas conclusiones y algunas recomendaciones, para luego dar paso a la bibliografía y a los anexos.

Kelly y Mary.

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
RECONOCIMIENTO	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT	v
INTRODUCCIÓN	vi
ÍNDICE	ix

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Identificación y determinación del problema	01
1.2	Delimitación de la investigación	11
1.3	Formulación del problema	12
1.3.1	Problema principal	12
1.3.2	Problemas específicos	12
1.4	Formulación de objetivos	12
1.4.1	Objetivo general	12
1.4.2	Objetivos específicos	13
1.5	Justificación de la investigación	13
1.6	Limitaciones de la investigación	15

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de estudio	16
2.2	Bases teóricas – científicas	19
2.3	Definición de términos básicos	46
2.4	Formulación de hipótesis	47
2.4.1	Hipótesis general	47
2.4.2	Hipótesis específicas	48

2.5	Identificación de variables	48
2.6	Definición operacional de variables e indicadores	49

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1	Tipo de investigación	50
3.2	Métodos de investigación	53
3.3	Diseño de investigación	56
3.4	Población y muestra	58
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	61
3.6	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	63
3.7	Tratamiento estadístico	63
3.8	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	64
3.9	Orientación ética	68

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	Descripción del trabajo de campo	70
4.2	Presentación, análisis e interpretación de resultados	71
4.3	Prueba de hipótesis	89
4.4	Discusión de resultados	100

CONCLUSIONES	xi
---------------------	----

RECOMENDACIONES	xiii
------------------------	------

BIBLIOGRAFÍA	xiv
---------------------	-----

- Referencias bibliográficas

- Referencias electrónicas

ANEXOS	xv
---------------	----

Anexo 01: Matriz de consistencia

Anexo 02: Instrumentos de recolección de datos

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1. SITUACIÓN DEL TURISMO EN EL PERU

El turismo beneficia a los pueblos generando riqueza y empleo en todos los sectores productivos. En el mundo se realizan mil millones de viajes al año. Al menos la tercera parte va en busca del tesoro cultural, monumental y arqueológico de la antigua humanidad, lo que se combina con recreación. Perú recibe 1 % y Arequipa está en 0.1 % de ese flujo. Sin embargo, el ingreso del país por turismo superó US \$ 3,300 millones el 2016, ¡Tres mil trescientos millones de dólares! Es fuente de ingresos vital de muchos países. México recibe treinta millones de turistas al año, España ochenta, a Francia llegan cien millones por año.

Un día adicional de permanencia de los turistas que llegan incrementaría el ingreso a los negocios en unos setenta y cinco

millones de dólares al año, solo en el departamento de Arequipa. Si atraemos un millón de los turistas que llegan a Tacna y Cusco, los ingresos subirían en cifra cercana a quinientos millones de dólares por año. Hace diez años empezaron a desviar a los turistas que vacacionaban en el Perú, una política extranjera pensada contra nuestro país, ocasionando declive en el turismo. Lo que no advierte el gobierno y se siente en los negocios. Los turistas pasaban veintiún días de vacaciones en el sur del Perú y se redujo ya a once días.¹

Los operadores chilenos controlan la venta de los paquetes a Perú y desvían el tiempo de los turistas al Salar de Uyuni y desierto de Atacama. El país del sur, sin las riquezas del Perú, tiene el doble de nuestra afluencia turística.

La estadía promedio en Cusco bajó de siete días a cuatro. En Nazca dormían una noche, ahora se quedan por el día. En Puno dormían dos noches, ahora una en Taquile, ya ni van a Pucará. Esto explica el nulo efecto de las campañas promoviendo el Norte, que sólo peruanos conozcan Ayacucho en Semana Santa y que Arequipa siga desconocida. Sepamos que el turista llega en busca de civilización ancestral, cultura viva, gastronomía, aventura y naturaleza. Requiere seguridad, comodidad, información. Se topa con lo contrario, falta de diversión y folklore casi nulo. El turista quiere saber cómo vivían los antiguos peruanos. Qué comían. Cuál era su música, cómo danzaban sus ritos mágicos y construían con piedras inmensas.

¹ Walter Bustamante cano, presidente de la Cámara de Turismo de Arequipa (2017). "Diagnóstico del Turismo", (CARETUR). Ago 26 del 2016.

El turismo en el Perú y la región es afectado por hechos como:

A. ACOSO AL TURISTA

El municipio debe respetar normas establecidas. Llamadores de agencias, buses, restaurantes y mendigos de uniforme acosan al turista en la Plaza de Armas y calles aledañas. Deben ser erradicados en cumplimiento de las normas.

HOTELES: Hay que promover el aseo en los ambientes de hoteles que muchas veces se encuentran desaseados, se debe promover la buena recepción de los turistas. Por otra parte, lamentablemente todavía no se cuentan con buenos hoteles en las provincias de los departamentos del interior del país. En el departamento de Pasco (Pasco, Oxapampa y Yanahuanca) se adolecen de una buena infraestructura hotelera. Ello hace disminuir la afluencia de turistas en la Región. Ello es condecor la Dirección de Turismo, el Municipio debe sancionar.

ENTRETENIMIENTO: se debe normar la operación de bares y discotecas, Patrimonio que ofrecen diversión en las urbes. Su prohibición genera informalidad y corrupción.

AGENCIAS DE VIAJE: poca llegada de turistas, presión demográfica, necesidad de trabajo y saturación de oferta, ocasionan baja de precios, recorte de costos y pésimo servicio al turista. Se debe prever posibles estafas a los turistas haciendo pésima la fama al país. Estos informales cobran comisión a peñas y restaurantes, hasta 50 %.

B. SE NECESITAN PLANES DE CONTINGENCIA EN LA CIUDAD Y LA REGIÓN

Lamentablemente se carece de planes de contingencia del Turismo, esta carencia es una de las razones de informalidad, ilegalidad, mal servicio, ocasionándose accidentes a los turistas. Debemos tener en cuenta que la actividad turística mejora al ser esta normada.

C. DESCONOCIMIENTO Y ABANDONO DE LAS RIQUEZAS ARQUEOLÓGICAS

Lamentablemente gran parte de los monumentos arqueológico necesitan ponerlo en valor, no se está protegiendo ni difunde el patrimonio arqueológico, de la nación, de la región y de las localidades, comprometiendo a las poblaciones involucradas en su interés. Por ejemplo, a nivel nacional se destruye Toro Muerto, se abandona Sumbay, Maucallacta y Yumina, el observatorio astronómico de Cabanaconde, similar al de Caral, está en riesgo y rompen las maquetas de piedra en Colca².

Muchos paisajes arqueológicos están invadidos por basura y desecho plástico. Parte del acondicionamiento territorial es la limpieza. Las agencias deben traer de vuelta las botellas y bolsas que llevan sus pasajeros en los tours, para reciclaje.

D. CONECTIVIDAD DEFICIENTE

Por ejemplo, a nivel del centro Turístico Son indispensables construir carreteras a hasta los sitios turísticos, de esta manera se pueden construir carreteras que conecten con los lugares donde se encuentran los monumentos.

² Walter Bustamante cano, presidente de la Cámara de Turismo de Arequipa (2017). "Diagnóstico del Turismo", (CARETUR). Ago 26 del 2016.

1.1.2. NECESITAMOS ATRAER MÁS TURISTAS Y PROLONGAR SU ESTADÍA

Perú es la Capital Gastronómica del Mundo con más de 1500 recetas, por el clima perfecto para experimentación agrícola, ganadera, y culinaria. Somos el terruño donde nace el pisco. Si en Agosto Arequipa es fiesta, música y danza armonizan energía y materia en milenarios ritos mágicos todo el año. Propiciando abundancia y fertilidad se ofrenda a Madre Tierra y Apus con chicha y despachos.

Bajo cada iglesia hay un centro energético piramidal. Arequipa, Moquegua y Tacna son territorio de la civilización Pukina que se difundió a Cusco, Puno, Ica, Ayacucho, Apurímac, Chile, Bolivia y Argentina, al menos. Arequipa es milenario centro telúrico, energético y civilizador. Los tres cañones más profundos del mundo arrancan en sus cordilleras, Colca, Cotahuasi, Apurímac, mientras el verdor pervive en los valles. Arequipa tiene el más extenso litoral del país, quinientos kilómetros de soleadas playas, caletas, buena pesca, lomas y desiertos. De Lomas de Jesús, Corío, Chapi, Tarucani y Salinas a Cayarani, Cotahuasi, Quicacha, Yauca y Atiquipa, Arequipa es antiquísimo Señorío de inmensa riqueza arqueológica con cultura ancestral viva en cada pueblo. Arequipa es milenaria y colonial. Arequipa es futuro³.

³ Walter Bustamante cano, presidente de la Cámara de Turismo de Arequipa (2017). “Diagnóstico del Turismo”, (CARETUR). Ago 26 del 2016.



Fuente: CARETUR -Cámara Regional de Turismo (2017).

Operadores turísticos “problemas y Soluciones”

1.1.3. EL TURISMO VA CAYENDO EN EL PERU Y LA REGIÓN

Entre los problemas que afectan al turismo figuran

A. LA INSEGURIDAD CIUDADANA.

Este es un problema que aqueja a la sociedad peruana y a la Región Pasco, la inseguridad ciudadana afecta realmente al turismo no solo en la capital Lima, sino también en Pasco Yanahuanca y Oxapampa. A los turistas nacionales e internacionales se les tiene garantizar seguridad ciudadana, no solo seguridad de los posibles delincuentes, sino también de algunos ciudadanos inescrupulosos que tratan de engañarlos con la venta de algunos productos (y comida) cobrándoles sumas de dinero exorbitantes.

B. FALTA DE PLANIFICACIÓN TURISTICA

Para toda actividad es importante la Planificación, de manera que para el turismo también se debe contar con la Planificación y quien tiene la responsabilidad es el MINCETUR, lamentablemente la planificación es lo que más falta en las

actividades productivas de la estructura de la economía peruana.

C. FALTA DE INFRAESTRUCTURA TURISTICA

El turismo nacional y extranjero exige una adecuada infraestructura, que consiste en buenos y mejores aeropuertos en todas las ciudades turísticas, buenos y mejores restaurantes y hospedajes, no es posible que los turistas no encuentren comodidad para hospedarse, no encuentren restaurantes con menús del día, etc. No es posible que los turistas no encuentren buenos y modernos Terrapuerto de automóviles y buses.

1.1.4. INFORMALIDAD Y FALTA DE PLANIFICACIÓN, PRINCIPALES PROBLEMAS DEL TURISMO

La informalidad y la falta de planificación son los principales problemas del turismo en la región Pasco, según concluyeron en el Seminario "Turismo: Problemática y Alternativas" organizado por la Municipalidad Provincial, en el marco del Día Mundial del Turismo.

A. ¿CUÁL ES LA SITUACIÓN DE LA INFORMALIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN PERÚ?

“La informalidad en el turismo se refleja en varios accidentes, tragedias y muertes que afectan al turismo de aventura. Hay una norma que regula estos servicios turísticos, sin embargo, quienes laboran en el sector la critican”⁴

⁴ CARETUR -Cámara Regional de Turismo (2017). Operadores turísticos “problemas y Soluciones”



Hay inseguridad para los turistas extranjeros, porque falta orientaciones explícitas en la planificación turística; por ejemplo, tenemos el caso de la turista Nathaly Salazar Ayala. La joven, de nacionalidad española, llegó a Cusco para hacer turismo, pero halló una terrible muerte, que tuvo como uno de sus protagonistas a la informalidad. Esa que todavía afecta a la región y al país. Estos acontecimientos van en desmedro del turismo en el Perú y la Región, las personas no quieren arriesgar viajes ni solos ni con la familia, piensan que lo puede ocurrir algún acontecimiento nocivo

1.1.5. EL PROBLEMA DEL TURISMO ACTUAL

El Perú, luego de pasar por un proceso de renovación, cambios políticos y sociales, crecimiento económico sostenido y de progresiva consolidación, viene sorprendiendo al mundo por el gran potencial económico con el que cuenta; y el turismo no es ajeno a esta realidad ya que su variada biodiversidad y su invaluable patrimonio cultural e histórico son los que lo destacan y lo hace un país único. El Perú posee un sinnúmero de lugares privilegiados para ser visitados, a la espera de que se pongan en valor y

desarrollar una actividad turística, sobre la base de una adecuada planificación asegurando la utilización sostenible de los recursos naturales, histórico-culturales. “El turismo en el Perú cuenta con el potencial necesario para convertirse en uno de los primordiales soportes de desarrollo sostenible de la economía nacional, por ser una fuente primordial de ingreso de divisas, debido a que cuenta con una gran variedad de circuitos turísticos, los cuales deben ser explotados al máximo de una manera responsable”⁵.

El turismo interno se cuenta con buenos indicadores, debido a que la clase media goza de un mayor poder adquisitivo y lo cual repercute considerablemente en el aumento del flujo de viajeros, motivados con fines de esparcimiento, ocio, y negocios en el país. A la vez que estos desplazamientos internos generan desarrollo económico, cultivan el orgullo por nuestra tierra y refuerza la identidad nacional. Con la llegada de turistas a los distintos atractivos turísticos con los que cuenta el Perú, se impulsan una variedad de servicios que se necesitan para hacer viable la actividad, tales como transporte, hospedajes, restaurantes, agencias de turismo, etc.

Para lograr a ser considerado como un excelente centro de atracción turística, no solo se trata de contar con buenos atractivos, sino que también se debe ofrecer un servicio eficiente que colme las expectativas de los turistas. A nivel internacional la competencia es fuerte, ya que al igual que el Perú, también cuentan con

⁵ Luis Alberto Pasco López (2016). La informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash. TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE: Maestro en Gestión Pública

atractivos y servicios turísticos e incluso este último en muchos casos **mejor planificados**.

La industria turística hoy enfrenta muchos problemas que repercuten en su desarrollo. El turismo es un sector de la economía que, últimamente ha experimentado un desarrollo considerable y sostenible, con grandes índices de crecimiento, superando a otros sectores de la economía con desarrollo tradicional, y que le ha permitido cobrar mayor auge en la economía mundial. Para que el desarrollo del turismo sea integral, depende mucho del servicio que brinden los prestadores de servicios turísticos, llámese hoteles, agencias de viajes, restaurantes, entre otros.

En el contexto tanto nacional como a nivel regional, la realidad y los estudios evidencian un **elevado porcentaje de informalidad** en el sector (más del 50%) El vertiginoso crecimiento económico del turismo a nivel mundial tiene buenas perspectivas. Para afianzar, el turismo interno se cuenta con buenos indicadores, debido a que la clase media goza de un mayor poder adquisitivo y lo cual repercute considerablemente en el aumento del flujo de viajeros, motivados con fines de esparcimiento, ocio, y negocios en el país. A la vez que estos desplazamientos internos generan desarrollo económico, cultivan el orgullo por nuestra tierra y refuerza la identidad nacional. Con la llegada de turistas a los distintos atractivos turísticos con los que cuenta el Perú, se impulsan una variedad de servicios que se necesitan para hacer viable la actividad, tales como transporte, hospedajes, restaurantes, agencias de turismo, etc. Para lograr a ser considerado como un excelente centro de atracción turística, no solo se trata de contar con buenos atractivos, sino que también se

debe ofrecer un servicio eficiente que colme las expectativas de los turistas.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. DELIMITACIÓN DE TIEMPO

Las investigaciones no tienen generalmente periodos muy amplios, debido a que no se puede analizar los datos de periodos muy amplios tampoco se puede analizar datos de periodos muy cortos, por este motivo se ha tomado un periodo del 2010 al 2018.

1.2.2. DELIMITACIÓN SOCIAL

Socialmente la investigación comprende la sociedad de las provincias de la Provincia de Pasco, Oxapampa y Yanahuanca, ello debido a que los turistas llegan a esas poblaciones y que de una u otra manera son beneficiarias y están comprometidas a tratar bien a nuestros visitantes.

1.2.3. DELIMITACIÓN GEOGRAFICA

La delimitación de la presente investigación es regional o departamental por lo que, ello debido a que el sector turístico es una actividad relativamente corta, por lo que se ha necesitado ampliar el territorio de la investigación: Pasco, Oxapampa y Yanahuamca.



1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA PRINCIPAL

PG: De qué manera la planificación estratégica en el turismo, las inversiones, privadas y públicas, la falta de educación turística, ocasionan la informalidad en el turismo nacional y regional.

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

PE₁: ¿De qué manera la mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciando mayor captación de divisas?

PE₂: ¿De qué manera la falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa.

HE₃: ¿Como la falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco?

1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

OG: Describir y explicar cómo la planificación estratégica en el turismo, las inversiones, privadas y públicas, la falta de educación turística, ocasionan la informalidad en el turismo nacional y regional.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

OE₁: Describir y explicar que la mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciando mayor captación de divisas

OE₂: analizar y explicar de qué manera la falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa

OE₂: ¿Analizar y explicar cómo la falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco?

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestra investigación se justifica por que aporta teorías, aspectos prácticos y por qué la investigación sirve como manual de información académica y practica a estudiantes y a funcionarios de los gobiernos subnacionales.

Nuestra investigación tiene importancia teórica por que estudia y analiza aspectos cuantitativos y cualitativos a cerca del turismo; como sabemos el turismo es un sector productivo de categorías jóvenes, pero es una actividad que da empleo y rinde grandes réditos pecuarios al sector privado y al sector público.

