

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE INGENIERÍA ECONÓMICA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ECONÓMICA



**“DETERMINANTES DEL GASTO DE LOS TURISTAS
EXTRANJEROS EN LA CIUDAD DE PUNO 2015”**

ARTÍCULO CIENTÍFICO

EXAMEN DE SUFICIENCIA DE COMPETENCIA PROFESIONAL

PRESENTADO POR:

Bach. WILFREDO WILBER ANCO ORELLANA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

INGENIERO ECONOMISTA

PROMOCIÓN 2009

PUNO - PERÚ

2018

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE INGENIERÍA ECONÓMICA**

“DETERMINANTES DEL GASTO DE LOS TURISTAS
EXTRANJEROS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2015”

ARTÍCULO CIENTÍFICO

EXAMEN DE SUFICIENCIA DE COMPETENCIA PROFESIONAL

Presentado por:

Bach. WILFREDO WILBER ANCO ORELLANA

Para optar el título de:

INGENIERO ECONOMISTA

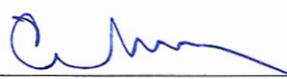
APROBADO POR EL JURADO DICTAMINADOR:



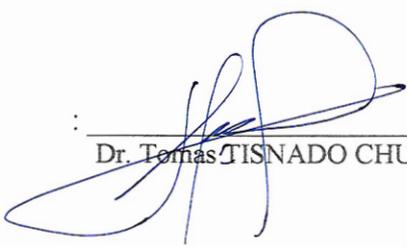
PRESIDENTE

: 
Dr. Edson APAZA MAMANI

PRIMER JURADO

: 
Dr. Víctor CATAORA VIDANGOS

SEGUNDO JURADO

: 
Dr. Tomás TISNADO CHURA

DIRECTOR DE ARTÍCULO CIENTÍFICO

: 
Dr. Eusebio BENIQUE OLIVERA

Área: Economía regional y local
Tema: Turismo regional

AGRADECIMIENTO

- A la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, por haberme ofrecido una profesión.
- A la Escuela Profesional de Ingeniería Económica, docentes y personal administrativo, por impartirnos sus valiosos conocimientos, contribuyendo siempre a la formación profesional.
- A mi madre por haberme apoyado en todo momento, por su confianza brindada en el proceso de esto objetivo, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero mas que nada, por su amor.
- A mi familia, porque con ellos compartí una infancia feliz, que guardo en el recuerdo y es un aliento para seguir escribiendo mi vida profesional.

DEDICATORIA

A DIOS POR DARMER LA OPORTUNIDAD DE VIVIR Y POR ESTAR CONMIGO EN CADA PASO QUE DOY, POR FORTALECES MI CORAZÓN Y ILUMINAR MI MENTE.

A MI MADRE POR SER EL PILAR FUNDAMENTAL EN TODO LO QUE SOY, EN TODA MI EDUCACIÓN, TANTO ACADÉMICA, COMO DE LA VIDA, POR SU INCONDICIONAL APOYO A TRAVÉS DEL TIEMPO.

AL HOMBRE QUE ME DIO LA VIDA, EL CUAL, A PESAR DE HABERLO PERDIDO A MUY TEMPRANA EDAD, HA ESTADO SIEMPRE CUIDÁNDOME Y GUIÁNDOME DESDE EL CIELO.

CON SINCERO AFECTO A TODOS AQUELLOS FAMILIARES Y AMIGOS QUE SIEMPRE ESTUVIERON Y COMPARTIERON BUENOS Y MALOS MOMENTOS EN MI FORMACIÓN PROFESIONAL.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	6
ABSTRACT.....	7
I. INTRODUCCIÓN.....	8
II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Marco teórico	10
2.2. Antecedentes	23
III. MATERIALES Y MÉTODOS.....	27
IV. RESULTADOS	35
CONCLUSIONES	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Nivel de gasto según rangos de edad	36
Tabla N° 2. Grado de satisfacción y el nivel de gasto medio	37
Tabla N° 3. Lugar de procedencia según gasto	38
Tabla N° 4. Rangos de edad según gasto medio.....	39
Tabla N° 5. Estado civil según gasto medio	40
Tabla N° 6. Género según gasto medio	41
Tabla N° 7. Nivel de educación según gasto medio	41
Tabla N° 8. Ocupación del turista extranjero según gasto medio.....	42
Tabla N° 9. Tipo de modalidad de viaje y gasto medio.....	43
Tabla N° 10. Tipo de establecimiento en el que se ha alojado	44
Tabla N° 11. Análisis econométrico	46

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Curvas de indiferencia sobre el número de vuelos de turista.....	17
Figura N° 2. Bienes turísticos, número de vuelos constantes.....	19
Figura N° 3. Bienes turísticos, número de vuelos constantes.....	20
Figura N° 4. Prueba de normalidad de la variable gasto	35
Figura N° 5. Gasto medio por viaje	36
Figura N° 6. Gasto de viaje, por niveles de satisfacción	37
Figura N° 7. Gasto de viaje por estadía media	38
Figura N° 8. Rangos de edad y gasto medio.....	39
Figura N° 9. Estado civil y gasto medio por viaje	40
Figura N° 10. Género del turista y gasto medio por viaje	41
Figura N° 11. Nivel de educación y gasto medio por día.....	42
Figura N° 12. Ocupación del turista y gasto medio por viaje.....	43
Figura N° 13. Tipo de modalidad de viaje.....	44
Figura N° 14. Tipo de establecimiento en el que se ha alojado.....	45

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo analizar los factores que explican los niveles de gasto del turista extranjero de la ciudad de Puno, para lograr ello se ha trabajado con los datos de DIRCETUR Puno, la cual muestra una población de 193,079 turistas extranjeros anuales que llegan a la ciudad de Puno, el promedio mensual de turistas es de 16,090 según información de 2015. Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la tabla de FISHER-ARKIN-COLTON, determinando a 100 turistas extranjeros como muestra, respecto al análisis estadístico se trabajó con el análisis de estadística descriptiva, con las medias de tendencia central y la estadística inferencial, con prueba de normalidad, varianza y el análisis econométrico de Mínimos Cuadros Ordinarios, llegando a la conclusión, de que el gasto de los turistas extranjeros está determinado por los factores de, ingreso económico, nivel de educación, estado civil, edad y satisfacción, dichos factores determinan el gasto debido al nivel de significancia de la probabilidad. Además el coeficiente de correlación es casi perfecta de $R=0.96$, el coeficiente de determinación muestra influencia en un 92,42% sobre la variable gasto, donde el ingreso tiene un incremento de 6 puntos porcentuales, el nivel de educación de post grado tiene un incremento de 203,03, la edad en el rango de 46 a 55 años tienen un incremento de 335,56, el estado civil de casado tiene un incremento de 407,90, y el nivel de satisfacción tienen un incremento de 99,99, el gasto de los turistas extranjeros

Palabras claves: factores, normalidad, econometría, influencia, significancia, gasto, satisfacción, estadía.

ABSTRACT

The research "Determinants of the expenditure of foreign tourists in the city of Puno 2015" has as general objective to analyze the factors that explain the levels of spending of the foreign tourist of the city of Puno, to achieve this has been worked with the data of DIRCETUR FIST; which shows a population of 193,079 foreign tourists per year arriving in the city of Puno, for which it will be 16,090 tourists a month / month according to 2015 information. For the determination of the sample size, the FISHER-ARKIN- COLTON, determining 100 foreign tourists as a sample, regarding the statistical analysis was worked with the analysis of descriptive statistics with the means of central tendency and the inferential statistics with normality test variance and the econometric analysis of Minimum Ordinary Tables, arriving at the conclusion ; The spending of foreign tourists is determined by the factors of; income, educational level, marital status, age and satisfaction, these factors determine the expenditure due, at the level of significance of the probability, in addition the correlation coefficient is almost perfect of $R = 0.96$, the coefficient of determination shows influence in a 92.42% on the variable expenditure, where the income has an increase of 6 percentage points, the level of post-graduate education has an increase of 203.03, the age in the range of 46 to 55 years have an increase of 335, 56, marital status has an increase of 407.90 and the level of satisfaction have an increase of 99.99 the expense of foreign tourists.

Key words: Factors, normality, econometrics, influence, significance expenditure, satisfaction, stay.

I. INTRODUCCIÓN

Las actividades económicas que están relacionadas al turismo tienen una expectativa positiva y un potencial crecimiento en el mediano y largo plazo en los países. Según BADATUR Perú, el turismo ha representado al alrededor del 3.7% del PIB a nivel nacional. En consecuencia, existe la necesidad de fortalecer este sector con políticas públicas y privadas, para que contribuya a la economía en una mayor participación en la producción de servicios turísticos del país.

El impacto económico de flujos turísticos sobre las economías a menudo es notable y constituye una clave importante para el crecimiento económico de pequeñas comunidades a grandes ciudades.

Mejorar los efectos del turismo requiere los datos adecuados y las herramientas para conducir tanto la oferta del sector privado y las acciones de las autoridades. En este contexto, los determinantes del gasto para el consumidor turístico a través de un modelo analítico del gasto.

La econometría ofrece herramientas valiosas para el estudio de las relaciones causales entre gasto turístico y las características de los consumidores, siendo la contraparte empírica de la teoría económica sobre el comportamiento del consumidor. Encontrar e interpretar elementos tales como exigir la elasticidad o semí elasticidad o la cantidad de gasto más probable de los individuos promedio con características específicas, proporcionan valiosa información para mejorar el impacto económico del turismo.