El turismo es una actividad económica que ha experimentado un fuerte crecimiento mundial, contribuyendo al bienestar de muchas regiones y países. A pesar de ello, la sistematización del objeto de estudio desde los principios del análisis económico es relativamente reciente, debido a las dificultades encontradas en la definición de los conceptos. Las áreas que

más atención han recibido en la literatura han sido la modelización de la demanda y la estimación de los impactos macroeconómicos de la expansión turística. Otras áreas que presentan un incipiente desarrollo son el análisis coste-beneficio de las políticas turísticas, el estudio de la organización industrial, y la evaluación de las interacciones con el medio ambiente. La maximización del bienestar colectivo del desarrollo turístico requiere la consideración del valor de las externalidades en las decisiones de inversión. Las características de la industria sugieren la necesidad de intervenir en el sistema a través de políticas impositivas y de regulación que garanticen el funcionamiento de los mercados de acuerdo al criterio de optimalidad social.

Nuestra Investigación también tiene aspectos prácticos, ello debido a que lo estamos viviendo en la realidad, así tenemos el Turismo en la provincia de Oxapampa, donde concurren muchos turistas nacionales, regionales e internacionales todos los meses del año; A la provincia de Pasco también vienen algunos turistas, sobre todo regionales, Lamentablemente es el problema de la altura la que hace mermar la afluencia de turista; lo mismo sucede con la provincia de Daniel Alcides Carrión, donde los turistas son mayormente regionales. Sin embargo, la vivencia turística tiene una connotación de lento desarrollo, con gran diferencia entre una y otras provincias de la misma región.

Nuestro trabajo también es importante porque mantiene a la población informada del desarrollo de la actividad turística, y a ser conscientes que nuestro deber como ciudadanos es ser condescendientes con los turistas, tratarles con mucha educación y tratarles bien como para que otra vez regresen.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Todo trabajo de investigación tiene ciertas limitaciones en su elaboración, así tenemos por ejemplo que no es fácil obtener datos actualizados provenientes de las mismas instituciones públicas o privadas. Por otra parte hay mucha escasez de bibliografía especializada y actualizada, se nota claramente que no existen trabajos serios de investigación, donde nuestra investigación base su teoría. Ello ha traído como consecuencia que haya difícil la obtención de información cuantitativa y cualitativa.

Otra limitación es la ejecución de las encuestas, (para la obtención de datos de primera mano), pues se suele sufrir al realizarlas, no es fácil acercarse a las personas, y hacerlas las preguntas, pues muchas simplemente no quieren contestarlas. Sin embargo, los encuestadores hacen esfuerzos en realizarlas empleando el método de la conversación y la entrevista personal.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO

2.1.1. GINÉS DE RUS CARMELO LEÓN (1997). ECONOMÍA DEL TURISMO, UN PANORAMA. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

“El turismo es una actividad económica que ha experimentado un fuerte crecimiento mundial, contribuyendo al bienestar de muchas regiones y países. A pesar de ello, la sistematización del objeto de estudio desde los principios del análisis económico es relativamente reciente, debido a las dificultades encontradas en la definición de los conceptos. En este trabajo se presentan los fundamentos de la economía del turismo, señalándose un conjunto de características que diferencian a la industria turística del resto de actividades económicas. Las áreas que más atención han recibido en la literatura han sido la modelización de la demanda y la estimación

de los impactos macroeconómicos de la expansión turística. Otras áreas que presentan un incipiente desarrollo son el análisis coste-beneficio de las políticas turísticas, el estudio de la organización industrial, y la evaluación de las interacciones con el medio ambiente. La maximización del bienestar colectivo del desarrollo turístico requiere la consideración del valor de las externalidades en las decisiones de inversión. Las características de la industria sugieren la necesidad de intervenir en el sistema a través de políticas impositivas y de regulación que garanticen el funcionamiento de los mercados de acuerdo al criterio de optimalidad social. Palabras clave: turismo, coste-beneficio, multiplicadores, demanda, medio ambiente”.

2.1.2. Renzo Ramos Pizá, Lic. en Administración en Turismo. (2015).

“El Turismo como instrumento para el crecimiento económico del Perú” manifiesta acerca del turismo lo siguiente:

“El turismo es uno de los sectores de mayor importancia y con mayor potencial hacia el futuro, su fortaleza se ha visto respaldada por un crecimiento continuo de 9,6% promedio anual durante los últimos 10 años. Para el año 2014, 3,8 millones de turistas llegaron al Perú, los cuales dejaron ingresos por USD 3,900 millones...El turismo en consecuencia es la primera actividad económica no tradicional generadora de divisas y la cuarta a nivel general después de la minería, el petróleo, la pesca y el agropecuario, aportando 3,64% al PBI nacional. Este sector genera más de un millón de empleos a lo largo del territorio y ha permitido la llegada de inversiones privadas de diversas partes del mundo, siendo así uno de los ejes dinamizadores de nuestra economía”.

2.1.3. Luis Alberto Pasco López, (2016). En su tesis “LA INFORMALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN HUARAZ - ANCASH, 2016”, de la universidad César Vallejo, dice en su resumen:

“El propósito principal de la presente investigación fue establecer la relación existente entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con la demanda turística en la ciudad de Huaraz. Metodológicamente, la investigación fue de tipo básica, de diseño no experimental, transversal de nivel correlacional, ya que se estableció la relación entre las variables en un periodo de tiempo determinado. La población censal fue de 40 funcionarios que laboran en los entes promotores del turismo en la ciudad de Huaraz. Para la compilación de información se utilizó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario tipo escala Likert de 25 ítems por variable. El procesamiento estadístico descriptivo se realizó mediante el programa Excel y la inferencial con el programa estadístico SPSS 22. Los resultados obtenidos con la investigación evidenciaron que existe relación directa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en la ciudad de Huaraz; habiéndose encontrado un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,352 lo cual implica que existe una relación entre las variables”

2.2. BASES TEÓRICAS – CIENTÍFICAS

2.2.1. ECONOMIA DEL TURISMO

Desde antes de haberse dicho que el turismo surge de la necesidad de viajar y ocupar el tiempo de ocio y de vacaciones, englobando un conjunto de actividades económicas que tienen como finalidad principal la satisfacción de los consumidores o turistas. Se trata de una actividad que ha experimentado un fuerte crecimiento mundial. Por otro lado, el turismo también supone el 10% del comercio mundial entre países. La definición más aceptada del consumidor se debe a la Organización Mundial de Turismo, según la cual se considera turista a toda persona que viaja más de 24 horas, o al menos una noche, fuera de su lugar de residencia habitual.

Desde el lado de la oferta, se sostiene que la actividad económica turística comprende el conjunto de iniciativas empresariales que suministran los bienes y servicios consumidos por los turistas. Sin embargo, la definición del turismo como actividad económica ha de recoger otros elementos de impacto que a veces no quedan reflejados en las aproximaciones más convencionales. Una definición que refleja el carácter polifacético del concepto es que “el turismo es el estudio del hombre lejos de su hábitat, de la industria que satisface sus necesidades, y de los impactos del hombre y la industria sobre el entorno sociocultural de los residentes, sobre su economía y el medio ambiente”⁶.

⁶ GINÉS DE RUS CARMELO LEÓN (2000). ECONOMÍA DEL TURISMO. UN PANORAMA Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.

El proceso de producción de servicios turísticos es similar al de otros procesos productivos de la economía. A través de la combinación de tierra, trabajo y capital se obtienen bienes y servicios demandados para satisfacer necesidades de ocio y negocio que requieren desplazarse fuera del lugar habitual de residencia. Por otro lado, la actividad económica turística se desenvuelve en un mercado internacional muy competitivo, globalizado como consecuencia de los avances tecnológicos y el abaratamiento de los medios de transporte. Podría pensarse que esta estructura de mercado competitiva resuelve sin intervención la determinación de precios y cantidades; sin embargo, las características del turismo como actividad económica desaconsejan la identificación de equilibrio de mercado con óptimo social.

Desde el punto de vista económico, el turismo presenta un conjunto de características que lo diferencian de otras actividades productivas y que obligan a una reflexión más profunda en el contexto de una economía internacionalmente competitiva, tal como lo planteó GINÉS DE RUS CARMELO LEÓN (2000):

1. Disonancia entre los objetivos del consumidor y los objetivos de las empresas de las diversas actividades turísticas. El turista persigue como objetivo principal la satisfacción del viaje y de todos los servicios recibidos durante la estancia, tratando de obtener una experiencia global. Sin embargo, los oferentes individuales se centran en la demanda de los servicios proporcionados por su actividad particular -alojamiento,

restauración, etc. y no en la contribución colectiva a la satisfacción del turista.

2. Carácter mixto del producto ofrecido. La oferta de un producto turístico comprende generalmente diversos servicios privados (alojativos, de ocio, etc.), infraestructuras públicas y recursos naturales. La tierra como factor de producción hay que entenderlo aquí como el uso del suelo, clima, paisaje, aire, agua, etc. El carácter mixto del producto ofrecido recuerda que no son sólo los establecimientos hoteleros y de ocio los que integran la oferta turística, sino una cesta de bienes y servicios que tiene como componentes imprescindibles recursos naturales renovables y no renovables, así como un conjunto de infraestructuras públicas esenciales.

3. Capacidad fija, altos costes fijos y no-almacenamiento. Estas tres características configuran una actividad económica con costes marginales bajos en los períodos de demanda débil, con consecuencias sobre los precios que determinan la composición de los visitantes y sus efectos sobre el ingreso medio y los impactos que generan. La dependencia de los operadores de viajes y el temor por asegurarse una contratación que cubra al menos los costes variables posibilita un descenso de los precios cuyos efectos trascienden la mera negociación privada entre empresarios turísticos y grandes operadores de viajes.

4. Exportación con desplazamiento del consumidor. Las exportaciones de servicios turísticos suponen el desplazamiento del consumidor al lugar de producción. Este hecho implica la

interacción de oferentes y demandantes en un modo que hace, por ejemplo, que la seguridad y la estabilidad social y política sean condiciones necesarias para que se produzca la exportación. La presencia física de los consumidores supone también un impacto sobre el medio físico y sobre los residentes.

5. Externalidades. En el turismo se producen efectos externos de distinto signo que no quedan internalizados en las transacciones privadas pero que pueden alterar sustancialmente el balance social de la industria. La congestión de espacios naturales asociada a la actividad turística y el desarraigo cultural son ejemplos de externalidades negativas. La creación de infraestructuras de red más extensas y modernas gracias a la afluencia de turistas y la apertura cultural son ejemplos de externalidades positivas.

2.2.2 MODELIZACIÓN DE LA DEMANDA

El estudio de la demanda es una de las áreas de investigación que más esfuerzos ha concentrado en la economía del turismo. La relevancia del estudio de la demanda se debe al papel fundamental que tiene el conocimiento de los flujos turísticos para la adopción de decisiones empresariales y de política industrial. Tanto la planificación de las infraestructuras necesarias para el desarrollo de la industria como las estrategias empresariales, están condicionadas por la evolución del volumen de negocios en la industria. En este sentido, el conocimiento de la demanda sirve para la elección del nivel óptimo de capacidad productiva teniendo en cuenta las intermitencias de la demanda, así como para la formulación de políticas que intenten adecuar las características de

la oferta a lo demandado por los consumidores. En términos generales, se encuentran cuatro clases generales de modelos de demanda turística, estas son:

A. MODELOS UNIECUACIONALES AGREGADOS

Estos modelos de la demanda turística tienen una larga tradición, encontrándose los primeros ejemplos en los años sesenta. Esta modelización no ha cambiado sustancialmente desde los primeros estudios, y se caracteriza por concentrarse en las relaciones origen-destino de los mercados turísticos haciendo uso de una sola ecuación de demanda. Por tanto, la formulación del modelo se abstrae de los problemas de interdependencias entre bienes de consumo y destinos turísticos en las decisiones de consumo individuales. Por otro lado, los modelos suelen estimarse econométricamente con datos agregados por países o mercados. La especificación de las variables difiere según la disponibilidad de datos y los objetivos de la investigación.

El soporte teórico de los modelos es la consideración de un consumidor representativo de un mercado "j" (u origen) cuya función de utilidad se especifica $U_j(V_j, X_j)$

donde V , es un vector del número de viajes realizados a una colección de destinos turísticos $V_j = V_{jt}, \dots, V_{jn}$, y X_j es un bien compuesto del resto de otros bienes de consumo.

En cuanto a las variables independientes, se consideran las siguientes:

1. El precio del destino. Este precio se especifica normalmente como el índice de precios al consumo debido a la dificultad para encontrar series estadísticas de precios turísticos. La utilización del índice de precios al consumo no produce resultados significativamente diferentes del empleo de un índice de precios de servicios turísticos. Se sabe que ambas variables se encuentran muy correlacionadas.

2. El precio de los destinos sustitutivos y/o complementarios: Este precio se suele definir en forma de índice, como una media ponderada de los precios de los otros destinos que compiten por el mismo mercado del destino considerado. Las ponderaciones se definen por las cuotas de mercado de los destinos alternativos en el mercado de origen.

3. El coste del transporte origen-destino: Este coste se especifica para cada modo de transporte (aéreo, terrestre, y marítimo) relevante para el destino en cuestión. También se puede construir un índice de coste de transporte a los destinos para cada modo, con ponderaciones similares a las utilizadas para el nivel de precios de destinos sustitutivos.

4. La renta nacional del mercado de origen: Para esta variable se utiliza la renta disponible de las familias, o el producto interior bruto, expresados en términos per cápita. Por lo general, estas variables no son intercambiables, pues la diferencia de los efectos puede ser importante, dependiendo de la evolución de la política fiscal en los países de origen. El PIB se suele tomar como una variable aproximativa, en los casos en

los que no hay datos disponibles para la variable que define el poder adquisitivo de las familias.

5. La publicidad (o gasto de promoción) y el cambio en las preferencias: La inclusión de la promoción en los modelos depende de la disponibilidad de datos. La modelización debe tener en cuenta el efecto retardado del gasto en publicidad debido a la extensión de su influencia en el tiempo. Los cambios de carácter general en las preferencias de los consumidores en el tiempo se suelen modelizar con la inclusión de una tendencia temporal. Sin embargo, el parámetro tendencia también puede reflejar otros cambios sistemáticos en la variable dependiente ocasionados en el período temporal analizado, que no han sido recogidos por el resto de variables explicativas.

B. MODELOS DE ELECCIÓN DISCRETA

Los modelos de elección discreta tratan de incorporar la elección entre destinos turísticos alternativos que presentan características diferenciadas. Esta es una decisión previa a la decisión del gasto en bienes y servicios turísticos, y también a la decisión del número de viajes a realizar a los destinos. Una característica común de esta formulación es la consideración de la restricción de tiempo en el conjunto de elección del consumidor.

C. SISTEMAS DE DEMANDA O GASTO TURÍSTICO

Los sistemas de demanda turística modelizan el problema del consumidor enfrentado a la decisión de elegir entre un conjunto de bienes y servicios de mercado. De este modo, los sistemas reflejan la interacción existente entre la demanda de bienes

sustitutivos y/o complementarios que forman parte del conjunto de elección del consumidor. La formulación de sistemas de ecuaciones simultáneas persigue evitar los sesgos surgidos en los modelos uniecuacionales al considerar las decisiones de consumo de los servicios turísticos como aisladas del resto de los bienes de consumo. Los sistemas de demanda pueden derivarse a partir de la teoría de la dualidad aportando una mayor consistencia con los fundamentos teóricos del comportamiento del consumidor.

D. MODELOS DE PREDICCIÓN

La predicción de la demanda turística es uno de los objetivos fundamentales del estudio empírico de los flujos turísticos y del comportamiento de los consumidores. Se encuentran diferentes modelos orientados a la predicción de las variables de interés en la demanda, bien sea el flujo de ingresos turísticos, el número de visitantes, o la estancia media. Los modelos son los siguientes i) modelos *ad hoc*, ii) modelos econométricos, iii) modelos de tendencia, iv) modelos de curvas de difusión, v) modelos de series temporales, vi) técnicas cualitativas, y vii) modelos gravitacionales.

Los modelos econométricos y los modelos de series temporales multivariantes están basados en las relaciones causales derivadas de los principios teóricos. Sin embargo, los errores de especificación y de medición de los datos pueden limitar la capacidad de predicción de los modelos basados en la teoría, produciendo resultados comparables con otros modelos que requieren menos esfuerzos y son menos costosos.

2.2.3. TURISMO Y BIENESTAR ECONÓMICO

El aumento de la demanda turística experimentado en las últimas décadas ha llevado a cuestionarse, tanto desde el punto de vista teórico como empírico, el alcance de la aportación que el crecimiento de la industria realiza en su conjunto al bienestar económico de las sociedades. Es claro que la evolución de una economía hacia una estructura en la que el turismo tenga un papel relevante tiene costes y beneficios, algunos de los cuales son susceptibles de expresarse en términos económicos. El significado de los efectos en la producción, el empleo, la balanza de pagos, y la renta disponible es notable si se considera el papel que tienen en la elevación del nivel de vida y en el desarrollo económico de las regiones. Sin embargo, la expansión turística también conlleva efectos adversos en el medio ambiente, efectos de congestión, e impactos sociales y culturales relevantes. Es por ello que la intervención de las autoridades es necesaria para maximizar el bienestar colectivo y corregir los efectos negativos del crecimiento turístico.