Los trabajos de revisión de Crouch (1994), Lim (1997), Li (2005), Song y Li (2008) declararan un creciente interés de los expertos, tanto en términos de número de estudios y desarrollos metodológicos. Dentro de este conjunto más amplio de estudios de análisis de gasto turístico y sus determinantes ofrecen una visión peculiar de la demanda que permite cuantificar el impacto económico del turismo sobre las economías. Sorprendentemente, el análisis de los elementos que influyen en el gasto turístico, a partir de micro datos, no se ha desarrollado. El análisis de la demanda turística de la información a nivel agregado la demanda turística.

En este sentido, el presente análisis está enfocado a establecer los determinantes del gasto turístico en relación con variables cuantitativas y en especial cualitativas, que se especifican en el grado de satisfacción en relación con los servicios que se proporcionan al turista.

Por último, todo este análisis se realizará con modelos estadísticos y econométricos con el objeto de verificar técnicamente los resultados obtenidos, que serán explicados de forma clara y sencilla.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco teórico

2.1.1. Teoría del consumidor para analizar las determinantes del gasto turístico.

Según Aguilo Perez y Juaneda Sampol (2000) el interés hacia los determinantes del gasto turístico ha de atribuirse a la evolución del mercado turístico, después de los años ochenta. Antes de este periodo el turismo fue visto como un fenómeno de masas teniendo en cuenta el marco de desarrollo económico de fordism como productos con rigidez y alta estandarización. Los cambios en las motivaciones, viajes y las tecnologías condujo a un turista marcadamente diferenciado modelo post-fordist. Hoy en día el producto turístico es una compleja composición de servicios complementarios que sirven a un mercado segmentado alto. La consecuencia práctica para estudiosos y analistas es la necesidad de hacer uso de sofisticadas herramientas para caracterizar la demanda turística. Los modelos econométricos desempeñan un papel central en ofrecer técnicas y enfoques analíticos para explicar el gasto turístico. Su estricta relación con la teoría económica tiene una gran ventaja en cuanto a la interpretación de los resultados. Desafortunadamente no es tan frecuente que investigadores subrayen el marco teórico aplicado. Por lo cual presentamos algunas aportaciones teóricas sobre el comportamiento del gasto de los turistas.

En particular se consideran dos marcos: El primero tiene como objetivo evaluar el papel de un conjunto de variables sobre los niveles de gasto, mientras que la segunda estudia los factores que afectan la decisión de gasto. Ambos hacen uso de datos de la sección transversal.

Los servicios de turismo son considerados como mercancías o bienes normales y analizadas bajo la teoría de la utilidad, maximización de la utilidad. Hauser y Urban (1986) ofrece una visión peculiar, bajo la hipótesis de valor prioritario. Asume que el consumidor enfrenta decisiones periódicas para asignar un presupuesto B en artículos ya planificados y no planificados. Planificadas son llamados “bienes durables” y también incluyen las vacaciones. Si q_j es el número de elementos del artículo j , donde $j = 1, \dots, n$, p_j es el precio esperado de j , y resume la asignación a otras mercancías, U es la función de utilidad, el problema de asignación de B está representado por:

$$\text{Max}U = (q_1, q_2, \dots, q_j, \dots, q_n, y)$$

$$s. t. p_1q_1 + p_2q_2 + \dots + p_jq_j + \dots + p_nq_n + y \leq B \quad (1)$$

Laesser y Crouch (2006) hacen énfasis en que debido a la indivisibilidad e interdependencia de los turistas componentes del producto, una parte de ella no genera una utilidad inmediata, pero genera una utilidad indirecta. Esto no implica que la elección de consumo es un concepto estático o, por el contrario, es dinámico en la naturaleza porque las opciones con respecto a los componentes del producto pueden realizarse de forma aditiva en el tiempo. Especialmente con respecto a los viajes, esto podría implicar relaciones condicionales (incluyendo posibles compensaciones) entre las diferentes dimensiones de los servicios públicos (es decir, si un viajero gasta más de lo normal para su alojamiento, él o ella podría considerar gastar menos en alimentos y bebidas). Encontrar una solución exacta para la maximización restringida de la ecuación (1) puede ser difícil debido a no linealidades en la función de utilidad. Esta es la razón porque Hauser y Urbano (1986) desarrollan el enfoque llamado "prioridad de valor". Suponen que los bienes duraderos se ordenan en las preferencias de compra de los consumidores.

Los artículos son evaluados en función de su utilidad por dólar, es decir u_j/p_j donde u_j es la utilidad marginal. Suponiendo que $g_j = 1$, la ecuación (1) se convierte:

$$\text{Max}U = (u_1q_1 + u_2q_2 + \dots + u_jq_j + \dots + u_nq_n, y) s. t. p_1q_1 + p_2q_2 + \dots + p_jq_j + \dots + p_nq_n + y \leq B \quad (2)$$

Según la hipótesis de la prioridad de valor, la compra real ocurrirá con el fin de comprar el elemento que tiene la proporción más alta u_j / p_j . La compra continuará hasta u_j / p_j está por encima (λ) que mide el valor de gastar un dólar adicional en bienes no duraderos.

La hipótesis prioritaria valor, es válida cuando el consumidor decide sus compras en términos de asignación presupuestaria. Una variación del enfoque denominado «prioridad valor neto» se refiere a la situación de que el precio es un atributo que indica la calidad de los productos cuando el consumidor elige entre las marcas, o cuando se quiere consumir cantidades notables de un bien. La solución mecánica lagrangiana la ecuación (2), que es $u_j - \lambda p_j$ representa el excedente de utilidad sobre el precio y es la

decisión criterio que sustituye u_j/p_j en este segundo caso. El enfoque teórico de Hauser y Urbano es la base de Crouch (2007). Del experimento de elección sobre el consumo de turismo como gasto discrecional. En este sentido, la utilidad de valor constituye una teoría fiable para permitir a los consumidores creen una ordenación de los elementos, que tiene validez predictiva y es consistente con comportamientos tales como el retraso de la compra. El punto de vista del gasto del turismo como discrecional también está presente en el trabajo de Dolnicar (2008), Crouch (2007) destacan que los estudiosos suelen descuidar esta función debido a las dificultades para distinguir lo que es discrecional y lo que no lo es. Para la teoría económica, de hecho, la representación más adecuada de los dos conceptos sería en un continuo de acuerdo con su esencialidad. La teoría económica ha debatido ampliamente sobre las formas alternativas de abordar la elección de los consumidores a comprar productos turísticos. El marco de maximización de la utilidad clásica ha sido de referencia para el análisis económico a pesar de las advertencias surgidas por algunos autores. Según Papatheodorou (2006), el modelo de utilidad maximizando "libro de texto" puede ser insuficiente para explicar la elección turística debido a la separabilidad y discreción en las estructuras de la elección. En 1986, la opinión de Van Raaij, los consumidores racionales se enfrentan a una elección separable multinivel a partir de la decisión de asignar una determinada cantidad de gastos, y seguido por la asignación de tal cantidad de diferentes opciones de viaje. Discreción en la elección es más bien una hipótesis más realista, que contrastan con el modelo clásico suponiendo que el turista representante consume todos los bienes en cuestión al mismo tiempo.

El marco de características del modelo de Lancaster (1966) también contrasta con el enfoque clásico en la medida en que considera por separado el vector de la cantidad total de bienes necesarios para una actividad y teniendo en cuenta las características producidos por cada consumo individual. Tanta cantidad total de mercancías y características depende linealmente de la cantidad de los productos individuales empleados para la actividad. La utilidad es en función de las características, mientras que la cantidad de productos es parte de la restricción de su consumo. La opción de comprar descanso Turismo se toma por lo tanto de acuerdo con la utilidad derivada de las características y no de cantidades.

Una visión alternativa es aquella en la que la demanda de turismo se deriva de un proceso de producción. La combinación de mercado de compra de bienes y el tiempo genera la llamada "producción doméstica".

Complejidades en la elección y el gasto turístico también surgen de la consideración de bienes de turismo como hedónica. En este sentido Laesser y Crouch (2006) destacan que el turismo es una combinación de atributos tangibles e intangibles algunos de los cuales no tienen un precio. Su costo (es decir, el gasto) es, pues, en función de las dimensiones físicas e intangibles / emocionales que son interdependientes e indivisibles en general. De las diferencias de la demanda en esas características reflejan implícitamente diferencias marginales en la utilidad del bien.