A. ANÁLISIS COSTE-BENEFICIO DEL TURISMO

El turismo representa para el país receptor una fuente de crecimiento económico y de creación de empleo, además de aumentar las posibilidades de intercambio social y cultural. La entrada de ingresos turísticos y sus efectos multiplicadores suponen un aumento del potencial económico del país receptor, que también puede ver mejorado el saldo de su balanza de pagos, y tener acceso a una mayor variedad de bienes y servicios disponibles para el consumo local. Desde la

perspectiva del análisis coste-beneficio, el turismo también tiene costes sociales que han de restarse de los beneficios con el fin de poder plantearse si estamos ante una actividad socialmente deseable. Entre los posibles efectos negativos del turismo

B. MODELIZACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO

Desde el ámbito del análisis económico, los impactos sobre la producción y el empleo se han modelizado mediante dos instrumentos de análisis fundamentales: los modelos de multiplicadores keynesianos y los modelos input-output⁷. Aunque existen algunas diferencias de aproximación entre ambas modelizaciones, éstas comparten supuestos de partida, persiguiendo objetivos y conceptos en principio muy similares, que tienen que ver con el objetivo de estimar los efectos del turismo en las variables económicas fundamentales. Si comparamos ambos instrumentos a nivel agregado, encontramos que no se producen diferencias significativas. El incremento de la demanda turística supone una inyección de gasto en el sistema económico, cuyos efectos no se limitan a la industria turística, sino que se extienden a través de la estructura sectorial de actividades productivas y de consumo. El concepto de multiplicador keynesiano relaciona la inyección inicial de gasto con los efectos finales que se generan en la economía. La base teórica está en el modelo keynesiano de demanda

⁷ Input es todo aquel factor (materias primas, o energía) que interviene en la producción de un bien o un servicio (Output). El Output es el bien o servicio que ha sido obtenido tras un proceso productivo en el que han intervenido una serie de factores o Inputs

agregada con oferta infinitamente elástica, o sea, sin restricciones de capacidad, considerando el gasto turístico como un componente exógeno de la demanda agregada. Un aumento de los ingresos por turismo.

2.2.4. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2018) “MEDICIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO”

El aporte del PBI turístico ha aumentado del 3.6% en el 2011, a 3.9% en el año 2015. Es decir, el PIB turístico representa el 3.9% del PIB total del país. El aporte del consumo turístico interior al PBI Total ha aumentado del 2011 al 2015 de 6,4% a 6,9%; es decir, el consumo turístico interior representa 6.9% del gasto total de la economía.

El gasto turístico interno representa 62% del consumo turístico interior. ...Y el gasto receptivo representa el 31%. Por otra parte, en comparación con las exportaciones no tradicionales el turismo receptivo es el segundo sector que aporta divisas al país. El gasto turístico interno ascendió a S/ 26 mil millones en el 2015. El ingreso de divisas por turismo asciende a US\$ 4 151 millones, significando un incremento de 47,5% entre el 2011 y el 2015.

2.2.5. CAMARA NACIONAL DE TURISMO DEL PERU (CANATUR).

A pesar de los problemas y retos que enfrenta, el sector turismo sigue siendo una de las principales actividades económicas del Perú y de mayor generación de puestos de trabajo a nivel nacional. Hoy, en el Día Mundial del Turismo, vale recordar el impacto de esta industria en la economía peruana y su potencial como motor de desarrollo de cara al 2021, año del Bicentenario.

Actualmente, “el turismo se constituye como la tercera fuente generadora de divisas para el país y es uno de los sectores de mayor crecimiento en los últimos cinco años, habiendo registrado un incremento promedio anual de 7,4% en la llegada de turistas internacionales y un 4,22% en el turismo interno. Hoy el sector turismo emplea al 7,4% de la Población Económicamente Activa (PEA)”⁸.

2.2.6. EL TURISMO SE PERFILA A SER LA SEGUNDA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL PERÚ

La meta del Mincetur fue llegar a los cuatro millones de turistas en el 2015, y para el año 2018 cinco millones de turistas. El turismo apunta a ser la segunda actividad económica del país, desplazando a la pesquería y a la agricultura. El turismo en nuestro país está destinado a convertirse en la segunda actividad económica generadora de dinero fresco después de la minería, gracias a los atractivos naturales y culturales con los que ha sido bendecida nuestra Nación. Para la Cámara Nacional de Turismo, el trabajo de la actividad privada en esta materia fue intenso en el 2014 y más intenso fue para los siguientes años. No afectaron mucho los vaivenes de la economía internacional o eventos como el Mundial de Fútbol.

Para Jorge Jochamowitz, presidente de la Cámara Nacional de Turismo, si en el 2015 se superan los cuatro mil millones de dólares en ingresos, entonces el turismo será la segunda industria dejando atrás a la pesquería y a la agricultura.

⁸ Cámara Nacional de Turismo del Perú (2016) NACIONAL DE TURISMO DEL PERU (CANATUR).

2.2.7. QUE ES UN PRODUCTO TURISTICO

Producto turístico es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El **producto turístico** es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan.

Se distinguen dos niveles:

1. **Producto turístico global o integral:** está formado por los atractivos de la zona, sus infraestructuras, etc. Una de las características fundamentales de este producto es que debido a su complejidad no existe un único responsable, pues están implicados tanto el sector público como el privado.
2. **Producto turístico a nivel empresarial:** es el conjunto de componentes ofrecido por las distintas empresas turísticas a sus clientes.

El producto turístico se entiende como una **promesa de uso y disfrute de la oferta turística**, adaptada a las experiencias que buscan los clientes, ya que el consumo del producto no es inmediato, tiene lugar más tarde, cuando el cliente inicia sus vacaciones y se desplaza hasta el destino turístico para conocer lo que ha comprado y hacer uso de ello.

Es un conjunto de **componentes tangibles e intangibles** que incluyen: Recursos y atractivos + Equipamientos e infraestructuras + Servicios + Actividades recreativas +

Imágenes y valores simbólicos que ofrecen **beneficios** capaces de atraer a grupos determinados de consumidores porque satisfacen las **motivaciones y expectativas** relacionadas con su tiempo libre.

LOS ELEMENTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO SON:

- a. **Recursos turísticos** del destino turístico
- b. **Servicios y equipamientos** turísticos
- c. **Accesibilidad:** es el desplazamiento del turista hacia el lugar que ha elegido y las condiciones de movilidad dentro de él, que incluye los siguientes aspectos: costo, comodidad y rapidez, los medios de transportes disponibles y confortables.

2.2.8. MINCETUR CUENTA CON S/ 2.5 MILLONES PARA FINANCIAR EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

El gobierno ha creado un fondo de hasta 2.5 millones de soles para programas Turismo “Emprende”, este fondo es “para todos aquellos emprendedores que tengan en mente una idea de negocio turístico”⁹.

Los interesados podrán participar bajo dos modalidades. La primera, denominada ‘Emprendiendo mi negocio turístico’, está dirigida a ideas de negocio. Mientras que la segunda modalidad, ‘Haciendo crecer mi negocio turístico’, tiene como objetivo apoyar a negocios en etapa de crecimiento, manifestó el ministro. Según el Mincetur, los financiamientos disponibles en esta tercera

⁹ Anunció el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Edgar Vásquez

convocatoria oscilan entre S/ 30 mil y S/ 60 mil para la primera modalidad, y más de S/ 60 mil hasta S/ 150 mil para la segunda.



Cabe resaltar, que además del financiamiento, los beneficiarios recibirán un acompañamiento integral, ya sea a través de una incubadora o aceleradora de negocios especializada. Es importante mencionar que el Mincetur ha financiado, en las dos primeras convocatorias del concurso a 61 emprendedores de 15 regiones. Con esta política se quiere que más emprendedores se sumen a nuestros esfuerzos por mejorar la calidad de la oferta turística.

A. ¿A QUIÉNES SE LES OTORGARÁ LOS FINANCIAMIENTOS?

Según dice el ministro que a los emprendedores no solo se les otorgará el financiamiento, sino que tendrán acompañamiento en la ejecución de sus planes de negocio. Estas pueden ser, por ejemplo, ideas innovadoras como la pesca recreativa, observación astronómica, hospedaje rural enológico, propuestas de gastronomía especializada, entre otros.

Se ha indagado que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo tiene claro objetivo de trabajar en la formalización y competitividad del turismo, pues al incorporar a las

microempresas a la cadena de valor turística formal con programas como “Turismo Emprende”, se generará desarrollo económico inclusivo, sostenible y descentralizado.

2.2.9. COMPORTAMIENTO DEL SECTOR TURISMO

Como sabemos en el Perú, “...el turismo ha mantenido un crecimiento continuo durante la última década, presentando un crecimiento promedio de 8.2%, convirtiéndose en un motor de desarrollo social y económico capaz de contribuir a la inclusión social y la reducción de la pobreza, con un aporte de 3,9% respecto al PBI nacional, habiendo generado aproximadamente 1,3 millones de empleos directos e indirectos en el 2015 , valor que representa el 7,4% de la Población Económicamente Activa (PEA) nacional. Asimismo, en el reporte del TPCI 2015 , el Perú ha escalado hasta la posición 58 en el ranking mundial, subiendo 15 posiciones en relación al reporte del 2013”¹⁰. Nosotras consideramos que esta mejora en la posición ocupada se ha logrado como resultado de la implementación de políticas públicas de largo plazo establecidas en el Plan Estratégico Nacional del Turismo - PENTUR, a pesar que el Plan estratégico a nivel nacional no se implementa como debería de ser.

“En ese marco, el Mincetur, inmerso en un proceso de mejora ha actualizado el PENTUR al 2025, el cual propone una nueva visión para el Sector Turismo, que plantea desafíos en torno al alcance de un posicionamiento del Perú como un destino turístico sostenible y competitivo, para lo cual considera el mejoramiento de las

¹⁰ MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERIODO (2016). Informe de Transferencia de Gestión Resolución de Contraloría N°088-2016-CG

condiciones de los productos y destinos turísticos y la diversificación de la oferta mediante la generación de nuevos productos y destinos turísticos en el ámbito nacional” (Mincetur 2016).

En esa visión, se vienen ejecutando proyectos de inversión pública de gran envergadura que permitirán articular el desarrollo integral de un macrorregión a partir de la intervención del sector turismo, como el sistema de Telecabinas de Kuélap, en Amazonas, y el proyecto “Acondicionamiento Turístico de la Laguna de Yarinacocha” en Ucayali, (Mincetur 2016).

En efecto se vienen realizando inversiones públicas en algunos lugares del país, pero en nuestra Región Pasco, poco se hace, seguramente a falta de gestión por parte de nuestras autoridades locales. No solo se vienen realizando inversiones públicas sino también desde el lado de la inversión privada, las principales cadenas hoteleras y marcas internacionales tienen proyectada una inversión de US\$ 1 141 millones en infraestructura hotelera a lo largo del país entre los años 2017 y 2021, que involucrará a 62 nuevos establecimientos de hospedaje con más de 8 200 habitaciones que se sumarán a la oferta existente.

**CUADRO N°2.1
TURISTAS INTERNACIONALES Y DIVISAS OBTENIDAS**

AÑO	N° TURISTAS INTERNAC.	% DE TURISTAS	DIVISAS EN US\$	% DE DIVISAS
2010	2267 000	-.-	2475 000	-.-
2011	2598 000	14.6	2814 000	13.7
2012	2846 000	9.5	3073 000	9.2
2013	3164 000	11.2	3925 000	27.7
2014	3215 000	1.6	3940 000	0.4
2015	3456 000	7.5	4151 000	5.3
2016	3668 000	6.1	4364 000	5.1
2017	4032 000	9.9	4589 000	5.2
2018	4419 000	9.6	4889 000	6.5

FUENTE: BCRP - MINCETUR ELABORACIÓN:

MINCETUR/SG/OGPPD

Este incremento de turistas se explica por las estrategias y acciones implementadas por el Sector, enfocadas a brindar al visitante una oferta turística diversificada y consolidada, para lo cual se implementaron de productos turísticos¹¹; asimismo, se ha culminado la ejecución de 49 proyectos de infraestructura turística, a través de Plan Copesco¹² Nacional. Finalmente se desarrollaron políticas orientadas al fomento de la calidad de productos y servicios turísticos, mediante la implementación del Plan Nacional de Calidad Turística - CALTUR, el Programa de mejora de sistema de gestión de empresas de servicios turístico – MGE y el Sello de Calidad Turística Perú. El turismo como generador de divisas En el Perú, el ingreso de divisas generadas por el turismo receptivo, ha presentado un comportamiento positivo durante los últimos años, con un ingreso total de US\$ 17 871 millones para el periodo (2011-2015). En el

¹¹ **Productos turísticos son un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen: Recursos y atractivos + Equipamientos e infraestructuras + Servicios + Actividades recreativas + Imágenes y valores simbólicos que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores.**

¹² **CAPECO (Cámara Peruana de la Construcción) somos una asociación civil sin fines de lucro, de carácter gremial. Agrupamos y representamos a las empresas que se desenvuelven en la actividad constructora en el Perú.**

2015, el ingreso de divisas ascendió a US\$ 4 151 millones, +6,2% respecto al año 2014.

2.2.10. LAS BONDADES DEL TURISMO EN LA REGION PASCO

A. LA CIUDAD DE YANAHUANCA

Capital de la provincia de Daniel Alcides Carrión. Rodeada de un hermoso paisaje y bosque alto andino, así como de importantes comunidades tradicionales que se dedican a la agricultura y a la pequeña ganadería. Se puede visitar su plaza, iglesia, puente colonial y desde aquí se parte a los diferentes lugares turísticos de la provincia.

1. COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE ASTOBAMBA Y HUARAUTAMBO.

El complejo arqueológico abarca dos periodos: en su primer periodo posee restos arqueológicos de la cultura Yarush; en el segundo, de la cultura Inca.

2. AGUAS TERMALES DE TAMBOCHACA

Ubicada a 5km de la ciudad de Yanahuanca. Sus aguas son de color amarillo y su temperatura llega entre los 70° y 80° C compuesto de sulfato, potasio, calcio, fósforo entre otros minerales con fines curativos. Cuenta con una piscina, pozas individuales, vestidores y servicios higiénicos.

3. AGUAS TERMALES DE VILLO

Ubicada a 5km de la ciudad de Yanahuanca a izquierda del río Chaupihuaranga. Sus aguas son de color verdoso con una temperatura entre los 60° y 70°C con fines curativos. Cuenta con una piscina, pozas individuales, vestidores y servicios higiénicos.

4. AGUAS TERMALES DE "RABI"

Ubicada a 18 km. de la ciudad de Yanahuanca. Sus aguas son de color transparente con una temperatura de 60°C con fines curativos. Cuenta con una piscina, pozas individuales, vestidores y servicios higiénicos.

5. SITIO ARQUEOLÓGICO GOÑICUTAC

Ubicada a 7 km de la ciudad de Yanahuanca en el cerro Matagaga. Se puede visitar las unidades habitacionales simples, complejos de 3 pisos con un mirador, plazuelas, calles, entierros funerarios, almacenes, sistemas de caminos, sistemas de agua y los recintos religiosos.

6. RESTOS ARQUEOLÓGICOS DE ICHUGÁN

Se encuentra en el Centro Poblado de Chipi pata a 3600 m.s.n.m. Dentro de los restos arqueológicos se puede observar un conjunto de viviendas circulares y rectangulares de 5 a 7 metros de longitud. Existen restos de muros de contención en los alrededores del espacio urbanístico. Se encuentra también, un mirador natural desde el cual se puede observar la majestuosidad del río Chaupihuaranga y la quebrada del mismo nombre.

7. RESTOS ARQUEOLÓGICOS DE GORISH

Ubicado a 16 km. de la ciudad de Yanahuanca en el distrito de Vilcabamba. Es posible observar plazas, chullpas, collpas, y algunas viviendas, éstas últimas de hasta 2 m de altura y 3 m de diámetro. Asimismo, se aprecia un sistema de camino de graderías con pronunciados pasadizos que conduce a varios caminos, a unidades de viviendas familiares centros de

enjuiciamiento y castigo popular; conjunto de andenerías en terrazas.

8. RESTOS ARQUEOLÓGICOS DE CHUMBINILCA

Ubicado a 14 km de Yanahuanca en el distrito de Tápuc. Es un núcleo de la quebrada Chupihuaranga, lugar de vigilancia de los guerreros Yaros, en la época pre-inca. Desde este lugar se visualiza los poblados de Tapuc, Rocco, Huaylasjirca, Chipipata, Yanahuanca, Yanacocha, Pillao, Chaupimarca, Michivilca, Yacán, Paucar, Vilcabamba, Mito, Chacayán, Chango, Goyllarisquizga.

9. LOCALIDAD DE CHINCHE

Entre sus atractivos turísticos se encuentran las cataratas de Lancoy, Shalacuta y Goganmachay, las pinturas rupestres de Pintamachay y Rayhuan y las aguas termales de Rabí y Viso.

B. ¿QUÉ VER EN OXAPAMPA?

1. Iglesia Santa Rosa

Construida en madera en 1940 de estilo tirolés. Se diferencia de la mayoría de iglesias porque cuenta con una planta rectangular. En su interior se conservan una réplica del Señor de los Milagros e imágenes de la Virgen de Guadalupe y de San Martín de Porres.

2. Barrio tradicional Miraflores

Se caracteriza por su construcción típica al estilo Austro-Alemán, con las casas construidas de madera, es uno de los barrios más antiguos de Oxapampa.

3. Catarata El Río Tigre

Ubicada a 14 km. de Oxapampa, en la casería Cañera. Tiene un salto de 20m aprox. Está rodeado de una exuberante vegetación. En el trayecto se observan varios fundos ganaderos, plantaciones de granadilla y hermosos paisajes.

4. Planta Lechera Floral

A 3.7 km de Oxapampa (5 min en auto). Se puede apreciar los procesos de producción, degustar y adquirir los derivados lácteos.

5. Ríos Pichis y Palcazú

Ideal para la práctica de ecoturismo y turismo de aventura. Se puede entrar en contacto con comunidades nativas, aprender sobre medicina tradicional y degustar platos típicos en base a peces y frutos exóticos.

6. Tunqui Cueva

A 5 km de Oxapampa en el distrito de Chontabamba. Es una húmeda cueva de piedra caliza., donde se observan numerosas formaciones de estalactitas. Dentro se pueden observar algunas figuras, como la de La Bruja.



7. Piscigranja La Cumbre

A 3.4 km de Oxapampa en el distrito de Chontabamba (10 min. en auto). Posee 6 pozas artesanales en la que se crían truchas de la variedad Arco Iris. La visita a la piscigranja permite apreciar el crecimiento y crianza de truchas, además de participar en brindarles alimento.

8. Recreo Turístico El Wharapo

A 3.3 km de la plaza principal de Oxapampa en el distrito de Chontabamba (15 min. en auto). Trapiche movido por fuerza hidráulica, allí se produce jugo de caña fermentado, más conocido como warapo. Se pueden adquirir los productos elaborados a base de la caña de azúcar mientras se disfruta del entorno recreativo del lugar.

9. Mirador La Florida

A 3,4 km de la plaza principal de Oxapampa. Mirador natural que se puede apreciar una vista privilegiada del valle de Chontabamba, la Campiña y la ciudad de Oxapampa.

10. Rancho Aníbal Ruffner

A 3 km de la plaza principal de Oxapampa (5 min en auto).

Es considerado el único fundo que recibe la visita del público en general, donde se aprecia tradiciones típicas de Oxapampa, en fechas festivas o previa coordinación.

11. Parque Nacional Yanachaga Chemillén

Para ingresar se debe gestionar una autorización en sus oficinas ubicadas en Oxapampa:

- Circuito Oxapampa - Huancabamba – Pozuzo: ideal para la observación de orquídeas y del gallito de las rocas.
- Circuito Palcazú: visitas a las comunidades nativas de la etnia Yanesha y a los colonos de origen austroalemán.
- Circuito especializado San Alberto – Paujil: caracterizado por los bosques de neblina.

12. CAPILLA SAN JOSÉ DE POZUZO

Se apreciará la Capilla San José de Pozuzo. Su pórtico tiene dos torres laterales que enmarcan la nave. El altar, de estilo neoclásico, armoniza con las columnas y los vitrales de Santa Rosa de Lima y de Santa Nocturna del Tirol.

13. MUSEO SCHAFFERER EN POZUZO

Lugar donde se exhibe la historia de la travesía de llegada de los colonos austro-alemanes, así como los objetos y pertenencias que trajeron, tales como herramientas de trabajo, utensilios de cocina, cerámica, fotografías, muebles de madera, etc.

14. PUENTE COLGANTE EMPERADOR GUILLERMO I DE POZUZO

Este histórico puente colgante fue obsequiado por el emperador Guillermo II de Prusia en 1914, está ubicado sobre el río Huancabamba, fue construido en 1877. Inicialmente fue llamado Puente Central y favoreció la actividad comercial de los colonos con otros pueblos como el puerto fluvial del Mayro y Huánuco. Conecta con un bello camino de herradura totalmente natural que guarda en silencio las huellas y recuerdos de los colonos, donde se inicia el sendero interpretativo Emperador Guillermo I.

15. PLAZA DE ARMAS DE VILLA RICA

En Villa Rica se puede hacer agroturismo participativo en los fundos que producen café y piña. En la Plaza de Armas de esta ciudad se encuentra una cafetera gigante y un monumento que representa la caficultura (un nativo yánesha cargando un grano de café), principal actividad de esta zona.

16. CASA CULTURAL YÁNESHA DE VILLA RICA

A 37.1 km en la carretera Villa Rica - Puerto Bermúdez. Está conformado por familias Yaneshas. El edificio principal de este centro cultural está construido totalmente de madera, su diseño obedece al típico estilo de vivienda de selva con adición de elementos arquitectónicos modernos.

C. ¿QUÉ VER EN PROVINCIA DE PASCO?

1. BAÑOS TERMALES LA CALERA

Se encuentra ubicada en el distrito de Huayllay. En los baños podrá encontrar aguas que alcanzan los 60°C (140°F) de temperatura y son consideradas ricas en calcio, potasio, magnesio, sodio, cloruros, sulfatos y bicarbonatos. Actualmente cuenta con pozas individuales, piscina, restaurante, hospedaje y juegos para niños.

2. IGLESIA SAN PEDRO DE NINACACA

A 41 km al sureste de Cerro de Pasco (30 min en auto). La iglesia combina elementos andinos (techo de paja) y españoles (altar de madera y pan de oro).

3. IGLESIA INMACULADA CONCEPCIÓN DE VICCO

Ubicada en la Plaza principal del distrito de Vicco, a 18 km de Cerro de Pasco (25 min en auto). Posee dos torreones de piedra dotado con unos campanarios de bronce con terminación en un techo de cuatro aguas. También posee numerosas alhajas de oro y plata empleadas para adornar las imágenes del templo.

4. LAGUNA DE PUNRUN

A 37 km al suroeste de Cerro de Pasco (1:15 horas en auto). Esta extensa laguna de frías aguas se sitúa a 4200 msnm y se podrá encontrar flora típica de la zona así como aves y reptiles.

5. RÉPLICA DE LA CASA DE DANIEL A. CARRIÓN

Ubicada en la Av. Los Incas s/n, a 1,8 km de Cerro de Pasco (10 min en auto). Tiene 5 salas (arqueológicos,

médicos, mineralogía, auditorio, mineralogía) y conserva muebles e instrumentos de medicina utilizados por el médico Daniel Alcides Carrión.

6. NEVADO DE HUAGURUNCHO

A 86 km al este de Cerro de Pasco (3 horas en bus) hasta Huachón, desde donde se recorren 6 km hasta la falda del nevado (45 min en auto). A las faldas del nevado se pueden observar lagunas como Huaguruncho, Leche Cocha, Suyro Cocha, Talaya y Pacchapata.

7. BAÑOS TERMALES DE CCONOC

Ubicado en el distrito de Pallanchacra, a 66 km al este de Cerro de Pasco. Baños con diversas propiedades curativas, para ir con toda la familia.

8. SANTUARIO NACIONAL DE HUAYLLAY

La principal atracción es la forma de animales que tienen varias de las rocas en el lugar. Este conjunto de formaciones de piedra (de todos los tamaños) se encuentra en medio de la planicie más alta del país, la meseta de Bombón. La zona posee además numerosos vestigios arqueológicos, como las pinturas rupestres diseminadas en toda el área, las cuales suman más de 500 y dan cuenta de una antigua relación entre el hombre y este singular ecosistema. Enriquecen el paisaje varias hermosas lagunas y fuentes de aguas termales.

Actualmente el Sernanp maneja tres principales rutas turísticas:

Ruta 1: El recorrido toma un promedio de dos horas aproximadamente y se pueden observar las figuras de: La corona del rey, el túnel, la oración de la osa, el pez, el pensador, el perro, el caracol, la tortuga, la bruja, el lagarto, el lagarto infraganti, la foca, el cordero, las monjas, el beso de los novios y la cobra, así como también el centro magnético y pintura rupestre.

Ruta 2: Hay dos opciones: en carro puede ser con un trayecto de 1.5 hrs, y a pie entre 3 a 4 hrs. Se pueden observar pinturas rupestres y las figuras del ángel, el elefante, la alpaca, el turista, el hongo, el condor, el sapo y el pórtico.

Ruta 3: el recorrido dura 3 horas aproximadamente y se puede apreciar la figura del saludo, del niño, el halcón, el rostro, el romano, el dinosaurio, además de pinturas rupestres y el ingenio colonial Oquroyoc.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BASICOS

1. TURISMO

Es un conjunto de actividades de negocios que directa o indirectamente generan bienes y servicios que soportan actividades de negocios, ocios, placer, motivos profesionales y otras relacionadas con personas fuera de su residencia habitual.

2. SECTOR ECONÓMICO

Los sectores económicos corresponden a la división de la actividad económica de un Estado o territorio, e incluye todas las etapas de exploración de los recursos naturales, hasta la industrialización, la

preparación para el consumo, la distribución, y la comercialización de bienes y servicios.

3. CRECIMIENTO ECONOMICO

El crecimiento económico es entendido como la evolución positiva de los estándares de vida de un territorio, habitualmente países, medidos en términos de la capacidad productiva de su economía y de su renta dentro de un periodo de tiempo concreto.

4. DESARROLLO ECONOMICO

Es la capacidad de producir y obtener riqueza, además éste puede ser tanto a nivel del desarrollo personal como aplicado también a países o regiones. Ya sea en uno o en otro caso, el desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales de las personas.

5. PIB TURISTICO

Es el valor monetario de todos los bienes y servicios producidos en una determinada región, durante un período determinado, normalmente un año. El PIB es uno de los indicadores más utilizados en la macroeconomía ya que tiene como objetivo principal medir la actividad económica, tomando en cuenta únicamente los bienes y servicios producidos dentro de la economía formal de un determinado territorio.

2.4. FORMULACIÓN DE HIPOTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

HG: La planificación estratégica en el turismo, la inversión privada y pública, la falta de educación turística, ocasionan la informalidad en el turismo nacional y regional.

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA

HE₁: “La mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciado mayor captación de divisas”.

HE₂: “La falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central, ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa”.

HE₃: “La falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco”

2.5. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

- La Planificación turística
- El MINCETUR
- El turismo
- el PIB
- La inversión privada,
- inversiones del MINCETUR,
- Infraestructura
- La educación
- el escaso presupuesto Público
- la informalidad

2.6. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES E INDICADORES

2.6.1. DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA 1

a. VARIABLE DEPENDIENTE

- ❖ El desarrollo del turismo
- ❖ El crecimiento del PIB

b. VARIABLES INDEPENDIENTES

- ❖ La Planificación turística

c. INDICADORES

- ❖ Aumento del turismo en un 20%

2.6.2. DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA 2

a. VARIABLE DEPENDIENTE

- ❖ Escasa infraestructura,
- ❖ puesta en valor de lugares arqueológicos.

b. VARIABLES INDEPENDIENTES

- ❖ La falta de inversión privada,
- ❖ poco apoyo en inversiones

c. INDICADORES

- ❖ Inversión del 20% en proyectos de puesta en valor de lugares turísticos

2.6.3 DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA 3

a. VARIABLE DEPENDIENTE

- La informalidad en el turismo

b. VARIABLES INDEPENDIENTES

- La falta de educación
- Capacitación turística,
- El escaso presupuesto en MINCETUR

c. INDICADORES

- Disminuir en un 10% la informalidad en el turismo

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. **Nuestra investigación es aplicada, denominada también práctica o empírica,** guarda íntima relación con la investigación básica, porque depende de los descubrimientos y avances de esta última, enriqueciéndose de los mismos, con utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. La investigación aplicada busca el conocer, para hacer, para actuar, para construir o producir y para modificar.

El turismo es un sector económico objetivo, practico y visible que ocurre básicamente en las ciudades que poseen regazos arqueológicos, hechos históricos, hechos naturales, grandes ríos, mares grandes hechos fenómenos geográficos, etc. estos hechos objetivos y prácticos suceden en el Perú y en la Región Pasco. Es práctico también por que observamos a los turistas llegar,

pernoctar en la ciudad, visitan restaurantes, hoteles, piscinas ámbitos naturales, etc. Ello nos otorga entradas de divisas a las empresas de la ciudad, incrementando así el valor de la Producción (PIB).

3.1.2. Nuestro estudio también es una investigación documental

porque se apoya en fuentes de carácter documental, investigación bibliográfica (Consulta de libros), la hemeroteca (artículos, ensayos, revistas especializadas y periódicas). Para completar la investigación acerca del turismo se tuvo que recurrir a libros, revistas, informaciones especializadas de la INEI, y documentos emitidos por la Región Pasco, periódicos, y también se ha revisado algunas informaciones en Internet, etc. Hay poca información de monografías, libros e informes privadas y públicas. Solo se cuenta con dípticos y trípticos de informes acerca de turismo.

3.1.3. Nuestra Investigación es cuantitativa, por que utiliza

predominantemente los símbolos numéricos que se utilizan para la exposición de datos que provienen de un cálculo o medición. Permite examinar los datos de manera científica, o de manera más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

Para la investigación se ha contado con información cronológica a través de los años, se tiene que analizar la evolución del turismo, desde los años 2010. Con esta información (datos numéricos y porcentuales) podremos describir y explicar con satisfacción, cuadros, pasteles del desenvolver del turismo en nuestra región aplicando programas como el Stata, análisis de datos en Excel y otros.

3.1.4. **Nuestra investigación también es cualitativa**, porque es un tipo de investigación usado principalmente en las ciencias sociales que se basa en principios teóricos tales como la fenomenología¹³, hermenéutica¹⁴, la interacción social empleando métodos de recolección de datos cualitativos que son teorías económicas relacionadas con el tema, en este caso conociendo las teorías del crecimiento económico, mediante el sector turístico; es decir por qué es importante analizarlas, ¿Por qué el crecimiento del turismo no necesita mucha inversión para desarrollarla?, ¿cómo es que el turismo propicia fácilmente empleos. Con el uso de teorías acerca de la importancia del crecimiento del turismo seremos capaces de explicar el fenómeno del desarrollo de la economía en bien del bienestar de la sociedad.

3.1.5. **Nuestra investigación es de campo o trabajo de campo**, pues hemos recopilado información mediante las encuestas. Es pues la recopilación de información fuera de un laboratorio, se ha hecho en los municipios, en MINCETUR, en la gobernación Regional. Todos estos datos se han necesitado para nuestra investigación.

3.1.6. **NIVEL DE INVESTIGACIÓN: DESCRIPTIVO**

La presente es una investigación que se basa fundamentalmente en bibliografía, se obtendrán las variables, los cuadros estadísticos gráficas, como medio para luego usarlas y hacer una descripción del turismo en todo el departamento a través de los años; pero también describir el turismo que se intenta realizar administrado por

¹³ Fenomenología es una teoría filosófica que se ocupa de estudiar los fenómenos y todo cuanto acontece.

¹⁴ Es el arte basado en la interpretación de textos. Desde la perspectiva de la filosofía este concepto describe a la denominada teoría de la verdad y constituye el procedimiento que permite expresar la universalización de la capacidad interpretativa.

organismos privados y estatales como el MINCETUR, que de una u otra manera intenta desarrollar el turismo tal como en otros departamentos del Perú. mantener viva el proceso. Es necesario saber cómo es la relación entre las variables dependientes y las independientes.

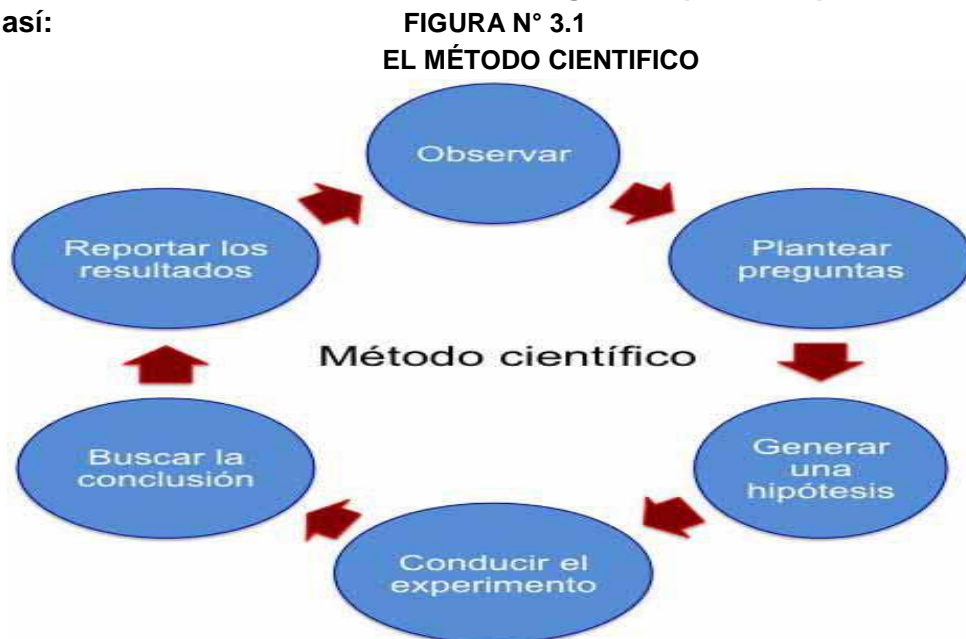
3.1.7. NIVEL EXPLICATIVO DE INVESTIGACIÓN

Nuestro trabajo también es explicativo, ello debido a que se quiere saber por qué suceden los hechos, en qué condiciones ocurren, toda vez que las variables dependientes e independientes actúan dentro de un proceso de ocurrencias.

Nuestra investigación que trata del turismo explica las variables que componen las hipótesis de trabajo de investigación, precisando cómo influyen las variables independientes sobre las variables dependientes. Se analiza y explica las causas y los efectos del por qué el turismo no ha incrementado sustancialmente en los últimos años, en el país, qué variables ha determinado para que el turismo no haya aumentado.