Los niveles del gasto turístico según Downward y Lumsdon (2000, 2003) informan de un modelo teórico simple para estudiar los determinantes de los niveles de gasto de los turistas. Como teoría de la demanda estándar predice, cantidad q del individuo k de un producto dado j en el tiempo t está dada por:

$$q_j|t = q(p_j, B_k, T_k|t) \quad (3)$$

Donde p_j es su precio relativo, B_k es el presupuesto del consumidor k y T_k son sus gustos. Como se informó anteriormente, los productos turísticos se consideran como algo normal, y esto implica que el ingreso tiene una relación directa con los gastos (Agarwal y Yochum, 1999; Downward y Lumsdon, 2000). La ecuación (3) no es adecuada para conducir la evaluación de las características de la demanda de datos de corte transversal. El hecho de que se refiere a un tiempo fijo implica que no reporta la información necesaria para evaluar el cambio de los precios relativos. Por otra parte, es difícil definir una medida física de los servicios turísticos también por su naturaleza de bien hedónico (bienes que dan sensaciones agradables o desagradables), y esto es un obstáculo para el aislamiento de los precios a partir de cantidades. Esto conduce a la siguiente curva de Engel en representación de la Ecuación (3) que proporciona una referencia más conveniente para la evaluación de la demanda de todos los bienes turísticos comprados por k :

$$\sum_j p_j q_j|t = pq(B_k, T_k|t) \quad (4)$$

Donde p_j en el lado derecho se convierte en un factor de escala fija, y $\sum_j p_j q_j$ es el gasto total en t . La necesidad de estimar los elementos que concurren en la diferenciación de los mercados conduce conocer, para expresar tanto B_k y T_k en cuanto a las características de los consumidores y que puedan ser medibles. También adoptamos la distinción de Wang et al. (2006) en sociodemográfico (S_k), viaje relacionado (TRK) y

(PK) características psicográficas, además de la cuarta categoría de las restricciones económicas C_k . Este último se extiende el concepto de ingresos para incluir todas las restricciones económicas en el gasto.

Esta distinción será considerada en lo siguiente. Variables relacionadas con el viaje en coche y también provistas de lo que la literatura denomina «falta de tiempo», que por lo general se refieren a la duración de la estancia y del viaje al lugar de vacaciones. Para lo cual el modelo (4) se transformará así:

$$\sum_j p_j q_j | t = pq(C_k, S_k, TR_k, P_k | t) \quad (5)$$

Un segundo enfoque teórico es representado por Alegre y Pou (2004) y está dirigido a modelar la probabilidad de que un consumidor adquiere bienes turísticos. El modelo de utilidad aleatoria de elección discreta binaria de McFadden. Como siempre se le pide al consumidor a elegir la combinación de bienes y servicios que proporcionan la mayor utilidad, dada su limitación presupuestaria y los precios de los productos básicos. Modelo binario simplifica el comportamiento de compra a través de asumir que la alternativa es elegir entre comprar dos productos básicos, digamos i y l , y asumiendo que la decisión es si hay que comprar un servicio de turismo i o no. Si U_i es la función de utilidad indirecta de i (ya que se dan los precios e ingresos), la probabilidad de elegir i está dada por; $P(i) = P(U_i \geq U_l)$ donde $P(l) = 1 - P(i)$. Así, si i es un servicio turístico $P(i)$ depende de la utilidad de la i en comparación con la utilidad de comprar algo más. Función de utilidad indirecta interfaz de usuario es considerado como azar y, como tal, se puede expresar como aditivo función de una parte determinista y aleatorio, respectivamente V_i y ε_i , lo que conduce a $P(i) = P(V_i - V_l + \varepsilon_i - \varepsilon_l) \geq 0$, Expresando $P(i)$ como función lineal de un conjunto de variables x se convierte en:

$$P(i) = P(\beta_i'x - \beta_l'x + \varepsilon_i - \varepsilon_l \geq 0) = P(\beta x + \varepsilon \geq 0) \quad (6)$$

Que es una parte determinista βx más un elemento aleatorio. Una evolución adicional de modelado consiste en los llamados modelos 'de dos partes', donde los determinantes de los dos comportamientos de elegir si gastar en el turismo o no, y el nivel de gastos se evalúan con claridad.

Gasto de los turistas que acceden por avión

Desde el punto de vista teórico, la decisión de la elección de viajar está basada en

el supuesto de que el viajero es “un decisor racional que busca activamente opciones que satisfagan sus planes de viaje, evalúa las opciones identificadas, y selecciona aquella opción que mayor grado de utilidad le satisfaga dada su restricción individual” (Prousaloglou y Koppelman, 1999). Además, de acuerdo con Ben Akiva y Lerman (1985) la probabilidad de que un individuo seleccione una opción es definida como la probabilidad de que su utilidad sea mayor a la utilidad de otras alternativas. De acuerdo con Prousaloglou y Koppelman (1999), cuando los pasajeros eligen un vuelo, intentan maximizar su “utilidad del viaje aéreo”. En su análisis, los elementos que influyen la elección de los viajeros son “la presencia de mercado, la calidad del servicio, la fidelidad, nivel de tarifas y restricción del viaje, y un horario conveniente ofrecido por cada vuelo disponible”.

Desde el punto de vista del comportamiento del turista usuario de una aerolínea y haciendo referencia a la teoría del consumidor (Maddala y Miller 1996, Mochón, 2005; Frank, 2005; Pindyck, 2006), una persona adquiere una serie de bienes (X_i) de tal forma que sus preferencias sobre ellos queden lo más satisfechas posible. Sin embargo, esta elección no es totalmente libre, sino que está condicionada por varios factores: los precios de dichos bienes $P(i)$, los precios de otros bienes $P(j)$ y por “una restricción presupuestaria como consecuencia de su renta limitada” o disponible (Y).

Éstos nos permiten identificar cuál es el conjunto de combinaciones de consumo asequibles, es decir, el conjunto dentro del cual el consumidor puede realizar su elección. La condición que determina a dicho conjunto es la de que el consumidor no puede gastar más de lo permitido por su renta, es decir, en lo que respecta a nuestro ejemplo concreto, el turista no puede gastarse más de su presupuesto destinado para el viaje.

$$\sum_{i=1}^n P_i \cdot x_i \leq Y$$

Suponiendo que una persona quiere realizar un viaje, utilizando el avión como medio de transporte, y teniendo un presupuesto fijo o restricción presupuestaria (Y), intentará satisfacer sus preferencias teniendo en cuenta los precios de todos los bienes del viaje turístico $P(i)$ como los del transporte, el alojamiento, etc. y que dicho gasto no exceda de su presupuesto (Y).

Siguiendo con la teoría del consumidor, como indican Lundberg, Krishnamoorthy y Stavenga, (1995) “La demanda del turismo está influenciada por el concepto económico de utilidad: el beneficio o la satisfacción que una persona obtiene al consumir un producto o servicio”.

La utilidad es un concepto ordinal, que nos permite ordenar las preferencias del individuo sobre los bienes, de forma que dicha utilidad sea mayor en el caso de combinaciones de bienes preferidas y menor en el de combinaciones que lo sean menos. Por lo tanto, no tienen por sí ningún significado, salvo indicar que las combinaciones de bienes son más o menos preferidas. En nuestro ejemplo, el turista realizará su viaje eligiendo la combinación de bienes de la que obtenga la mayor utilidad o satisfacción posible.

Las preferencias de un consumidor se pueden representar por la curva de indiferencia, que refleja la relación marginal de sustitución (RMS) en el consumo. Ésta indica el número de unidades de un bien que deben sacrificarse por unidad adicional de otro, para que el consumidor se mantenga en el mismo conjunto de indiferencia (en el mismo nivel de utilidad). Por otra parte, gráficamente, cuanto más alejada se sitúe la curva de indiferencia del origen, mayor será la utilidad que la cesta de bienes le reporta al agente económico, en el gráfico 1.1 es la curva de indiferencia U_2 .

$$RMS_{x_2}^{x_1} = \frac{dx_2}{dx_1} = -\frac{U_1}{U_2}$$

La elección óptima será aquella que compatibilice su restricción presupuestaria con el conjunto de indiferencia más alejado del origen posible (ver figura 1) (nivel de utilidad que le reporta mayor satisfacción).

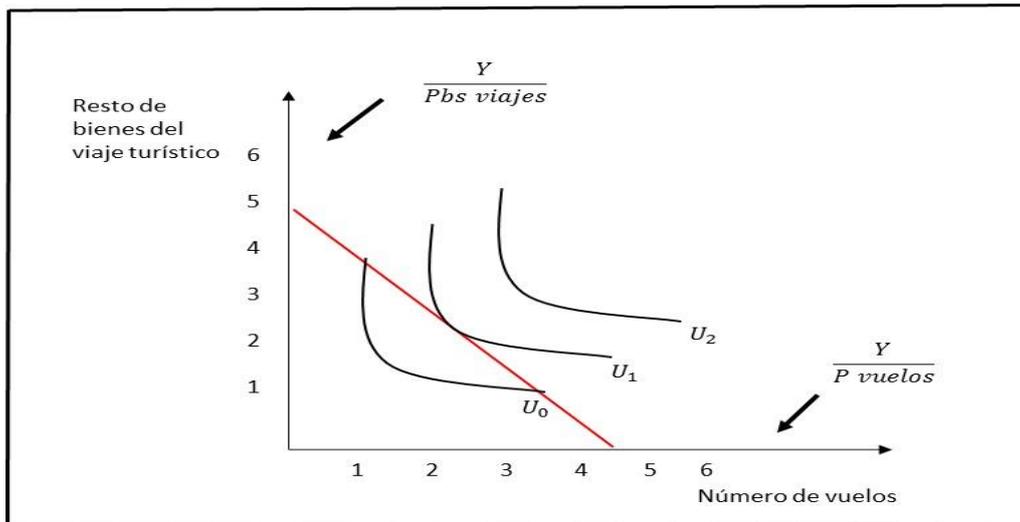


Figura N° 1. Curvas de indiferencia sobre el número de vuelos de turista

Fuente: DIRSETUR

Es decir, podemos suponer al consumidor como un agente que intenta maximizar la utilidad sujeta a una restricción de renta:

$$MaxU = U(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

$$s. a: \sum P_i \cdot x_i \leq Y$$

Utilizando el multiplicador de Lagrange para resolver el problema de maximización, nos lleva a:

$$RMS_{x_j}^{x_i} = -\frac{P_i}{P_j}$$

La combinación en equilibrio es la que cumple esta ecuación, donde se igualan las pendientes de la restricción presupuestaria y la del nivel de utilidad más alejado posible, en el gráfico 1 sería la curva de indiferencia U_1 . Es, por tanto, una condición de tangencia que significa que la relación en la que el consumidor está dispuesto a sustituir los bienes entre sí (según sus preferencias) coincide con la relación en que realmente puede hacerlo en el mercado.

Por lo tanto, en nuestro ejemplo concreto, el viajero de avión prefiere combinaciones situadas en conjuntos de indiferencia lo más alejados del origen posible, es decir, que proporcione el mayor nivel de utilidad para satisfacer al mayor grado sus preferencias, pero al mismo tiempo, solo puede elegir dentro del conjunto de combinaciones que le son asequibles, teniendo en cuenta su renta real y los precios de los

bienes, por lo tanto, se situará en el punto tangente de la curva de indiferencia y la restricción presupuestaria donde se igualan ambas pendientes.

La restricción presupuestaria del presupuesto del viaje, corta a los ejes en las cantidades máximas que podrían adquirirse de los bienes si dedicáramos toda la renta o el presupuesto del viaje, a comprar sólo uno de ellos $\left(\frac{Y}{P_1}, \frac{Y}{P_2}\right)$, pero éste caso concreto o solución esquina difícilmente se producirá, ya que cuando una persona hace un viaje turístico en avión, no puede prescindir del resto de bienes que forma el viaje, es decir, el transporte en avión y el resto de bienes turísticos del viaje como el alojamiento, el consumo de alimentos, etc. Por lo tanto, son bienes complementarios entre sí, es decir, la demanda de uno se asocia a la del otro y por tanto, “cuando aumenta el precio de uno de ellos se reduce la cantidad demandada del otro” (Mochón, 2005). De esta manera, si disminuye el precio del transporte en avión, aumentará la demanda del resto de bienes ya que, posiblemente, se tendrán más recursos para gastar en el lugar de destino.

La pendiente de la restricción presupuestaria es el precio relativo con signo negativo $\left(-\frac{P_1}{P_2}\right)$ reflejando la relación de intercambio que hay entre los bienes en el mercado. Su magnitud nos indica la relación a la que pueden sustituirse los dos bienes, uno por otro sin alterar la cantidad total de dinero gastada. Asimismo, si una persona se sitúa sobre dicha restricción indica que se está gastando toda su renta disponible.

$$P_x \cdot X + P_y \cdot Y = m$$

Tal y como hemos visto anteriormente, las aerolíneas de bajo costo han conseguido disminuir el precio de los vuelos en avión. Este hecho hace que, con respecto a las aerolíneas tradicionales, el precio relativo cambie. Consecuentemente, las “variaciones en el precio relativo generarán cambios en la pendiente de la frontera” o restricción presupuestaria, de esta manera, suponiendo que los precios del resto de los bienes permanecen invariables, la recta presupuestaria rota en sentido contrario a las agujas del reloj con respecto a la coordenada del número de vuelos. Como el precio ha descendido, la cantidad de vuelos en avión que el consumidor puede adquirir ha aumentado. Ahora el turista tiene un mayor poder adquisitivo o una mayor renta real.

Como se puede observar en el Figura 2 el turista tiene ahora la posibilidad de maximizar su utilidad situándose en la curva de indiferencia más alejada del origen (U) y que es tangente al presupuesto del viaje o restricción presupuestaria.

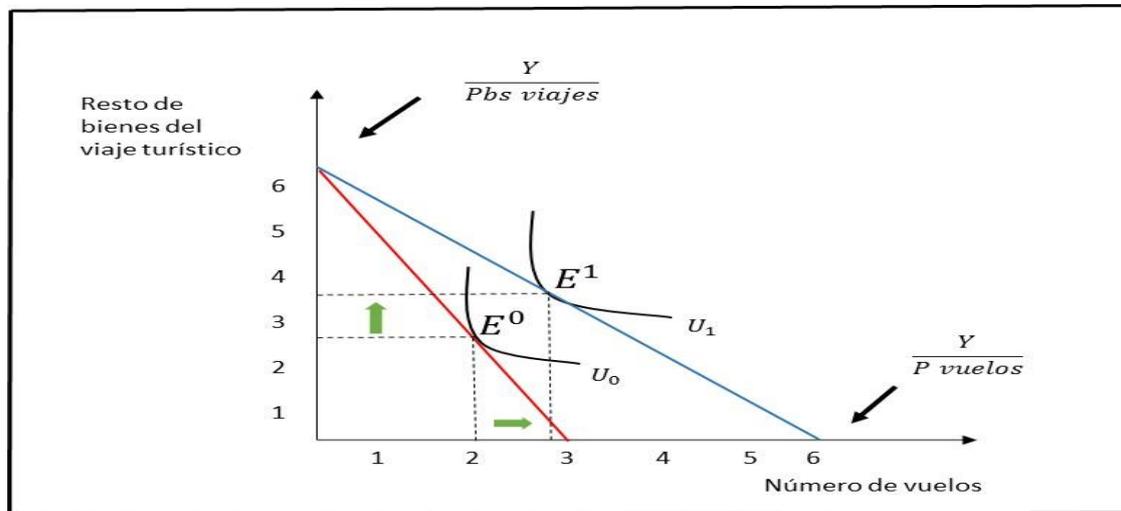


Figura N° 2. Bienes turísticos, número de vuelos constantes

Fuente: DIRSETUR

Por lo tanto, al variar el precio de un bien sin variar la renta monetaria, no solamente se produce una variación del precio relativo, sino que, además, se producen variaciones en la renta real, que se pueden interpretar desde dos perspectivas:

2.1.2. Variación de renta real en términos de capacidad de compra

Si aumenta/disminuye algún precio, con renta monetaria constante, la restricción presupuestaria varía, el consumidor ve disminuidas/aumentadas las posibilidades de consumo que le proporciona su renta monetaria. Bajo la función de demanda Marshalliana se mide el excedente del consumidor. Igualmente, con la función de demanda Hicksiana se miden la variación compensatoria y la variación equivalente.

2.1.3. Variación de renta real en términos de utilidad

Varían los niveles de utilidad asequibles con una renta monetaria que no ha cambiado.

Cuando el consumidor pasa de un equilibrio a otro podemos descomponer el cambio registrado en dos: *efecto sustitución*, que reflejaría la sustitución de un bien por otro al haber cambiado su precio relativo, manteniendo la renta constante y el *efecto renta*, que recoge la influencia que tiene en la decisión de cambio, la variación antes descrita, de la renta real, manteniendo los precios relativos inalterados. En nuestro ejemplo, al

reducirse el precio del transporte en avión, ahora el turista tiene una renta real mayor, teóricamente ahora puede alcanzar un mayor nivel de utilidad o tiene mayor capacidad de compra. Se producirían en un marco teórico, por tanto, un efecto total que podemos descomponer en el efecto sustitución, por el que el turista adquiere mayor cantidad del bien que ha bajado de precio en su viaje turístico y un efecto renta, ya que ahora tiene más recursos para gastar tanto en el destino como en el transporte.

Similarmente, también pueden darse, desde un plano teórico, situaciones extremas en las que el turista destine el incremento de su renta real únicamente a aumentar su frecuencia de vuelos (figura 3) o por el contrario, la dedique sólo a adquirir mayores cantidades de bienes del viaje turístico (figura 3), es decir, realice un mayor gasto en el destino manteniendo el número de vuelos constante.

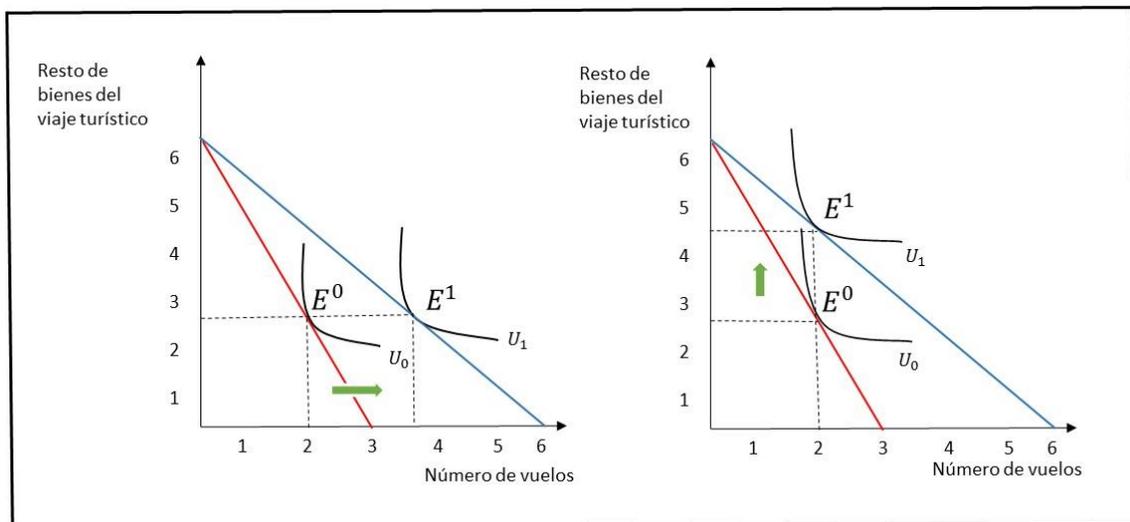


Figura N° 3. Bienes turísticos, número de vuelos constantes

Fuente: DIRSETUR

Por lo tanto, del breve repaso de la parte de la teoría del consumidor más relevante para el análisis de este trabajo, se observa como la disminución en el precio de los vuelos de avión puede tener las siguientes consecuencias:

- a. Aumentar el número de viajes o la frecuencia con la que se hacen (gráfico 3 y caso extremo gráfico 4)
- b. Aumentar el gasto en el resto de los bienes del viaje turístico (gráfico 3 y caso extremo gráfico 4).