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El método científico de nuestra investigación queda esquematizado así:



3.2.1. MÉTODO INDUCTIVO.

Es conocido como el método científico que llega a conclusiones generales a partir de hipótesis o antecedentes particulares.

El método inductivo generalmente se basa en la observación y experimentación de hechos y acciones concretos para llegar a una resolución general o conclusión sobre ellos; es decir, en este proceso comienza con los datos y termina llegando a una teoría, por lo tanto, se puede decir que se eleva de lo particular a lo general.

**FIGURA N° 3.2
METODO DE LA INDUCCIÓN**



En la Provincia de Pasco una visita turística al Santuario de Huayllay es un hecho particular, como también es un hecho particular la visita a los Baños termales de “Calera en Huayllay”. Todas las visitas individuales son hechos particulares, son parte de un todo. El análisis de las variables de estos hechos particulares nos permite llegar a una teoría o ley general, que sería el sector o actividad turística, con todas sus teorías, sus características a nivel Regional.

En este método se pueden distinguir cuatro pasos esenciales:

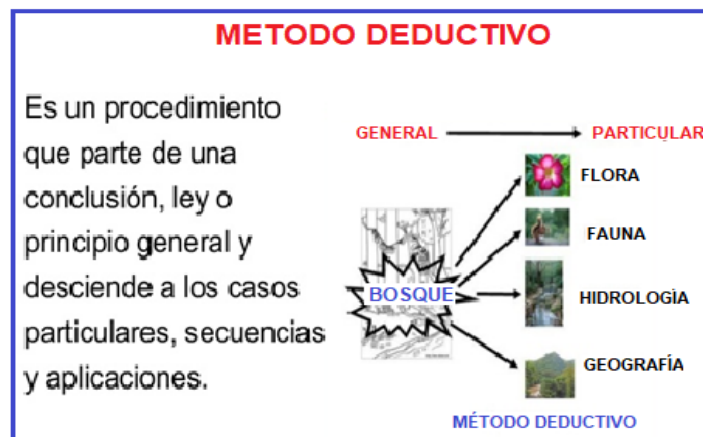
- ❖ La observación de los hechos particulares del turismo.

- ❖ La clasificación y el estudio de hechos particulares que han provenído del turismo.
- ❖ La derivación inclusiva que parte de los hechos particulares turísticos y llega a una generalización.
- ❖ Los comentarios y contrastación

3.2.2. MÉTODO DEDUCTIVO.

El método deductivo es un tipo de razonamiento lógico que hace uso de la deducción por una conclusión sobre una premisa particular. El término “deducción” se ha registrado en el diccionario como el acto de deducir, completa o enumeración y detallada de los hechos y argumentos.

**FIGURA N° 3.3
METODO DE LA DEDUCCIÓN**



La figura muestra un ejemplo del método deductivo mediante un ejemplo aplicado a las ciencias naturales, el Bosque conformado por una serie de variables que la conforman, análogamente se pueden aplicar a las ciencias sociales, como lo hacemos hoy.

El método deductivo parte de una hipótesis general sin hacer referencia al mundo real, pero con el científico, filósofo o

pensador piensa en el mundo. La fuente de la verdad para deductivista es la lógica para un inductivista es la experiencia. Como su nombre lo indica este método deduce las variables que la componen.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es una planificación compendiada de lo que se debe hacer para lograr los objetivos del estudio. Un diseño cuidadoso del estudio es fundamental para determinar la calidad de la investigación.

A. DISEÑO TRANSVERSAL O TRANSECCIONAL

Estos diseños recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es descubrir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede en este momento, después no se puede utilizar la misma foto, toda vez que la realidad tiende a cambiar continuamente, se supone que se tiene que tomar otra fotografía, pues se trata de otra realidad.

Estos diseños se esquematizan así:

$$\mathbf{M = O.Y (f) O.X}$$

Dónde:

M : Muestra de estudio

O : Observaciones obtenidas en cada una de las variables

r = Relación entre las variables

Y = El turismo en proceso de consolidación

X : El turismo puede consolidarse con inversiones al sector,

Con un manejo de organización eficiente por parte de las autoridades, etc.

Ejemplo:

- 1) Investigar las dificultades del turismo, calidad y cantidad de infraestructura turística, como buenos hoteles, restaurantes, trato consciente a los turistas nacionales y extranjeras.
- 2) Medir el crecimiento porcentual del Producto Bruto Interno y el crecimiento de la renta nacional y regional, gracias al crecimiento sectorial del turismo.

B. DISEÑO LONGITUDINAL

Un estudio longitudinal es un tipo de estudio observacional que investiga al mismo grupo de gente de manera repetida a lo largo de un período de años, en ocasiones décadas o incluso siglos, en investigaciones científicas que requieren el manejo de datos estadísticos sobre varias generaciones consecutivas de progenitores y descendientes.

Lo que interesa es:

Analizar los cambios a través del tiempo en determinadas variables o en las relaciones entre éstas. Entonces se dispone de los diseños longitudinales, los cuales recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos especificados, para hacer inferencias respecto al cambio sus determinantes y consecuencias.

Lo que se quiere es analizar el crecimiento del valor monetario del turismo, a nivel nacional y regional. El PIB nacional y

Regional lo analizaremos a partir de los años 2010 al 2018; este análisis se realizará mediante el diseño longitudinal.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. POBLACIÓN DEL ESTUDIO

Como sabemos el universo es la población puede ser infinita o también finita, en nuestro caso es la segunda, pues la población a la que se va a encuestar se conoce y por tanto está disponible. El Universo son todos los sujetos que en probabilidad tienen por lo menos un elemento en común que agrupa a los casos, sujetos o eventos que conforman la población; pero no se obtiene acceso a todos ellos.

La población de nuestra investigación son todas las personas que de una u otra manera están relacionadas con el turismo, por ejemplo, tenemos a la Gobernación Regional, las municipalidades, el mismo Ministerio de Comercio Exterior y turismo (MINCETUR).

3.4.2 MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

En realidad, la muestra es un sub grupo de la población, que casi siempre se utiliza por ahorrar tiempo, recursos económicos, recursos humanos, recursos logísticos, etc.

Para nuestra investigación hemos considerado a dos tipos de muestras:

A. LA MUESTRA PROBABILISTICA

La que requiere precisar el tamaño de la muestra; por lo que se tiene que seleccionar los elementos muestrales por medio de: un listado o marco muestral y tener en cuenta los procedimientos (haciendo tómbolas, tablas de números aleatorios o hacer una selección sistemática).

En la presente investigación aplicaremos esta muestra (para información acerca de turismo en las tres provincias del departamento).

Se ha aplicado la formula probabilística siguiente:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza deseado (para el caso: 95% de confiabilidad, es decir, $z = 1.96$).

e = Máximo error de muestreo aceptable ($e = 5\%$)

p = Porción de encuestados, cuya característica principal es ser positivos con el progreso de la región. Lo consideramos el 50%, es decir ($p = 50\%$).

q = Es la proporción de la población que es positivo con las preguntas realizadas. Más bien dicen que estamos peor que antes, lo consideramos el 50%, Así: ($1 - 0.5 = 0,5\%$)

N = Tamaño de la población entre dueños de restaurantes, hoteles, personal de municipalidades; 200 de Oxapampa, 100 de Yanahuanca; 300 de Pasco; lo que quiere decir que en total ascienden a 600 personas.

Luego de hacer los cálculos de la relación anterior, nos da que la muestra es de: **n** = 234.

B. LA NO PROBABILISTICA O DIRIGIDA, (POR CONVENIENCIA)

Consiste en que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación. Aquí el procedimiento de selección no es mecánico ni basado en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de los investigadores.

Estas muestras se toman cuando se trata de un estudio con un diseño de investigación exploratorio o cuando la población o universo es tan dispersa y tiene un enfoque fundamentalmente cualitativo. En nuestro estudio se ha seleccionado a municipalidades de las tres provincias y también a restaurantes, a hoteles y algunas empresas que se dedican al turismo en la Provincia de Oxapampa. . Ver el cuadro N° 3.1

**CUADRO N° 3.1
POBLACION A ENCUESTAR**

N°	RUBROS A ENCUESTAR	PERSONAS A ENCUESTAR
1	Gobernación Regional de Pasco	65
2	Municipalidad Provincial de Pasco	45
3	Restaurantes turísticos de la Provincia de Pasco	14
4	Hoteles de la Provincia de Pasco	12
5	Municipalidad provincial de Oxapampa	32
6	Restaurantes turísticos de Oxapampa	15
7	Hoteles de la provincia de Oxapampa	15
8	Municipalidad Provincial de Yanahuanca	24
9	Restaurantes turísticos de la provincia de Yanahuanca	06
4	Hoteles de la provincia de Yanahuanca	04
5	Empresas turísticas de La Provincia de Oxapampa	02
	TOTAL	234

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para realizar la presente investigación se ha recurrido a las técnicas e instrumentos siguientes:

A. LA OBSERVACIÓN

Es probablemente uno de los instrumentos más utilizados y antiguos dentro de la investigación científica, debido a un procedimiento fácil de aplicar, directo y que exige tabulaciones muy sencillas.

B. LA RECOPIACIÓN O INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La recopilación documental y bibliográfica Esta modalidad o técnica en la recopilación de datos parte del capítulo de las

fuentes secundarias de datos, o sea aquella información obtenida indirectamente a través de documentos, libros o investigaciones adelantadas por personas ajenas al investigador.

C. LA ENTREVISTA

La entrevista es una de las técnicas preferidas de los partidarios de la investigación cualitativa, pero también es un procedimiento muy usado por los psiquiatras, psicólogos, periodistas, médicos y otros profesionales, que a la postre es una de las modalidades de la interrogación, o sea el hacer preguntas a alguien con el propósito de obtener de información específica

D. EL CUESTIONARIO

El cuestionario como instrumento y técnica de la recolección de datos Tradicionalmente el término "cuestionario" ha tenido tres significados diferentes: como interrogatorio formal, como conjunto de preguntas y respuestas escritas, y como guía de una entrevista. Nuestra investigación Utilizará un cuestionario de preguntas a los involucrados.

E. LAS ENCUESTAS

En la actualidad la encuesta es una de las modalidades más utilizadas por las empresas de mercadeo y los institutos de opinión que auscultan o sondean las tendencias consumistas o las opiniones políticas de la población. Permanentemente existen polémicas y controversias en torno a la credibilidad y validez de estos procedimientos como intérpretes de la opinión pública. En nuestra investigación se utilizarán las encuestas.

3.5.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- A. Bibliográficos
- B. Estudio de campo
- C. Fuentes primarias y secundarias.
- D. Likert

En la presente investigación, se ha hecho uso principalmente de la técnica del análisis documental para obtener la información sobre la capacidad de las Microempresas de crear empleo. Las fuentes primarias son básicamente las encuestas, las tesis, los informes del gobierno regional y los informes de los gobiernos locales, etc.

Las fuentes primarias que estamos empleando para el desarrollo de la investigación son la información por intermedio de Revistas, Textos, documentos especializados, información por internet.

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación recurriremos a las técnicas e instrumentos siguientes.

El procesamiento y análisis de datos del presente trabajo de investigación se realizará a través de lo siguiente: Microsoft Excel, Ji Cuadrada.

3.7. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO

Tratamiento estadístico de los datos. En esta fase, se realiza el tratamiento estadístico de todos los datos seleccionados, que consiste en afirmaciones estadísticas de los datos, sin embargo, el análisis no puede quedar reducido a una operación contable, de obtención de promedios, medias e índices, etc.

Por lo que hay que analizarlos, interpretarlos y darles sentido. El propósito del análisis es resumir y comparar las observaciones llevadas a cabo de tal forma que sea posible materializar los resultados de la investigación con el fin de dar respuesta a las interrogantes formuladas en la investigación.

El objetivo de la interpretación es buscar un significado más amplio a las respuestas mediante su conjugación con otros conocimientos disponibles, generalizaciones, leyes, teorías, etc. Existen una serie de programas informáticos para el tratamiento de los datos:

Programas informáticos para datos cuantitativos: Nosotros aplicaremos el SPSS, Ji cuadrada y para medir cuadros y Pasteles estadísticos utilizaremos el Excel.

Estos datos pueden ser mostrados mediante representaciones gráficas:

*Diagrama de barras

*Polígono de frecuencias

3.8. SELECCIÓN VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Todo instrumento de recolección de datos debe reunir por lo menos tres requisitos esenciales:

3.8.1. OBJETIVIDAD O SELECCIÓN

Se refiere al grado en que el instrumento es permeable a la influencia de los sesgos y tendencias que hemos utilizado en la investigación administrando, calificando e interpretando. Se ha seleccionado instrumentos de investigación como el cuestionario, las entrevistas, las encuestas que se han realizado y la técnica de las escalas de actitudes. Estas técnicas nos han servido para la descripción, explicación y análisis del turismo y su impacto en el

crecimiento de la producción y el empleo en la Región pasco y el país.

3.8.2. CONFIABILIDAD

La confiabilidad se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales. Los procedimientos más utilizados para determinar la confiabilidad de las técnicas e instrumentos que utilizamos en nuestra investigación son:

- ❖ Medida de estabilidad, hemos confiado en el grado de certeza de nuestro cuestionario y las entrevistas que hemos realizado acerca del desarrollo del turismo local y su influencia en el crecimiento del PIB Regional y nacional, que, aunque es irrelevante, existe. También confiamos en el grado de certeza de los datos sacados de instituciones como la sede del Ministerio de Producción, Gobierno Regional, las municipalidades, entre otras.

3.8.3. VALIDACIÓN

Nos referimos a la exactitud con que un instrumento mide lo que se propone medir, es decir la eficacia de una prueba para representar, escribir o pronosticar el atributo que le interesa al examinador. Tenemos tres tipos de validez que hemos utilizado:

A. VALIDEZ DE CONTENIDO

Nos estamos refiriendo al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. Es el grado en que la medición representa al concepto o variable medida. Por ejemplo, nuestra encuesta utilizada es solo para recabar información acerca del turismo **que influyen en el crecimiento de la producción y el empleo en nuestra Provincia de Pasco,**

no sería válida para el análisis del sector turismo y su influencia en el crecimiento de la producción y del empleo en el departamento del Cusco.

Hay que verificar y comparar las condiciones de desarrollo de una región con otra, pues las condiciones naturales, sociales económicas e históricas son distintas; si tomamos en cuenta estas variables, entonces estaremos dando como validas los instrumentos de medición.

B. VALIDEZ PREDICTIVA

Esta validez se ha utilizado porque está relacionada con el criterio, y porque responde a la pregunta, ¿cuán efectivo es una encuesta para la predicción de un resultado futuro?

En esta validez se utilizan las pruebas de admisión, para examinar la concordancia entre las inversiones en el turismo y su influencia en el crecimiento de la producción y el empleo nuestra Región. Los resultados se pueden observar en el desarrollo del turismo, el uso de restaurantes, hoteles, a pesar que nuestra Provincia no es turística. Lamentablemente las encuestas manifiestan que el sector turismo no está desarrollado y poco aporta al crecimiento de la economía.

Una de las características de nuestra investigación es el carácter predatorio que tiene o que debe tener, para ello nos sirve los instrumentos de medición estadísticos, pero también el análisis cualitativo “envuelta” con teorías macroeconómicas que está relacionada con la producción inversión, el empleo en nuestra Provincia y Pasco.

C. VALIDEZ CONCURRENTENTE

Se ha utilizado este tipo de validez porque hemos querido establecer la relación entre los resultados de las encuestas y las entrevistas que hemos realizado acerca del turismo, el crecimiento de la producción y el empleo propiciados. Este tipo de validez ha sido apropiada para las pruebas de diagnóstico de mayor uso en el campo del crecimiento de la producción, gracias al crecimiento de las inversiones particularmente en el turismo regional.

D. VALIDEZ DE CONSTRUCTO

La validez del constructo¹⁵ nos ha servido para verificar qué **tan exitoso es un instrumento** que representa y mide un concepto teórico.

Esta validez ha establecido y especificado la relación teórica entre los conceptos sobre la base del marco teórico que está planteado. También porque hemos correlacionado los conceptos y analizado cuidadosamente esta correlación. A la misma vez hemos interpretado la evidencia empírica de la medición estadística y evidencia cualitativa, de los datos observados obtenidos en la investigación.

En nuestra investigación analizamos y opinamos a cerca de la importancia del turismo den la Región y el Perú, por tanto, el crecimiento del empleo y el bienestar social. Es evidente que este crecimiento obedece inversiones del sector privado y del sector público. Lamentablemente a falta de crecimiento del PIB

¹⁵ Un constructo es una construcción teórica que se desarrolla para resolver un cierto problema científico. Se trata de un objeto conceptual que implica una clase de equivalencia con procesos cerebrales.

(producción) nos trae el problema es la escasez de empleo, y eso es una situación casi permanente en nuestra región y el País. El turismo es un factor de crecimiento de la economía.

3.9. ORIENTACIÓN ETICA

El presente trabajo ha requerido el asesoramiento, tanto en el campo teórico, como en el campo cuantitativo; pero también a un asesoramiento sobre valores, creencias e ideales en torno a la reflexión de la actitud ética privada, frente a aspectos públicos: Esta orientación se formula desde dos campos de la vida: La vida profesional y la vida personal.