- c. Aparece un nuevo turista que antes no viajaba y ahora puede hacerlo, dado el “aumento” de renta real de los consumidores al descender el precio del transporte aéreo.

Adicionalmente, abre otras posibilidades de transacciones como la expansión del mercado de la segunda residencia o la aparición de nuevos destinos turísticos, donde antes la gente no lo consideraba como destino porque le resultaba muy costoso llegar a él, pero ahora con los vuelos ofrecidos por las agencias de viajes, pueden ser incluso turistas residenciales.

Por tanto, hemos analizado desde un plano teórico, el descenso del gasto en transporte de ida y vuelta para los turistas usuarios de compañías *low cost* (*bajo costo*). Aparece como punto relevante conocer el perfil sociodemográfico del turista que utilice las aerolíneas de bajo costo. La importancia de esto radica en que las consecuencias económicas de la reducción del precio del vuelo, hay que enmarcarlas en el perfil demográfico de los usuarios para discernir y conocer mejor las consecuencias derivadas de la incorporación de nuevos transportes aéreos.

2.1.4. Gasto turístico

Una de las variables utilizadas en la investigación turística es el gasto realizado por el turista durante su estancia en el lugar de destino. En lo que respecta a los estudios de funciones de gasto turístico, cabe decir que éstos se enfrentan a una problemática específica, ya que, por una parte, la disponibilidad de bases de datos que cuenten con el necesario grado de detalle para el estudio no es algo frecuente en la actualidad y por otra parte, ésta limitada disponibilidad de datos dificulta muchas veces la capacidad del modelo para diferenciar entre la elevada variedad de motivos que impulsan a los individuos a realizar distintas actividades turísticas (Ramón et al., 1995; Espasa, 1996; Esteban y Reinares, 1996). Asimismo, la teoría económica considera que el gasto turístico constituye un bien “superior” o de lujo y, en consecuencia, cabe esperar que su elasticidad respecto a la renta sea superior a la unidad. No obstante, la mayor propensión a viajar de la población mundial, asociada, a la reducción de los costos de transporte, y el aumento de la competencia en el sector, ligado al desarrollo de nuevas tecnologías, que ha favorecido la aparición del denominado “turismo de masas”, podrían haber modificado esa característica (Varian, 2001; Frank, 2005).

Poon (1993) ya estableció que el mercado turístico está segmentado tanto demográfica como socioeconómicamente. Como resultado, el análisis del mercado turístico es bastante complejo y exige considerar una demanda sofisticada. Se debe de ser capaz, mediante la segmentación de la demanda, de diferenciar un turista de otro a través de una combinación compleja de las características que los definan.

En el mercado turístico, una variable fundamental para emprender un buen análisis puede ser el gasto turístico de sus visitantes. La literatura tiene al respecto un gran número de estudios empíricos con el objetivo de medir la demanda del turismo, tanto en términos de números de turistas como en sus gastos. Gran parte de estos estudios usan series temporales y su objetivo es evaluar el desarrollo temporal de la demanda. Lim (1997), en una revisión de la literatura, clasifica 100 modelos de demanda turística internacional de acuerdo con el tipo de datos usados para las estimaciones. Esta clasificación muestra que sólo nueve modelos usaron datos de corte transversal y nueve utilizaron datos de panel, el resto utilizó series temporales.

En contraste, datos de corte transversal tomados de encuestas son usados normalmente en estos estudios que analizan segmentación de mercados donde se intenta identificar a grupos homogéneos entre una población heterogénea. Para determinar los perfiles correspondientes de los diferentes niveles de gasto (variable dependiente), utilizan un modelo de regresión con variables independientes cuantitativas y cualitativas. Este modelo fue estimado usando datos obtenidos de unas encuestas hechas a los visitantes, dando información sobre las características personales y del viaje en sí.

Asimismo, Aguiló y Jaunedá (2000) estiman el gasto turístico por persona y por día a través de una muestra transversal de las Islas Baleares que permite la caracterización del gasto en grupos correspondientes a diferentes perfiles de turistas a cada destino turístico específico, reflejando la complejidad de los segmentos en los mercados turísticos actuales. Mostrando que un factor importante que influye en el gasto es la nacionalidad del visitante, la edad y la opinión de los turistas acerca de la calidad del destino. Por lo tanto, revisada la teoría del consumidor para un turista que accede con avión, expuestos los diferentes perfiles y comportamientos de los turistas *low cost (bajo costo)* y tradicionales, y vista la importancia de la variable del gasto turístico en la investigación.

2.2. Antecedentes

Franco (2009). Señala en su estudio de “Niveles de satisfacción del turista extranjero”, que la toma de decisiones para una empresa turística o de cualquier otro rubro, debe tener información necesaria y actualizada del comportamiento de los clientes. Las características que posea un producto constituyen un factor determinante en la satisfacción de las necesidades de los turistas, por lo cual, no se puede descuidar el monitoreo constante de la actividad. Tomando en cuenta todos los resultados que este tipo de estudios puedan brindarnos es que podremos tener la firmeza y la confianza para tomar las decisiones más oportunas. De esta manera podremos identificar con anticipación todos los requerimientos que los turistas podrían tener, medidas que nos permitirán prepararnos para dichas exigencias, exigencias que verán reflejados sus frutos en la satisfacción total de los turistas y por ende en la satisfacción personal de cada agente turístico. En la presente investigación se realizó 205 encuestas en la ciudad de Puno, objeto de estudio entre los meses de junio y julio del año 2009. Cabe indicar que la evaluación se centró solo en los turistas que viajaron al Perú por motivos de vacaciones, recreación u ocio.

A continuación, se presentan los principales resultados de esta investigación:

- a) La demanda de acuerdo con los países de residencia, a estado constituida en su mayoría por el género masculino (51,2%) de lo cual nos da entender que se debe de atender estas tendencias adecuando los servicios turísticos para tener en cuenta dicho segmento de la demanda
- b) La edad promedio de 25 a 34 es un (39.0%) lo cual indica que la, mayor afluencia es un segmento joven
- c) El (89.0%) de los visitantes afirma haber visitado Puno por primera vez y el (13.2%) ya realizó el viaje más de una vez.

Canaza (2001). Señala el grado de Satisfacción que se le brinda a los Turistas Extranjeros mediante el servicio de los operadores turísticos y servicios conexos. En el trabajo de investigación partió basándose en la teoría del marketing - Satisfacción al Cliente y el modelo del Diamante Competitivo de Michael Porter, utilizando para el análisis de la información los diferentes métodos estadísticos, Econométricos, llegando así a 5 conclusiones de su investigación; (1) Los turistas extranjeros califican el aspecto de seguridad de las personas y sus propiedades con un nivel promedio de 3.41 (con una ponderación de 1-5) como uno de los calificativos más altos respecto a los demás, de igual forma es el aspecto más importante para ellos. (2) En lo que a seguridad se refiere, existe

mayor porcentaje de insatisfechos por la seguridad en medios de transporte y guías expertos en seguridad y primeros auxilios. (3) En la calidad del servicio las quejas fueron más sobre la impuntualidad de las salidas y llegas de los tours, así también sobre la limpieza y comodidad, y acerca del tamaño de los grupos. (4) Sobre las Instalaciones en Puno, mayor cantidad de Turistas Extranjeros descontentos fue por los aspectos del servicio de agua caliente y atracciones señalizadas y con información. (5) Los turistas extranjeros se sienten apabullados por la cantidad de basura en las calles, atractivos y el Lago. Lugares que deberían ser espectáculos naturales, son más bien espectáculos de descuido en la eliminación de desperdicios y mantenimiento de atractivos.

Vargas (2008). Señala que los factores que determina el flujo turístico son los factores de seguridad, calidad de servicio provocan una disminución de permanencia del turista, también se observa que al haber un crecimiento constante del flujo de turistas el promedio de permanencia es muy bajo con relación a otras ciudades. También destaca que el turismo es sensible a los factores internos y externos que pudieran suscitarse en un determinado lugar turístico como factores políticos, económicos y sociales, como son las huelgas y otros.

Gran parte de las empresas turísticas de Puno son de baja calidad, solo algunos tienen buena calidad, pero son escasas, de igual manera los restaurantes. Puno tiene gran cantidad y variedad de atractivos turísticos, los cuales no son aprovechados por la falta de infraestructura básica, vías de acceso, equipamiento, promoción, difusión, y es calificado como el segundo lugar de mayor importancia. Dado que la permanencia promedio es de 1.28 días siendo muy bajo y dando a entender que solo llegan a Puno de paso llegando de Cuzco con destino a la Ciudad de la Paz, Bolivia.

Plan estratégico de desarrollo turístico en la ciudad de Puno 2021. “Mesa de trabajo de desarrollo turístico de la provincia de Puno”; indica El turista de hoy, que visita el territorio nacional elige destinos auténticos y seguros, busca múltiples experiencias y aprendizaje, así como emociones, los turistas conscientes del costo beneficio. Dentro de las características del turista que visita Perú: personas con mayor poder adquisitivo son hombres de negocio, el 36% tiene un ingreso igual o mayor a los \$80 mil anuales. El 54% de los turistas que nos visitan tienen entre 25 y 44 años de edad, el segmento juvenil creció de 11% en el 2006, a 15% en el 2007, siendo la mayoría con nivel académico superior.

El gasto de los turistas extranjeros es de \$983, los que vienen de vacaciones gastan en promedio \$1,076 y los que vienen por negocios \$1,036. Para los extranjeros las

ventajas comparativas del Perú son sus sitios arqueológicos, comunidades nativas, artesanía auténtica y representativa.

En Puno se realiza diferentes tipos de turismo; turismo cultural, ecoturismo, aventura, turismo, místico, terapéutico. Los atractivos turísticos más visitados en la ciudad de Puno son; isla los Uros 35% de la demanda que llega a Puno, isla Taquile 28%, Sillustani 20%, de la demanda, isla Amantani 14%, otros 3%.

Los turistas extranjeros que nos visitan son; Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Holanda, Australia, España, Francia, Alemania, Italia, Japón, Suiza, sudamericanos y otros.

La tendencia que muestra la demanda turística que visitan Puno, viene en un 56% por conocer el lago Titicaca, otros vienen por conocer la cultura local 27%, algunos visitan Puno por recomendación de amigos 8.65%, turistas de paso a Bolivia 6.77%, otros que no dan razón 1.5%.

Plan estratégico nacional de turismo, pentur 2012 – 2021: “Consolidando un Turismo Sostenible”; Para ellos PENTUR plantea nueve objetivos estratégicos:

(1) Contribuir a incrementar las divisas generadas por turismo receptivo de manera descentralizada; (2) Contribuir a incrementar el flujo turístico y la generación de ingresos por turismo interno, (3) Posicionar el destino Perú a nivel nacional e internacional y la actividad turística como una de las principales actividades económicas del país; (4) Impulsar la competitividad del sector, fortaleciendo la articulación público-privada. (5) Fortalecer el capital humano y las buenas prácticas de calidad de los prestadores de servicios; (6) Promover la mejora de los niveles de seguridad turística en el destino Perú; (7) Promover el desarrollo e interiorización de una cultura turística; (8) Fortalecer los procesos de gestión de turismo sostenible y (9) Promover el fortalecimiento institucional de las Entidades del Estado y de las instituciones encargadas de la gestión de destinos.

Prom Perú: “Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2007, Evaluación en Chiclayo, Trujillo, Huaraz, Arequipa, Tacna y Puerto Maldonado” señala que en la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, las organizaciones consideran de vital importancia medir sistemáticamente la satisfacción de sus clientes y así poder tomar decisiones más certeras.

Conseguir clientes satisfechos permitirá la obtención de los siguientes beneficios: lealtad del cliente y difusión gratuita de las bondades del producto. Siendo esto último sumamente importante para incrementar la participación en el mercado.

Por otro lado, aun cuando en términos generales los servicios turísticos fueron aprobados por los turistas, se detectaron, al igual que en el 2004, dos servicios con deficiencias en casi todas las ciudades evaluadas (excepto Puerto Maldonado). Éstos fueron: el servicio de taxi y el servicio autobús urbano, los cuales presentaron una postura crítica en Chiclayo y Trujillo.

Las debilidades más notorias de estos servicios y de manera recurrente, son las siguientes:

- a) La forma de manejar de los conductores. Estos no respetan las reglas de tránsito, son temerarios, corren y hacen bulla innecesaria con el claxon.
- b) Comodidad y limpieza al interior del vehículo
- c) Trato del personal de los autobuses urbano (chofer y cobrador)
- d) Estado del vehículo (descuidados, antiguos)

Asimismo, la sensación de inseguridad en las calles es un tema que debería llevar a reflexión a los gobernantes de las ciudades (en especial en Chiclayo y Trujillo), pues algunos turistas extranjeros indicaron haber dejado de visitar algunos atractivos y/o centros de entretenimientos nocturnos por temor a ser objeto de asalto o estafa.

Banco de datos turísticos del Perú – badatur (año 2015): El tipo de turismo que desarrolla el turista extranjero en Puno es; ecoturismo al (88%) histórico-cultural (al 30%) y su principal actividad que realizan los turistas son las visitas al lago Titicaca: 44%, visita a la isla de los Uros: 34%, visita a las islas Taquile y Amantani (26%)

III. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología empleada parte de la teoría del consumidor para determinar los niveles de gasto del turista extranjero. Para ayudar a establecer prioridades y hacer una demostración práctica de cómo entender las necesidades del consumidor, se aplicó encuestas a turistas extranjeros (según nuestro tamaño de muestra) con el fin de identificar sus necesidades y preferencias, así como sus impresiones acerca de la visita a Puno. Para ello se pidió que califiquen, según su importancia y la satisfacción obtenida con ellos, como visitas a centros históricos, culturales, centros comerciales, etc. Ello nos ha proporcionado un acercamiento predictivo sobre el gasto turístico.

3.1. Materiales

Según DIRCETUR Puno; la población es de 193,079 turistas extranjeros anuales que llegan a la Ciudad de Puno, para lo cual mensualmente será de 16,090 turistas promedio/mes según información de 2015.

El margen de error será de 10%, y la muestra será de 100 encuestas.

Una población promedio de 16,090 turistas mensual, trabajando con un 10% de error según nuestra tabla necesitamos 100 muestras, para que la confiabilidad sea óptima.

- **Ámbito de estudio:** Hoteles, hostales y hospedajes de la ciudad de Puno.
- **Universo:** conformado por turistas de nacionalidad y residencia extranjera de ambos sexos, de 15 años a más que visitaron la ciudad de Puno por motivos de turísticos.
- **Técnica:** Entrevistas personales directa.
- **Instrumento:** ENCUESTA cuadernillo de 30 preguntas estructurado acorde con los objetivos de la investigación.

3.2. Fuente primaria

Observación mediante Encuestas:

- a) **Por cuestionario:** Dirigido a una parte de la población que fueron contestados por escrito.
- b) **Por entrevista:** Conversación oral con una persona o varias simultáneamente, realizado con los Turistas Extranjeros, Operadores Turísticos y funcionarios del Sector Turismo.

- c) Observación directa Simple: Se obtuvo información mediante la percepción intencionada, selectiva e interpretativa.

3.3. Fuente secundaria

Observación documental: Revisión de documentos actuales o históricos de todo género en cuanto recogen y reflejan hechos y datos de interés.

Revistas: Publicaciones realizadas por la Dirección Regional de Turismo, otros.

Textos: Acerca de las disciplinas de mercadotecnia, Turismo y otros relacionados.

Informes: Trabajos de Investigación sobre el Turismo.

3.4. Método

El método hipotético deductivo

Parte de una premisa general (teorías económicas) para llegar a las conclusiones de un caso particular. En nuestro trabajo se interpreta como deductivo la premisa de que los turistas extranjeros tienen capacidad de gasto, en lo general y concluimos particularmente que tipos de turista tienen menor capacidad de gasto ya sea por su nacionalidad, estado civil, sexo, edad o de acuerdo a su satisfacción. Poniendo énfasis en la teoría, modelos teóricos, la explicación y abstracción, antes de recoger datos empíricos, hacer observaciones o emplear experimentos.

El método hipotético deductivo resulta perfectamente aplicable, que desde luego no excluyen la necesidad de complementar el análisis con otros métodos e informaciones sobre el comportamiento del problema.

3.5. Estadística descriptiva

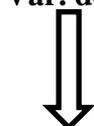
El análisis utilizado para validar nuestras hipótesis será el análisis estadístico y análisis de regresión mediante el método de MCO.

3.6. Modelo econométrico

Según nuestra hipótesis, para ver la relación del grado de satisfacción, estadía, nacionalidad, edad, sexo y estado civil influyen en el gasto de los turistas extranjeros en la ciudad de Puno, su regresión en el siguiente modelo:

Var. dependiente

Variables independientes



$$Gasto = f(Satisfaccion, nacionalidad, Estadia, Edad, Sexo, EstadoCivil, \dots n)$$

Nuestra función de Regresión Muestral será:

$$E(Y_{1i}/D_i x_i) = 0 + 1D_1 + \dots + 4D_4 + 5D_5 + 6D_6 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e_i$$

Donde:

$$Y_{1i} = Gasto$$

$$x_2 = Estadia.$$

$$x_3 = Edad.$$

$$x_4 = Sexo.$$

$$x_5 = Estado civil.$$

Niveles de satisfacción = D₁, D₂, D₃.