Siempre debemos tener en cuenta y responder con holgura y llevarlo a la práctica a situaciones como:

1. **¿Qué valoramos en nuestras vidas?** hay que darle valor a nuestro trabajo.
2. **¿Qué es valioso para mí?**, para nosotros lo más importante es vivir un bienestar social.
3. **¿Vivo acorde con lo que valoro y creo o pienso?**, lo más importante es vivir en forma sencilla, sin opulencia.
4. **¿Cuáles son las creencias que dan origen a mis conductas?**, debemos vivir con la verdad y con la honestidad, las ganancias que obtenemos son gracias al trabajo honesto, sin hacer daño al prójimo.
5. **¿Mis creencias y mis hábitos son congruentes?**, se tiene que actuar con coherencia, lo que predicamos debe coincidir con nuestra práctica.
6. **¿Cómo me gustaría que fueran las cosas?:** que las cosas se den de acuerdo a nuestra conducta, de acuerdo a nuestro trabajo, siempre actuando con honestidad.

7. **¿Me adapto al mundo o quiero que el mundo se adapte a mí?:** De hecho, que tengo que adaptarme al mundo, siempre con e fin no, solo de interpretarlo, sino también de transformarlo.

8. **¿Actúo de manera apática dejándome llevar por tendencias que no son valiosas para mí?:** se tiene que superar siempre con optimismo, trabajar con honradez para lograrlo

Siendo así, podemos realizar el trabajo material y el de nuestro intelecto, nuestra sociedad y el nuestro propio:

Nuestra investigación se caracteriza por ser en lo posible original, lo que no quiere decir, **que no hayamos utilizado teorías y datos de estudios** de otros autores realizados en años anteriores, pero estas teorías y datos han sido citados de sus respectivos autores, siempre respetando su autoría y tratando de no caer en el plagio mal intencionado, actuando siempre con ética.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Nuestra investigación trata del turismo en la Región y lo empezamos a investigar prácticamente desde enero del presente año, tratando de conseguir datos completos del año 2018, datos muy “frescos” o muy recientes, lamentablemente no se ha podido encontrar, pues todo se estaba todavía procesando. Sin embargo, se ha trabajado con información obtenida de organismos como el MINCETUR e información oficial del INEI, que muchas veces no coinciden en algunos cuadros in formativos; pero de todas maneras nos ha servido para dar información pegadas a la realidad; además esta información, lo hemos complementado con las encuestas que hemos realizado a funcionarios del Mincetur de Pasco y de Oxapampa. Finalmente hemos tenido que hacer el trabajo de gabinete, (trabajo de escritorio) donde hemos tenido problemas, pues hemos contado con

mucha información, pero esta era dispar, por la que se tenía que hacer una consolidación.

4.2. PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.2.1. DESCRIPCION DE LA HIPÓTESIS 1 (H1)

HE₁: “La mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciado mayor captación de divisas”.

A. QUE DICEN LOS ENCUESTADOS

1. ¿En el MINCETUR se viene ejecutando la Planificación estratégica turística?

OBJETIVO: La respuesta a la pregunta pretende darnos luces qué tan importante es para los funcionarios del gobierno regional y nacional la aplicación al sistema productivo e institucional la aplicación del planeamiento Estratégico, no solo a nivel nacional sino también a nivel regional y local.

ANALISIS E INTERPRETACION: En los últimos años en el gobierno se ha venido hablando de Planificación Estratégica, pero en realidad no se hace efectiva. Es que el gobierno y las autoridades no han exigido seriamente el uso de la planificación, seguramente **porque éste exige cumplir los principios morales** del ser humano, significando ello olvidarse de las malas costumbre y de la corrupción.

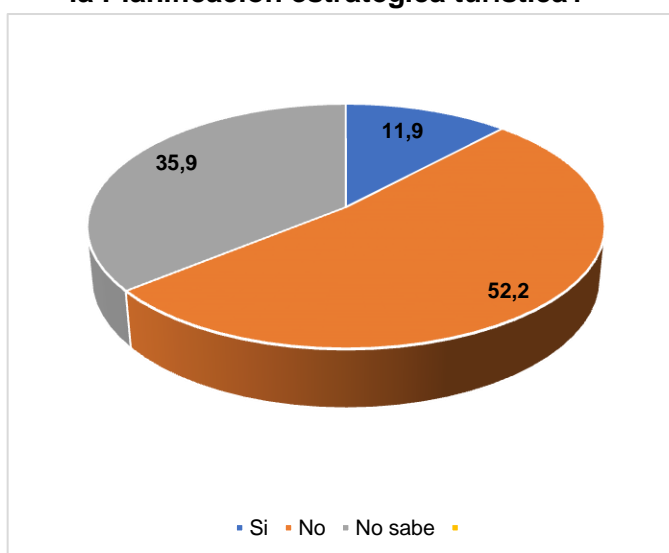
CUADRO N° 4.1
¿En el MINCETUR se viene ejecutando la Planificación
estratégica turística?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	28	11.9	11.9
No	122	52.2	64.1
No sabe	84	35.9	100.0
TOTAL	234		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Si observamos los resultados en el cuadro N° 4.1 y la figura N° 4.1 podemos describir que el solo el 11.9% dicen que en efecto el planeamiento estratégico sí se viene utilizando en la gestión de las instituciones; Pero otras personas, (seguro las más entendidas), dicen que el plan Estratégico no se viene aplicado por la gestión. En realidad, nadie exige que este instrumento de gestión se aplique por las empresas y las instituciones públicas, a pesar de existir una oficina que se denomina gerencia de Planificación. Pensamos que este es un problema de decisión política.

FIGURA N° 4.1
¿En el MINCETUR se viene ejecutando
la Planificación estratégica turística?



2. ¿Usted piensa que a la Región Pasco llegan turistas nacionales y extranjeros?

OBJETIVO: La respuesta a la pregunta pretende darnos a conocer si a nuestra Región llegan turistas, nacionales y sobre todo extranjeros, Pasco tiene sus atractivos, Yanahuanca también, pero Oxapampa es la mejor alternativa. Esto es lo que queremos conocer.

ANALISIS E INTERPRETACION: En realidad turistas nacionales llegan pocos a la ciudad de Cerro de pasco, pero llegan más a la ciudad de Oxapampa. Realmente Oxapampa es una ciudad más turística que Cerro de Pasco y Yanahuanca juntos. A Oxapampa llegan muchos turistas extranjeros entre ellos austriacos, alemanes, italianos y norteamericanos; es que su clima es muy benigno, es selva y hay asentamientos humanos extranjeros en lugares como Pozuzo, puerto Bermúdez, etc.

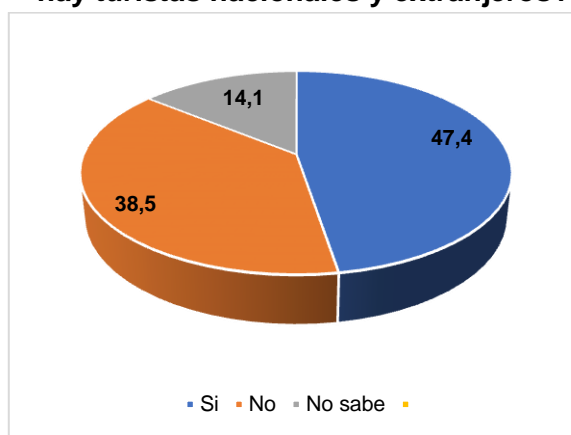
CUADRO N° 4.2
¿Usted piensa que el en la Región Pasco hay turistas nacionales y extranjeros?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	111	47.4	47.4
No	90	38.5	85.9
No sabe	33	14.1	100.0
TOTAL	234		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Si observamos los resultados en el cuadro N° 4.2 y la figura N° 4.2 podemos describir que el 47.4% de encuestados manifestaron que a la Región Pasco llegan turistas, especialmente a visitar Oxapampa, y El santuario “bosque de piedras”. Sin embargo, un 38.5% de encuestados dijeron que a Pasco no llegan turistas extranjeros, debido a la altura a la que se encuentra ciudad de Pasco.

FIGURA N° 4.2
¿Usted piensa que en la Región Pasco hay turistas nacionales y extranjeros?



3. ¿Usted piensa que el turismo aporta significativamente al PIB (producción) y a la captación de divisas

OBJETIVO: Lo que queremos es conocer es si las personas tienen nociones del significado de PIB o crecimiento de la producción; pues en los últimos años muchas personas hablan de incremento del PBI, etc.

ANÁLISIS E INTERPRETACION: Como sabemos el crecimiento del PIB es importante porque ésta variable nos permite ver como marcha el dinamismo de la economía en todos los sectores. En realidad, el Turismo en nuestra región no tiene una significancia económica importante, pues

según el INEI nos dice que en los últimos años el PIB regional no supera el 1.0%¹⁶.

CUADRO N° 4.3
¿Usted piensa que el turismo aporta significativamente al PIB y a la captación de divisas?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	107	45.7	45.7
No	79	33.8	79.5
No sabe	48	20.5	100.0
TOTAL	234		

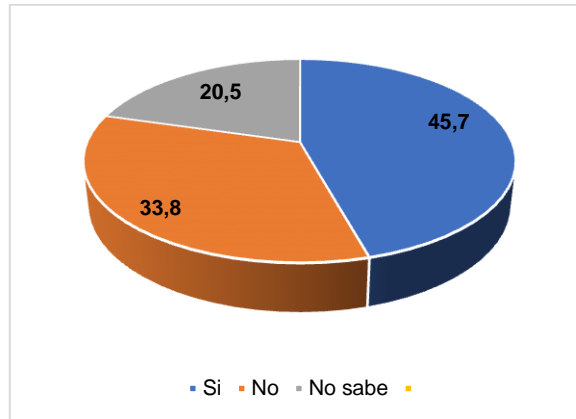
FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Si observamos los resultados en el cuadro N° 4.3 y la figura N° 4.3 podemos aseverar que el 45.7% de encuestados manifiestan que en efecto el turismo tiene un aporte mínimo al PBI regional, los ingresos básicamente se contabilizan en la ciudad turística de Oxapampa. Sin embargo, a nivel nacional el turismo trae muchas divisas al país, incrementando el PIB.

En la provincia de Pasco y Yanahuanca casi no se contabiliza pues su aporte es mínimo, pues solo destaca el consumo en los restaurantes y Hoteles, básicamente por el consumo interno de los habitantes Cerreños. Solo el 33.8% de encuestados manifiestan que el aporte al PIB, no contabiliza como incremento del PBI regional.

¹⁶ INEI (2018)

CUADRO N° 4.3
¿Usted piensa que el turismo aporta significativamente al PIB Regional de Pasco?



4.2.2. ANALISIS DESCRIPTIVO DE LA HIPOTESIS 2 (H₂)

HE₂: “La falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central, ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa”.

A. QUE DICEN LOS ENCUESTADOS

4. ¿Usted conoce que la empresa privada invierte en turismo juntamente con el MINCETUR y el Gobierno Regional?

OBJETIVO: Con la pregunta queremos conocer acerca de la inversión pública y privada en el sector turismo, Pues el turismo es un sector importante para la economía, es lógico que el gobierno y el sector privado invierta y apoye al desarrollo turístico. Pero si se prevé que no hay ganancias, tampoco hay inversiones.

ANALISIS E INTERPRETACION: El sector turismo capta gran cantidad de divisas a nivel nacional, (y también da empleo), es un sector importante en la economía nacional, lo que sucede es que en nuestra región lo tenemos muy desarrollada, por varios factores; en realidad nos falta inversiones , el Mincetur no tiene capacidad de gasto, para poner en valor muchos atractivos turísticos, el sector privado tampoco invierte porque, sabe que no es atractiva la inversión en parajes turísticos, además eso lo debe desarrollar el Estado. Sin embargo, si viene invirtiendo en la construcción de hoteles e infraestructura para restaurantes y hoteles.

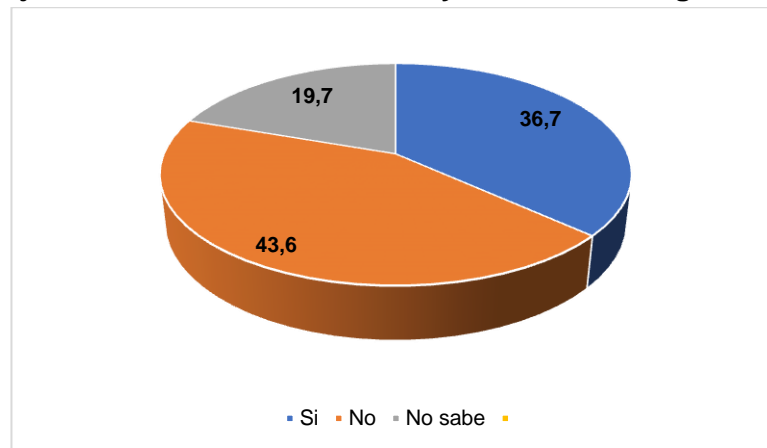
CUADRO Nº 4.4
¿Usted conoce que la empresa privada invierte en turismo
juntamente con el MINCETUR y el Gobierno Regional?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	86	36.7	36.7
No	102	43.6	80.3
No sabe	46	19.7	100.0
TOTAL	234		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.4

¿Usted conoce que la empresa privada invierte en turismo juntamente con el MINCETUR y el Gobierno Regional?



Al observar los resultados (Cuadro N° 4.4 y figura N° 4.4) se puede decir que el 36.7% (86 encuestados) manifiestan que el Mincetur si tiene presupuesto exclusivo para invertir en turismo; sin embargo, el 43.6% manifiestan que no tiene presupuesto para inversiones, éstas podrán ir a dar valor a las reliquias arqueológicas, invertir en la administración del santuario de rocas de Huayllay, y propagandizar la importancia del turismo.

5. ¿Usted piensa que el Turismo aumentan las condiciones para el desarrollo de la región Pasco?

OBJETIVO: La respuesta de los encuestados nos deben decir que las personas conocen la importancia del desarrollo del turismo, en favor del desarrollo de la economía regional y nacional. Pero lamentablemente las actividades turísticas no están desarrolladas, con la salvedad del turismo en Oxapampa, donde realmente es una actividad que mantiene a la ciudad en constante actividad.

ANALISIS E INTERPRETACION: El desarrollo de la economía global es consecuencia del crecimiento de todos los sectores productivos, en todo el país el turismo juega un papel importante en el crecimiento de la economía nacional; particularmente el sector turismo a nivel nacional aporta al PIB con aproximadamente con el 5%, lo que quiere decir que es una actividad que sin necesidad de requerir insumos costosos para su crecimiento y desarrollo propende el desarrollo de la economía.

El cuadro N° 4.5 y la figura N° 4,5 nos muestran las respuestas de las personas encuestadas quienes manifiestan en un 43.6% que en efecto el sector turismo es una actividad que propicia el desarrollo de la economía, pero que hoy en día se tienen que desarrollar.

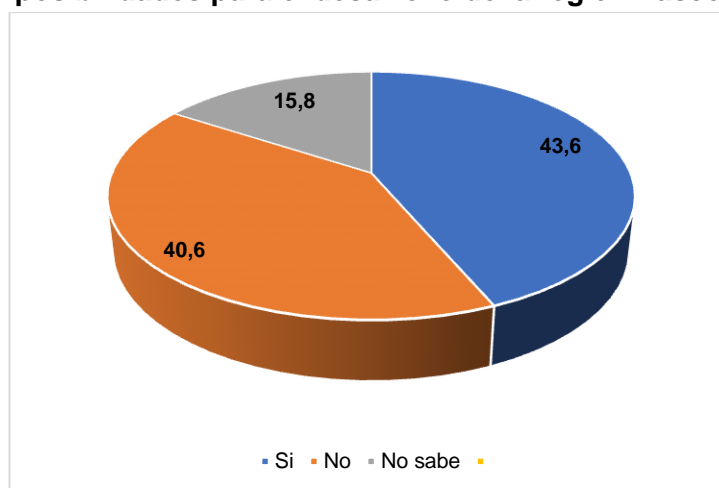
Sin embargo, el 40.6% de encuestados son muy pesimistas diciendo que el turismo no propiciará ningún desarrollo, por que las autoridades no ven ni tramitan inversiones posibles en este sector.

CUADRO N° 4.5
¿Usted piensa que el Sector Turismo aumenta las posibilidades para el desarrollo de la región Pasco?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	102	43.6	43.6
No	95	40.6	84.2
No sabe	37	15.8	100.0
TOTAL	234		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.5
¿Usted piensa que el Turismo aumentan las posibilidades para el desarrollo de la región Pasco?



6. ¿Existen buenos restaurantes y Hoteles para la recepción de turistas en la Región Pasco?

OBJETIVO: Lo que queremos saber es, si las personas a las que se les ha encuestado, han percibido la existencia de buenos hoteles y restaurantes en la ciudad. Los turistas que son personas que están por lo menos dos días en la ciudad, necesitan de hoteles y restaurantes que sean garantía para una buena estadía.

ANALISIS E INTERPRETACION: En realidad el alza de los precios de los metales (de la minería), hace que el valor de las exportaciones del mineral se eleve y ello también eleva el valor de la producción. Pero no solamente el valor de las exportaciones eleva el valor del producto, sino también los eleva el incremento de la producción. De manera que, si los precios se incrementan y la producción también, eso es muy beneficioso para la economía nacional.

Al observar los resultados (Cuadro N° 4.6 y figura N° 4.6) se puede ver que el 36.3% (85 encuestados) manifiestan que, si hay buenos restaurantes en las tres provincias de nuestra Región, pero que son escasos.