D ₁	{	1 Nivel de Satisfacción 2 0 Diferente a 2
----------------	---	--

D ₂	{	1 Nivel de Satisfacción 3 0 Diferente a 3
----------------	---	--

D ₃	{	1 Nivel de Satisfacción 4 0 Diferente a 4
----------------	---	--

Estado civil = D₄

D ₄	{	1 = Sin Compañía (Soltero, Divorciado, Viudo) 0 = Con Compañía (Casado, Conviviente)
----------------	---	---

Nivel de educación = D₅

$$D_5 \begin{cases} 1 = \text{Con Educación Universitaria} \\ 0 = \text{Sin Educación Universitaria} \end{cases}$$

Sexo del encuestado = D_6

$$D_6 \begin{cases} 1 = \text{Varón} \\ 0 = \text{Mujer} \end{cases}$$

La ecuación nos da la media condicional o valor esperado de Y condicionado por los valores fijos o dados de $D_1, D_2, \dots, x_2, x_3$. Por lo tanto el análisis de regresión es de regresión condicional; condicional en los valores fijos de las variables explicatorias, y lo que obtenemos es el promedio o valor medio de Y para los valores fijos de las variables X .

Propiedades del modelo lineal:	$\left\{ \begin{array}{l} Y = \text{es la variable Dependiente} \\ D_1 \text{ a } D_6 = \text{variables dicotómicas} \\ X_2 \text{ a } X_5 = \text{variables explicatorias} \\ e = \text{El término de error estocástico} \\ i = \text{La } i\text{-ésima observación} \end{array} \right.$
---------------------------------------	---

En la asignación de variables dicótomas estamos tratando arbitrariamente las categorías "Satisfacción", "Casados", "Sin instrucción universitaria", "Mujer", como las categorías base, por lo tanto, el intercepto α_0 reflejará el intercepto en esta categoría. Los interceptores diferenciales $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$, y α_6 nos dicen en cuanto difieren los interceptos de las otras categorías, del intercepto de la categoría base. Esto puede comprobarse fácilmente del siguiente modo, suponiendo $E(\mu_i) = 0$, del modelo obtenemos:

$$E(Y_1/D_1 = 0, D_2 = 0, D_4 = 0, D_5 = 0, D_6 = 0, x_2, x_3) = \alpha_0 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3$$

$$E(Y_1/D_1 = 1, D_2 = 0, D_4 = 0, D_5 = 0, D_6 = 0, x_2, x_3) = (\alpha_0 + \alpha_1) + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3$$

$$E(Y_1/D_1 = 0, D_2 = 1, D_4 = 0, D_5 = 0, D_6 = 0, x_2, x_3) = (\alpha_0 + \alpha_2) + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3$$

β_2, β_3 ; Se llaman los coeficientes de regresión parcial:

β_2 ; mide el cambio en el valor medio de Y , $E(Y_i/D_1, D_2, \dots, x_3)$ por cambio de una unidad de x_2 , manteniendo constante las demás variables, en otras palabras nos da la

pendiente de $E(Y/D_1, D_2, \dots, x_3$ con respecto a x_2 manteniendo constante las demás variables.

En forma semejante B3, mide el cambio en el valor medio de Y_1 por unidad de cambio en x_3 manteniendo constante todas las demás variables.

3.7. Variables utilizadas

3.7.1. Definición operativa

Grado de satisfacción de los encuestados, establecido mediante escala de actitudes.

3.7.2. Procedimiento

Aplicación de la escala en cuestión.

Tipos. Por su naturaleza, cualitativas - cuantitativas, en cuanto si bien las medidas se expresan numéricamente, estos números no representan en realidad distancias iguales sino a lo sumo un orden.

Por su amplitud. Individual de satisfacción.

Por su abstracción. La variable en sí es general, midiéndose por la serie de ítems o indicadores que forman la escala utilizada.

Por su escala. Es ordinal, por la razón indicada o escala de Likert.

Nivel de importancia.

Se considera los aspectos que para el turista es importante, siendo según las escalas de Likert, niveles de importancia de 1 a 5:

5 = Muy Importante

4 = Importante

3 = Regular

2 = Poco importante

1 = Sin importancia

3.7.3. Nivel de satisfacción

En este concepto también para dar valor a las variables se utilizarán escalas ordinales o de Likert, los encuestados responderán a la interrogante: ¿Qué tan satisfechos se sienten con respecto a los servicios ofrecidos por los operadores turísticos en Puno? Tal respuesta será luego de haber utilizado el servicio, donde podrá el turista percibir la sensación de satisfacción o insatisfacción. Siendo las escalas:

5 = Muy satisfecho

4 = Satisfecho

3 = Regular

2 = Insatisfecho

1 = Muy insatisfecho

$x_2 =$ Estadía.

Se considerarán los días de permanencia de los Turistas encuestados en la ciudad de Puno.

$x_3 =$ Edad.

Se considera la edad del turista encuestado.

$x_4 =$ Sexo.

Se considera según al turista encuestado.

Femenino () masculino ()

$x_5 =$ Estado civil.

Agrupándolos para nuestro análisis en dos grupos

1.- Sin compañía (Soltera, viuda, divorciada).

2.- Con compañía (Casados, convivientes).

$Y_{1i} =$ Gasto.

Se calculará en moneda extranjera, es el monto que el Turista Extranjero encuestado ha gastado al Visitar Puno, en el trabajo se utiliza la información de la encuesta realizada al turista extranjero.

3.7.4. Modelo de regresión lineal múltiple

La regresión múltiple tiene como objetivo analizar un modelo que pretende explicar el comportamiento de una variable (variable endógena, explicada o dependiente), que designaremos como Y, utilizando la información proporcionada por los valores tomados por un conjunto de variables explicativas (exógenas o independientes), que designaremos por $X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$.

El modelo lineal viene dado de la forma:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Los coeficientes o parámetros B_1, B_2, \dots, B_k denotan la magnitud del efecto que las variables explicativas X_1, X_2, \dots, X_k tienen sobre la variable explicada o endógena Y.

El coeficiente B_0 se denomina término constante o independiente del modelo. El término ε es el error del modelo.

Disponemos de un conjunto de T observaciones para cada una de las variables endógenas y exógenas. Entonces, el modelo tiene la siguiente forma:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 X_{3t} + \dots + \beta_k X_{kt} + \varepsilon_t; t = 1, 2, 3, \dots, T$$

La expresión anterior puede representarse en forma matricial como sigue:

$$\begin{pmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ \vdots \\ Y_t \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1 & X_{11} & X_{21} & \dots & X_{k1} \\ 1 & X_{12} & X_{22} & \dots & X_{k2} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ 1 & X_{1T} & X_{2T} & \dots & X_{kT} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \beta_1 \\ \beta_2 \\ \vdots \\ \beta_k \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} \varepsilon_1 \\ \varepsilon_2 \\ \vdots \\ \varepsilon_t \end{pmatrix}$$

El fin de este método es, básicamente, minimizar la suma de los errores (elevados al cuadrado) que se tendrían suponiendo distintos valores posibles para los parámetros, al estimar los valores de la variable endógena a partir de las variables exógenas en cada una de las observaciones muestrales, usando el modelo propuesto, y comparar esos valores con los que realmente toma la variable endógena. Los parámetros que logran ese

mínimo, el de las suma de los errores cuadráticos, se acepta que son los que estamos buscando, de acuerdo con criterios estadísticos.

Este modelo lineal se formula bajo las siguientes hipótesis clásicas:

- Las variables X_1, X_2, \dots, X_k son deterministas (no son variables aleatorias), porque su valor es constante proveniente de una muestra tomada, y además no están correlacionadas con el término de error ε , es decir, $E(\varepsilon|X_1, X_2, \dots, X_k) = 0$ (hipótesis de exogeneidad).
- La variable ε (término de error) es una variable aleatoria con esperanza nula y matriz de covarianzas constante y diagonal (matriz escalar). Es decir que, para todo t , la variable ε_t tiene media cero y varianza σ^2 no dependiente de t , y además $\text{Cov}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0$ para todo i y para todo j distintos entre sí. El hecho de que la varianza de ε_t sea constante para todo t (que no dependa de t), se denomina hipótesis de homocedasticidad y puede también expresarse como $V(\varepsilon|X_1, X_2, \dots, X_k) = \sigma^2$ y $V(Y|X_1, X_2, \dots, X_k) = \sigma^2$. El hecho de que $\text{Cov}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0$ para todo i distinto de j se denomina hipótesis de no auto correlación.
- La variable Y es aleatoria, ya que depende de la variable aleatoria ε . Además, la relación entre Y y X_1, X_2, \dots, X_k es efectivamente lineal (hipótesis de linealidad).
- También se supone la ausencia de errores de especificación, es decir, que suponemos que todas las variables X que son relevantes para a explicación de la variable Y , están incluidas en la definición del modelo lineal.
- Las variables X_1, X_2, \dots, X_k son linealmente independientes, es decir, no existe relación lineal exacta entre ellas. Esta hipótesis se denomina hipótesis de independencia, y cuando no se cumple, decimos que el modelo presenta multicolinealidad.
- También se considera la hipótesis de normalidad de los residuos, consistente en que las variables ε_t sean normales para todo t .

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis estadístico

Los datos muestran resultados respecto a las variables que determinan el gasto en los turistas extranjeros que visitan a la ciudad Puno, por ello se describe el comportamiento de estas variables con respecto al nivel de gasto.