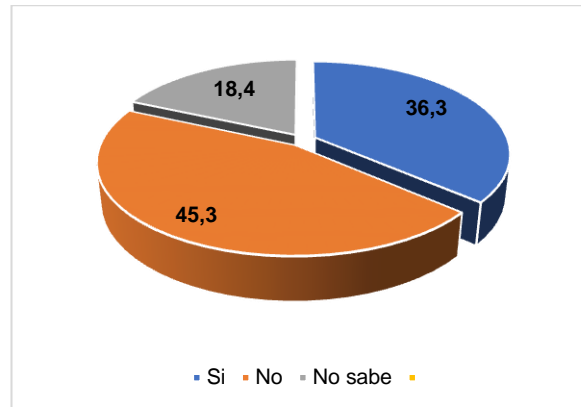
CUADRO N° 4.6
¿Existen buenos restaurantes y Hoteles para la recepción de turistas en la Región Pasco?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	85	36.3	36.3
No	106	45.3	81.6
No sabe	43	18.4	100.0
TOTAL	234		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Sin embargo, el 45.3% de personas encuestadas dicen que no existen hoteles con todas las comodidades posibles; por ejemplo, un hotel sin agua caliente o sin cochera no es buen hotel, eso es una gran deficiencia que no alienta al turista regresar o recomendar a otras personas; otra deficiencia es la carencia de buenos restaurantes. De esa infraestructura tiene que preocuparse las municipalidades, la gobernación regional y del mismo modo el MINCETUR.

FIGURA Nº 4.6
Existen buenos restaurantes y Hoteles para la recepción de turistas en la Región Pasco



4.2.3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA HIPÓTESIS 3 (H₃)

HE₃: “La falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco”

A. QUE DICEN LOS ENCUESTADOS

7. ¿Usted piensa que tenemos cultura turística en Pasco?

OBJETIVO: Lo que queremos es conocer si las personas que hemos encuestado son conscientes de que la gran mayoría de personas no tienen cultura turística, es decir como tratan a los turistas sean estos nacionales o extranjeros.

ANÁLISIS E INTERPRETACION: El gobierno ha sacado dispositivos pensando a aquellas personas que delinquen contra los turistas, sean estos nacionales o extranjeros. Lamentablemente en el país a incrementado la delincuencia que está afectando a los turistas. No solo se les agrede

robándole sus pertenencias, sino también se les agrede físicamente y a veces hasta se les asesina.

CUADRO N° 4.7
¿Usted piensa que tenemos cultura turística en Pasco?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	101	43.2	43.2
No	96	41.0	84.2
No sabe	37	15.8	100.0
TOTAL	234		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

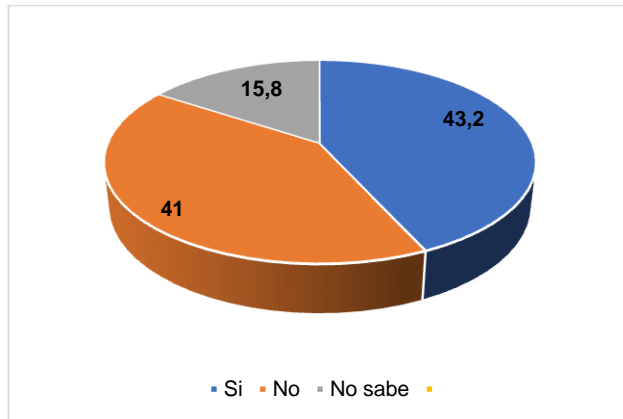
Pero la agresión no solo es el robo directo también es agresión cuando en los hoteles y restaurantes se les cobra por el servicio incrementando los precios. Ello es perjudicial porque se le está corriendo a nuestros visitantes, pues otra vez ya no regresan y tampoco se nos recomienda visitarnos.

Estos acontecimientos perjudican a la economía nacional, regional y local, porque retrae el turismo y trae perdidas en los ingresos.

Al observar los resultados (Cuadro N° 4.7 y figura N° 4.7) se puede ver que el 43.3% (101 encuestados) manifiestan que, en efecto, no hay cultura turística de gran parte de los ciudadanos peruanos, especialmente de nuestra región; aunque en la Región Pasco la gran mayoría de personas no delinquen contra los turistas, siempre habrá algún “enajenado” inculto que

pretenda agredir. Sin embargo, el 41% de encuestados manifiestan que las personas de nuestra región no tratan mal a nuestros visitantes.

FIGURA Nº 4.7
¿Usted piensa que tenemos cultura turística en Pasco?



8. ¿Usted piensa que la valoración de lugares turísticos en la región puede hacer desarrollar el turismo en la región Pasco?

OBJETIVO: Lo que queremos es conocer si las personas que hemos encuestado tienen conocimiento de la importancia de la puesta en valor de nuestros recursos turísticos que existen en las tres provincias de la Región.

ANALISIS E INTERPRETACION: La puesta en valor de nuestros recursos turísticos quiere decir que primero hay que identificarlo porque están abandonados en el tiempo, y para ello se tiene que refaccionarlo lo que obviamente se tiene que invertir. Hay que tener en cuenta que el MINCETUR tiene presupuesto, (todos los años se les asigna 2.5 millones de soles), lo que tiene que hacer (el Mincetur – Pasco) es

gestionar, acompañado con un debido proyecto de refacción de los predios turísticos, habidos en Oxapampa, Yanahuanca y Pasco.

Al observar los resultados (Cuadro N° 4.7 y figura N° 4.7) se puede ver que el 49.6% (116 encuestados) manifiestan que en efecto, sería bueno y es propicia hacer los proyectos de puesta en valor los productos turísticos que existen abandonados en nuestra región y a otros mejorar su mantenimiento, por ejemplo somos testigos del abandono del Santuario Nacional “bosque de piedras” del Distrito de Huayllay. Sin embargo, el 31.2% no tienen mucho optimismo y manifiestan que no es necesario invertir o simplemente no conocen el problema de lugares arqueológicos por lo que se oponen a la inversión porque no desarrollaría el turismo ni la economía Regional.

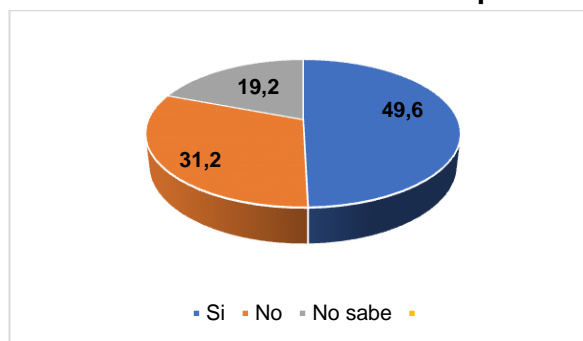
CUADRO N° 4.8

¿Usted piensa que la valoración de lugares turísticos en la región puede hacer desarrollar el turismo en la región Pasco?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	116	49.6	49.6
No	73	31.2	80,8
No sabe	45	19.2	100.0
TOTAL	234		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.8
¿Usted piensa que la variación de los precios de los metales hacen variar el valor de las exportaciones?



9. ¿Usted piensa que La provincia de Oxapampa es más exitosa en la recepción de turistas?

OBJETIVO: Lo que queremos es conocer la opinión de las personas, si realmente ven en la Provincia de Oxapampa como potencial alternativa turística, además conocemos que tiene muchos productos turísticos a las cuales hay que reactivarlo.

ANALISIS E INTERPRETACION: Los encuestados que viven en Oxapampa manifiestan que muchos viven y hacen dinero gracias al turismo, pues tiene un clima benigno, tienen restaurantes que atienden muy bien al turista, los hospedajes son elegantes y la atención es esmerada y de gente muy amable, hay movilidad a toda hora; requisitos estos que debe poseer toda ciudad turística.

Al observar los resultados (Cuadro N° 4.9 y figura N° 4.9) se puede ver que el 58.9% (138 encuestados) manifiestan que, en efecto, Oxapampa es líder en la Región Pasco en cuanto al turismo. La provincia de Pasco y Daniel A. Carrión también tienen sus bondades turísticas, sin embargo, Oxapampa tiene

más bondades; pensamos que con la construcción de la carretera Lima-Canta-Huayllay-Pasco, mejorará el turismo en Pasco; a la misma vez con la construcción de la carretera Huánuco-Ambo -Yanahuanca-Lima mejorará también el turismo en la provincia de Daniel Carrión. Siendo así las condiciones el 31.6% dicen que Oxapampa no es tan líder en turismo en la Región.

CUADRO N° 4.9

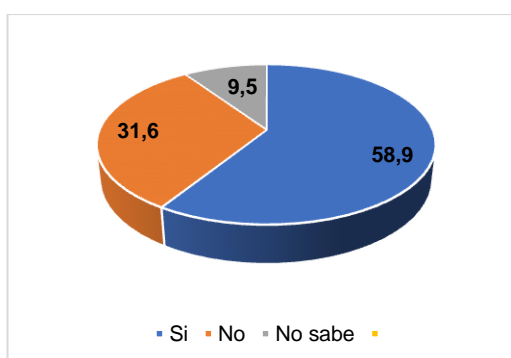
¿Usted piensa que La provincia de Oxapampa es más exitosa en la recepción de turistas?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	138	58.9	58.9
No	74	31.6	90.5
No sabe	22	9.5	100.0
TOTAL	234		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.9

¿Usted piensa que La provincia de Oxapampa es más exitosa en la recepción de turistas?



4.3. PRUEBA DE HIPOTESIS

4.3.1. DE LA HIPOTESIS 1 (H1)

HE₁: “La mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciado mayor captación de divisas”

HE₀: “La mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional no incrementaría mayor número de turistas internacionales propiciado mayor captación de divisas”

La función puede quedar de la siguiente manera:

El mayor número de turistas internacionales traerá mayor captación de divisas = F(La mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional).

$$\text{TURISTAS}_i = \beta_0 + B_1 \text{DIVISAS}_i + \mu_i$$

$$\text{TURISTAS}_i = 262866.4 - 0.7977558_i + \mu_i$$

La suma de cuadrados totales es de 3.7393e+12 y la suma de cuadrados de TURISTAS en dolares 3.5265e+12 estan explicadas por la regresión y 2.1280e+11 son los residuales. Si dividimos de 3.5265e+12 / 4.6742e+11 obtenemos un R² igual a 0.9431 que indica la variabilidad en la variable turistas o que tambien significa la proporcion total de TURISTAS explicada por DIVISAS.

CUADRO N° 4.10

TURISTAS INTERNACIONALES Y DIVISAS OBTENIDAS

AÑO	N° TURISTAS INTERNACIONALES (Y)	% DE TURISTAS	DIVISAS EN US\$: (X)	% DE DIVISAS
2010	2267 000	-.	2475 000	-.
2011	2598 000	14.6	2814 000	13.7
2012	2846 000	9.5	3073 000	9.2
2013	3164 000	11.2	3925 000	27.7
2014	3215 000	1.6	3940 000	0.4
2015	3456 000	7.5	4151 000	5.3
2016	3668 000	6.1	4364 000	5.1
2017	4032 000	9.9	4589 000	5.2
2018	4419 000	9.6	4889 000	6.5

FUENTE: BCRP - MINCETUR ELABORACIÓN:

MINCETUR/SG/OGPPD

```

. regress TURISTAS DIVISAS

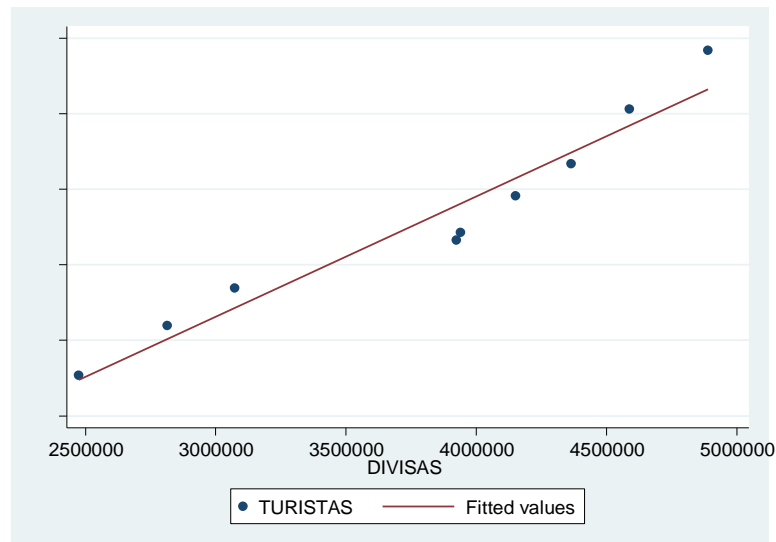
```

Source	SS	df	MS	Number of obs = 9		
Model	3.5265e+12	1	3.5265e+12	F(1, 7) =	116.01	
Residual	2.1280e+11	7	3.0399e+10	Prob > F =	0.0000	
Total	3.7393e+12	8	4.6742e+11	R-squared =	0.9431	
				Adj R-squared =	0.9350	
				Root MSE =	1.7e+05	

TURISTAS	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
DIVISAS	.7977558	.0740675	10.77	0.000	.6226139	.9728977
_cons	262866.4	287555.6	0.91	0.391	-417094.6	942827.4

La varianza residual es $3.5265e+12$ y la varianza explicada es $2.1280e+11$, ahora dividiendo una entre otra se encuentra una $F = 116.01$, esta F es estadísticamente significativa con 1 y 7 grados de libertad.

En cuanto a los coeficientes de regresión la pendiente y la ordenada en el origen. La pendiente indica que por unidad de TURISTAS aumenta en 0.7977558 por el signo positivo y la ordenada en el origen es de 262866.4 es el valor de la DIVISAS en dolares.



La figura nos muestra los puntos y la línea recta cuya ecuación sería la ordena del origen que en nuestro caso sería de 262866.4 y la pendiente es de 0.7977558 , por cada unidad de cambio que pasa de 2500000 a 3000000 y así sucesivamente hasta 5000000 , y la distancia entre la recta y cada valor se llama residual.

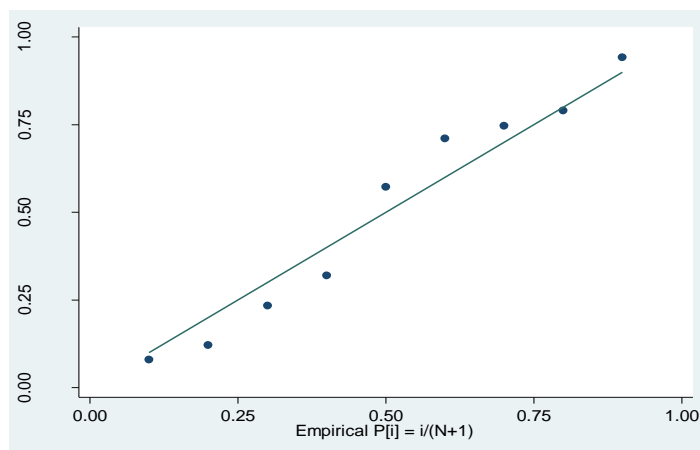
```
. predict r, resid
```

```
. sktest r
```

Skewness/Kurtosis tests for Normality

Variable	Obs	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	adj chi2(2)	Prob>chi2
r	9	0.9924	0.4214	0.68	0.7122

El resultado no nos da argumento de rechazar la hipótesis de normalidad, por el tamaño de muestra tiene poca potencia estadística.



Cuanto más se pegan los puntos a la diagonal mas proxima será la distribución de estas variables en este caso la los residuales de la distribución normal aquí hay pequeñas desviaciones de la normalidad.

Concluyendo podemos mencionar que el modelo es significativo al 5 %, con un nivel de confianza del 95% y por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (Error de tipo I).

4.3.2. PRUEBA DE LA HIPOTESIS 2 (H₂)

HE₂: “La falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central, ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa”.

HE₀: “La falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central no ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa”.

La función queda así:

La escasa infraestructura en hoteles, en restaurantes, la puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de la Región = F (De la falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central).

CUADRO N° 4.11
PRUEBA DE LA "JI" CUADRADA DE PEARSON DE LA
HIPOTESIS 2

		Falta inversión privada, hay poco apoyo de inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central.			
		Si	No	No sabe	total
Hay escasa infraestructura en hoteles, restaurantes, y falta puesta en valor a lugares turísticos de la Región	Si	68	48	9	125
	No	45	40	13	96
	No sabe	7	5	1	13
	Total	118	93	23	234

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Para probar la hipótesis planteada se ha procedido así:

1. Nuestra muestra es simple
2. La estadística de prueba está dada por una fórmula

Pruebas de frecuencias observadas

Trata de probar si los resultados a partir de una muestra tienen concordancia con los datos esperados.

$$x^2 = \sum \frac{(o-e)^2}{e}$$

Dónde: "o" es el valor observado para cada una de dos o más clases, y "e" es el valor esperado correspondiente.

Para evaluar esta expresión, primero hay que determinar el valor esperado para cada clase de individuos, de acuerdo al planteamiento de la hipótesis.

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando H_0 es verdadera X^2 sigue una distribución aproximada de Ji cuadrada con $(3-1)(3-1) = 04$ grados de libertad.

4. Regla de decisión: a un nivel de significancia de 0.05, rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de x^2 es mayor o igual a 9.49.

5. Cálculo de la estadística de pruebas. Al desarrollar la fórmula:

Calculamos los valores teóricos para cada casilla. Es decir la frecuencia esperada (f_e)

$$(118 \cdot 125) / 234 = 63.0$$

$$(118 \cdot 96) / 234 = 48.4$$

$$(118 \cdot 13) / 234 = 6.5$$

$$(93 \cdot 125) / 234 = 49.6$$

$$(93 \cdot 96) / 234 = 38.2$$

$$(93 \cdot 13) / 234 = 5.2$$

$$(23 \cdot 125) / 234 = 12.3$$

$$(23 \cdot 96) / 234 = 9.4$$

$$(23 \cdot 13) / 234 = 1.3$$

Una vez obtenidos los valores teóricos, aplicamos la fórmula.

$$X^2 = \sum_{N=1}^H \sum_{N=1}^K \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

Dónde:

X^2 = Valor estadístico de la Ji cuadrada

f_0 = frecuencia observada

f_e = frecuencia esperada

$$X^2 = (68-63)^2/63 + (48-48.4)^2/48.4 + (9- 6.5)^2/6.5+...+ \\ (7 - 12.3)^2/12.3 + (5- 9.4)^2/9.4 + (1 - 1.3)^2/1.3 = 18.2$$

6. Decisión estadística:

Dado que $18.2 > 9.49$ se rechaza H_0 . Ello debido a que X^2_c (calculada) $> X^2_t$ (de la tabla) al nivel de 0.05 P; por este motivo se declara significativa y se concluye que sí hay relación positiva entre la variable dependiente: **La escasa infraestructura en hoteles, en restaurantes, la puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de la Región, con las variables independientes: falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central.**

7. Decisión.

El estadístico calculado de 18.2 con 4 grados de libertad tiene una aceptable probabilidad y menor que 0.05, cayendo en el nivel de significancia. Por lo tanto, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

Entonces, existe relación significativa entre las frecuencias observadas, es decir las variables independientes: **falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central, determinan a la variable dependiente: La escasa infraestructura en hoteles, en restaurantes, la puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de la Región.**

4.3.3. PRUEBA DE LA HIPOTESIS 3 (H3)

HE₃: “La falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco”

HE₀: “La falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, no provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco”

La función de la hipótesis está dada por:

La informalidad en el turismo de la Región Pasco = F (de la falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR.

CUADRO Nº 4.12

**PRUEBA DE LA “JI” CUADRADA DE PEARSON DE LA
HIPOTESIS 3**

		Falta de educación y capacitación turística, y hay poco presupuesto en MINCETUR			
		Si	No	No sabe	total
Hay informalidad en el turismo en la Región Pasco	Si	64	47	04	115
	No	49	42	07	98
	No sabe	09	07	5	21
	Total	122	96	16	234

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Para probar la hipótesis planteada se ha procedido así:

1. Nuestra muestra es simple
2. La estadística de prueba está dada por una fórmula

Pruebas de frecuencias observadas

Trata de probar si los resultados a partir de una muestra tienen concordancia con los datos esperados.

$$x^2 = \sum \frac{(o-e)^2}{e}$$

Dónde: "o" es el valor observado para cada una de dos o más clases, y "e" es el valor esperado correspondiente.

Para evaluar esta expresión, primero hay que determinar el valor esperado para cada clase de individuos, de acuerdo al planteamiento de la hipótesis.

3. **Distribución de la estadística de prueba:** cuando H_0 es verdadera X^2 sigue una distribución aproximada de Ji cuadrada con $(3-1) (3-1) = 04$ grados de libertad.
4. **Regla de decisión:** a un nivel de significancia de 0.05, rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de x^2 es mayor o igual a 14.5
5. **Cálculo de la estadística de pruebas.** Al desarrollar la fórmula:

Calculamos los valores teóricos para cada casilla. Es decir la frecuencia esperada (f_e)

$$(122 \cdot 115) / 234 = 59.9$$

$$(122 \cdot 98) / 234 = 51.1$$

$$(122 \cdot 21) / 234 = 10.9$$

$$(96 \cdot 115) / 234 = 47.2$$

$$(96 \cdot 98) / 234 = 40.2$$

$$(96 \cdot 21) / 234 = 8.6$$

$$(16 \cdot 115) / 234 = 7.8$$

$$(16 \cdot 98) / 234 = 6.7$$

$$(16 \cdot 21) / 234 = 1.4$$

Una vez obtenidos los valores teóricos, aplicamos la fórmula.

$$X^2 = \sum_{N=1}^H \sum_{N=1}^K \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

Dónde:

X^2 = Valor estadístico de la Ji cuadrada

f_0 = frecuencia observada

f_e = frecuencia esperada

$$X^2 = (64 - 59.9)^2 / 59.9 + (47 - 51.1)^2 / 51.1 + (4 - 10.9)^2 / 10.9 + \dots + (09 - 7.8)^2 / 7.8 + (7 - 6.7)^2 / 6.7 + (5 - 1.4)^2 / 1.4 = 14.5$$

6. Decisión estadística:

Dado que $14.5 > 9.49$ se rechaza H_0 . Ello debido a que X^2_c (calculada) $> X^2_t$ (de la tabla) al nivel de 0.05 P; por este motivo se declara significativa y se concluye que sí hay relación positiva entre la variable dependiente: **“La informalidad en el turismo de la Región Pasco”**, con las variables independientes: **“La falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR”**.

7. Decisión

El estadístico calculado de 14.5 con 4 grados de libertad tiene una aceptable probabilidad y menor que 0.05, cayendo en el nivel de significancia. Por lo tanto, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

Entonces, existe relación significativa entre las frecuencias observadas, es decir la variable dependiente: **“La informalidad en el turismo de la Región Pasco”**, con las variables independientes: **“La falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR”**

4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.4.1. DE LA PRIMERA HIPOTESIS

HE1: “La mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciando mayor captación de divisas”

❖ El Planeamiento estratégico es un instrumento de gestión de las municipalidades y de los gobiernos regionales, e incluso de los sectores privados. En realidad, casi todas las dependencias tienen su documento de Planeamiento Estratégico, lo que sucede es que no hay decisión política de aplicar este instrumento. Incluso el gobierno central tampoco lo pone en marcha.

4.4.2. DE LA SEGUNDA HIPOTESIS

HE₂: “La falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR, y del gobierno Central,

ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa”.

- En toda actividad económica son las inversiones el timonel para que haya posibilidades de producción de progreso, los promotores inversionistas necesitan facilidades credenciales, para promover el turismo en nuestra región. Según hemos visto se tiene un presupuesto para promover las inversiones en turismo, es importante realizar proyectos turísticos y gestionar para poner en valor algunos santuarios arqueológicos en nuestra región.

4.4.3. DE LA TERCERA HIPOTESIS

HE₃: “La falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco”

- La educación turística es básica para que el turismo progrese no solo en nuestra provincia y región sino en todo el País; conocemos que hay personas que no saben tratar a los turistas, nacionales e internacionales. Este problema está latente, el gobierno vería sancionar a aquellas personas que ofenden al turista. Combatiendo la inseguridad ciudadana, A la misma vez la inversión es una condición sine qua non para que exista turismo en el País y en la Región. las inversiones privadas y públicas son mínimas, por ello eso el turismo no está promovido.

CONCLUSIONES

1. Que el Estado a pesar de tener una oficina de “El Centro Nacional de Planeamiento Estratégico” (**CEPLAN**), no ha sido capaz de implementar los Planes Estratégicos en los gobiernos regionales y otras instituciones paraestatales como el Mincetur, ocasionando una anarquía en a la producción y en el cumplimiento de los objetivos de la Nación dejando de lado de esta manera el combate de la corrupción.
2. Es posible que el número de turistas internacionales aumente en el País, también el aumento de divisas para el erario nacional, todo depende de los esfuerzos de los funcionarios del Mincetur nacional y de todas las regiones del País.
3. En la mayoría de regiones, incluyendo la nuestra, la inversión privada en el sector turismo es casi nula, solamente se dan la inversión es donde el turismo esta bien implementado, hasta toman en usufructo terrenos colindantes al centro turístico, como lo es en Machupichu -Cusco. Por ejemplo, en la provincia de Pasco no existen estas inversiones a pesar de haber sido declarado el “Bosque” de piedras, “Santuario nacional”.
4. Se necesita inversión Publica del MINCETUR, para que se pongan en valor algunos productos turísticos, pues sino se muestran las zonas turísticas y no hay una buena planificación de marketing, el turismo no será capaz de reflotar.
5. Hay una relación de causa y efecto entre la existencia de una mejor infraestructura turística, (buenos restaurantes y hospedajes, etc) y el desarrollo de los productos turísticos, como mejoramientos de zonas arqueológicas, aguas termales asequibles, buen trato a los turistas, y la puesta en valor de muchas reliquias turísticas en Oxapampa, Paco y la provincia de Yanahuanca.

6. Hay una escasa educación y cultura turística de los ciudadanos de nuestra Región y el País para tratar al Turista extranjero o nacional, se le maltrata tan solo al saber que no es de nuestra tierra, por ejemplo, cobra injustos precios en los hoteles, restaurantes y otros enseres que el turista quiere adquirir.
7. Somos un país muy informal casi en todos los aspectos, en nuestra vida personal, en los negocios, en la casa, en la calle, etc, por lo que en el Turismo también somos informales, pues estamos desorganizados, pues el hecho que se tenga una oficina descentralizada no quiere decir que estemos organizando a nuestro sector.
8. Las variables dependientes de nuestras hipótesis se relacionan positivamente con las variables independientes,

RECOMENDACIONES

1. Recomendamos a las autoridades del MINCETUR apoyarse en el Plan Estratégico del CEPLAN para realizar las actividades propias del Turismo en nuestra Región.
2. Recomendamos al MINCETUR Regional hacer gestiones de presupuesto, toda vez que en la actualidad hay dinero para destinarlo en rescatar lugares turísticos
3. Recomendamos al MICETUR hacer campañas de educación y cultura turística a los ciudadanos de Pasco, en coordinación con el Instituto Tecnológico quien tiene un programa de turismo en su institución Educativa tecnológica.
4. Recomendamos al Mincetur coordinar con la Municipalidad del Distrito de Huayllay para ver como administran mejor el Santuario Nacional “Bosque de Piedras”, para mejorar la recepción de turistas.
5. Recomendamos que el MINCETUR coordine con la municipalidad Provincial de Yanahuanca para ver cómo gestionan mejor el turismo en la provincia y cómo “poner en valor” una serie de lugares turísticos que tiene la provincia.
6. Recomendamos que el MINCETUR coordine con la municipalidad Provincial de Oxapampa para ver cómo gestionan mejor el turismo en la provincia y cómo “poner en valor” una serie de lugares turísticos que tiene la provincia.

BIBLIOGRAFIA

1. Aranda, D., Palomino, R., Ricketts, F. y Tapia, C. (2006). "Planeamiento Estratégico para el Desarrollo de la Macroregión Sur del Perú". Tesis para obtener el Grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas. Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
2. Badatur. (2009). Base de Datos del Turismo: Participación del Sector Turismo en el PBI.
3. BOZA DIBOS, B. (2006). "Cajamarca: Lineamientos para una política de desarrollo turístico". En GUERRA GARCÍA, F. (ed.) Contribuciones para una visión del desarrollo de Cajamarca. Cajamarca: Asociación Los Andes.
4. Asociación Civil. Naturaleza, Ciencia y Tecnología Local para el Servicio Social. N.C.T.I. (1996). Proyecto Integral de Ecodesarrollo de la cuenca del Río Santa Eulalia en Base al Uso Racional de los Recursos Naturales Renovables
5. De la Torre, Francisco (1996) Introducción al estudio del Turismo. México
6. De la Torre Padilla, Oscar (1981). El Turismo Fenómeno Social. México.
7. Gómez Orea 1994, Ordenación del Territorio una Aproximación desde el Medio Físico. Madrid
8. Héctor Cortez, Yacila. 2002. Demarcación y Ordenamiento Territorial en el Perú. Lima.
9. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERIODO-MINCETUR (2011 – 2016), Informe de Transferencia de Gestión Resolución de Contraloría N°088-2016-CG.
10. ANDINA, R. (2014). Impulsan ruta Piura sorprende: la naturaleza nos cuenta su historia y tradición. Piura.

ANEXOS

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ECONOMIA
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

La presente encuesta tiene como objetivo recabar información relacionada con la investigación intitulada: **“EL SECTOR TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO EN LA REGIÓN PASCO 2010 – 2018”** Por lo que se solicita que las preguntas que a continuación se le presentan sean contestadas marcando un aspa (X), frente a la interrogante. De antemano les agradecemos su participación.

1. ¿En el MINCETUR se viene ejecutando la Planificación estratégica turística?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

2. ¿Usted piensa que a nivel nacional se viene aplicando la Planificación turística?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

3. ¿Usted piensa que en Pasco hay turistas nacionales y extranjeros?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

4. ¿Usted piensa que el turismo aporta al PIB Regional de Pasco?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

5. ¿El MINCETUR invierte en turismo en Pasco?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

6. ¿Usted conoce que la empresa privada invierte juntamente con el MINCETUR y el Gobierno Regional?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

7. ¿Existen buenos restaurantes y hoteles para la recepción de turistas en la Región Pasco?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

8. ¿Usted piensa que La provincia de Oxapampa es más exitosa en la recepción de turistas?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

9. ¿Usted piensa que tenemos cultura turística en Pasco?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

10. ¿Usted piensa que somos informales en la actividad turística?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

11. ¿Hay suficiente presupuesto, para desarrollar el turismo en Pasco?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

12. ¿Usted piensa que el Turismo aumentan las condiciones para el desarrollo de la región Pasco?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

13. ¿Usted piensa que el turismo se puede desarrollar en la Región Pasco?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

14. ¿Usted piensa que la valoración de lugares turísticos en la región puede hacer desarrollar el turismo en la región Pasco?

- **Si**
- **No**
- **No sabe**

MATRIZ DE CONSISTENCIA

EL SECTOR MINERO Y SU APOORTE A LAS EXPORTACIONES PERUANAS EN EL PERU 2010 - 2018

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
PG: De qué manera la planificación estratégica en el turismo, las inversiones, privadas y públicas, la falta de educación turística, ocasionan la informalidad en el turismo nacional y regional	OG: Describir y explicar como la planificación estratégica en el turismo, las inversiones, privadas y públicas, la falta de educación turística, ocasionan la informalidad en el turismo nacional y regional.	HG: “La planificación estratégica en el turismo, la inversión privada y pública, la falta de educación turística, ocasionan la informalidad en el turismo nacional y regional.	<ul style="list-style-type: none"> • La Planificación turística • El MINCETUR • El turismo • el PIB • La inversión privada, • inversiones del MINCETUR, • Infraestructura • La educación • el escaso presupuesto Público • la informalidad 	
PE ₁ : ¿De qué manera la mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciando mayor captación de divisas?	OG ₁ : Describir y explicar que la mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciando mayor captación de divisas	HE ₁ : “La mejor aplicación del Planeamiento Estratégico por el MINCETUR Regional y Nacional incrementaría un mayor número de turistas internacionales propiciando mayor captación de divisas”.	<u>D. Dependientes</u> <ul style="list-style-type: none"> • mayor número de turistas internacionales • mayor captación de divisas <u>V. Independientes</u> <ul style="list-style-type: none"> • aplicación del Planeamiento Estratégico 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la productividad en un 10%
PE ₂ : ¿De qué manera la falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del MINCETUR,	OE2: analizar y explicar de qué manera la falta de inversión privada, el poco	HE ₂ : “La falta de inversión privada, el poco apoyo en inversiones del	<u>V. Dependientes</u> <ul style="list-style-type: none"> • La escasa infraestructura 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la producción

<p>ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa</p>	<p>apoyo en inversiones del MINCETUR, ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa</p>	<p>MINCETUR, y del gobierno Central, ocasionan escasa infraestructura, en hoteles, restaurantes, puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos de Yanahuanca, Pasco y Oxapampa”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • puesta en valor de lugares arqueológicos turísticos. <p><u>V. Independientes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La falta de inversión privada, • poco apoyo en inversiones de MINCETUR, y del gobierno. 	<p>minera en un 15%</p>
<p>PE₃ Como la falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco</p>	<p>OG₃: Analizar y explicar cómo la falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco</p>	<p>HE₃: “La falta de educación y capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR, provoca la informalidad en el turismo de la Región Pasco”</p>	<p><u>V. Dependientes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • la informalidad en el turismo <p><u>V. Independientes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La falta de educación • capacitación turística, el escaso presupuesto en MINCETUR 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del PIB en un 10%

PRODUCTO INTERNO BRUTO
(Millones de soles a precios del 2007)

AÑO	PIB	% PIB	POBL. Miles	PIB. PERC. A prec. 2007)	% PIB PERC.	π	X (Mills. \$)	M (Mills. \$)	BC (Mills. \$)
2007	319693	8.5	28482	11224	7.3	3.9	28094	11591	8503
2008	348923	9.1	28807	12112	7.9	6.7	31018	28449	2569
2009	352584	1.0	29132	12103	-0.1	0.2	27071	21011	6060
2010	382380	8.5	29462	12979	7.2	2.1	35803	28815	6988
2011	407052	6.5	29798	13661	5.3	4.7	46376	37152	9224
2012	431273	6.0	30136	14311	4.8	2.6	47411	41018	6393
2013	456449	5.8	30475	14978	4.7	2.9	42861	42356	504
2014	467376	2.4	30814	15168	1.3	3.2	39533	41042	-1509
2015	482676	3.3	31152	15494	2.2	4.4	34414	37331	-2916
2016	502191	4.0	31489	15943	2.9	3.2	37082	35128	1953
2017	514618	2.5	31826	16170	1.4	1.4	45422	38722	6700
2018	535171	4.0	32162	16640	2.9	2.2	49066	41670	7197

FUENTE: INEI y BCRP