4.1.1. Prueba de normalidad de la variable gasto

Las respuestas brindadas por los turistas fueron en términos de dólares, por lo que es necesario utilizar el tipo de cambio promedio anual del año 2015, para transformar los datos en soles.

Según el BCRP, el tipo de cambio en el año 2015 fue de S/ 3,19 soles.

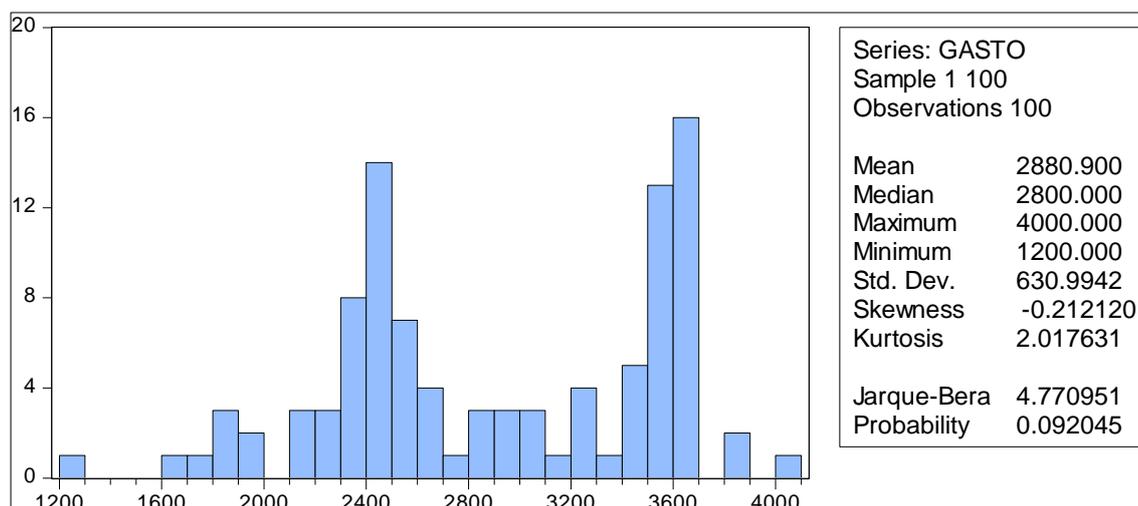


Figura N° 4. Prueba de normalidad de la variable gasto

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La prueba de normalidad de la variable gasto de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Puno, tiene un gasto mínimo de S/ 1200,00 soles y un máximo de S/ 4000,00 soles con una media de S/ 2880,90 soles y una desviación estándar de S/ 630.99 soles respecto de la media, el valor de asimetría es -0.2121, que está muy cerca a Cero y es negativa, indicando que los valores tienen una asimetría negativa y el valor de la kurtosis de 2.017, evidenciando que es una distribución platicúrtica o la concentración de los datos son mayormente a la media, además que el valor de Jarque Bera tienen un valor de 4.7709 con una probabilidad de 0.0920, como dicho valor es mayor a 0,05 entonces se afirma que los datos de la variable gasto provienen de una distribución normal.

Nivel de gasto medio según rangos de edad, del turista extranjero (Soles)

Tabla N° 1. Nivel de gasto según rangos de edad

Edad	Gasto medio
18 - 25 años	1983,33
26 - 45 años	2255,55
36 - 45 años	2295,65
46 - 55 años	3427,45
56 - 65 años	2427,27
Mayores a 65 años	2513,33
Total	2483.763

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Gasto medio por viaje, categorizado por Rangos de edad del turista extranjero

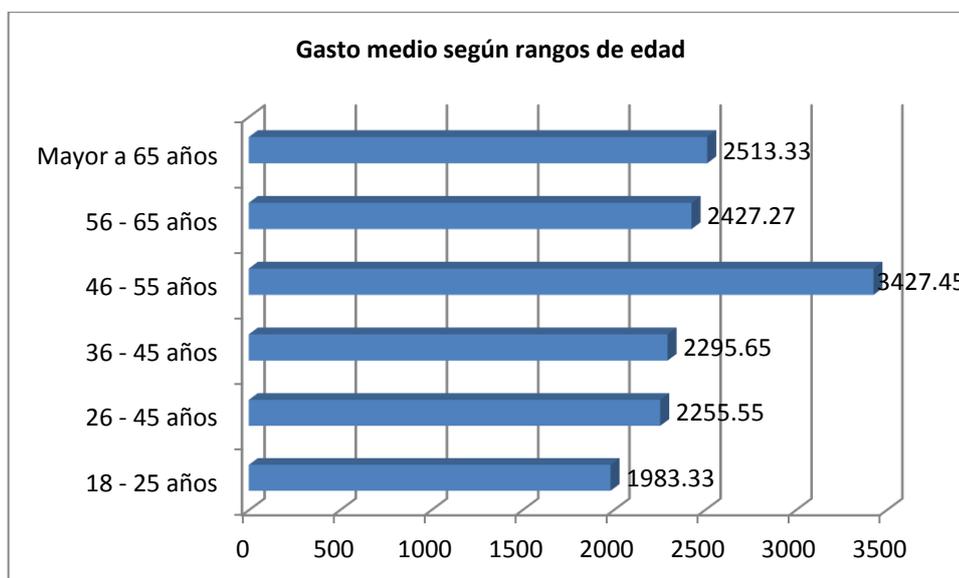


Figura N° 5. Gasto medio por viaje

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Los turistas jóvenes que tienen edades en el intervalo de 18 a 25 años, tienen un gasto de S/ 1983,33 soles y son los que realizan menor gasto en su visita a la ciudad de Puno, además están por debajo del nivel medio de gasto general que es de S/ 2483,76 soles, los turistas comprendidos entre 46 a 55 años son los que tienen mayor gasto alcanzando a S/ 3427,45 soles y están por encima del nivel medio de gasto general, seguido de los visitantes mayores a 65 años con S/ 2513,33 soles, también están por encima del nivel medio de gasto general se demuestra que el flujo de visita por edades mayores a 46 años tienen un gasto mayor y están por encima del gasto medio, que realizan los turistas extranjeros.

Grado de satisfacción y el nivel de gasto medio (Soles)

Tabla N° 2. Grado de satisfacción y el nivel de gasto medio

Nivel de Satisfacción	Gasto Medio en soles
Muy Insatisfecho	1783,33
Insatisfecho	2070,00
Regular	2320,00
Satisfecho	3000,00
Muy Satisfecho	3662,50
Total	2567.16

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Gasto medio/ viaje, por niveles de satisfacción del turista extranjero.

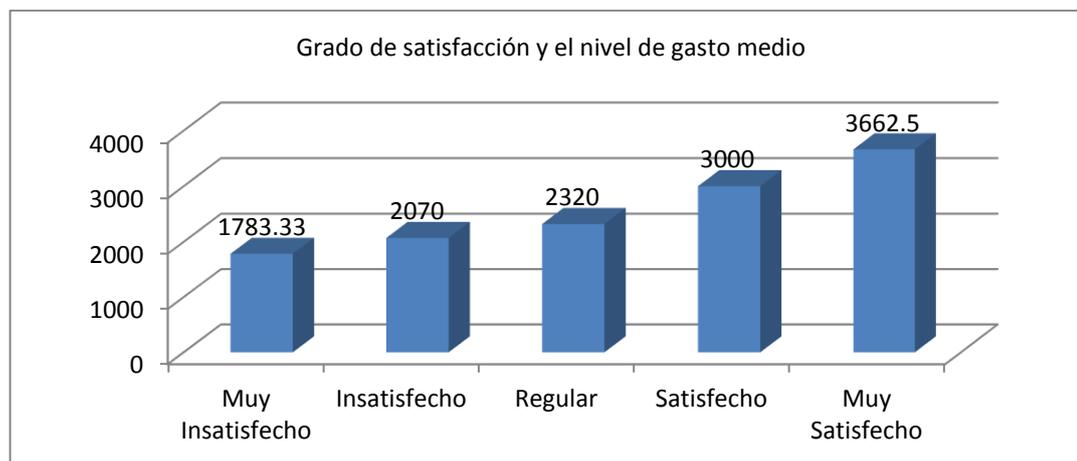


Figura N° 6. Gasto de viaje, por niveles de satisfacción

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El nivel de satisfacción está categorizado por cinco escalas, en ello se observa que; el nivel de muy satisfecho tienen un gasto mayor respecto a los demás y es de S/ 3662,50 soles por día y está por encima del gasto medio general S/ 2567,16, seguido del nivel de satisfecho con un gasto de S/ 3000,00 soles y mayor al gasto medio, mientras que en los demás niveles se tienen un gasto menor a la promedio, el nivel regular de satisfacción tiene un gasto de S/ 2320,00 soles, el nivel de insatisfecho tiene un gasto de S/ 2070 soles y los del nivel muy insatisfecho tienen un gasto de S/ 1783,33 soles, evidenciando que a mayor satisfacción se tienen gastos mayores, encontrando en ello una relación directa en el gasto de los turistas extranjeros

Lugar de procedencia gasto medio según viaje y estadía media (Soles)

Tabla N° 3. Lugar de procedencia según gasto

Procedencia	Porcentaje	Gasto media en soles
América	37.00	2417.3
Europa	32.00	2721.88
Asia	31.00	3598.39
Total	100.00	2912.52

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Gasto medio/ viaje, según procedencia, estadía media del turista extranjero

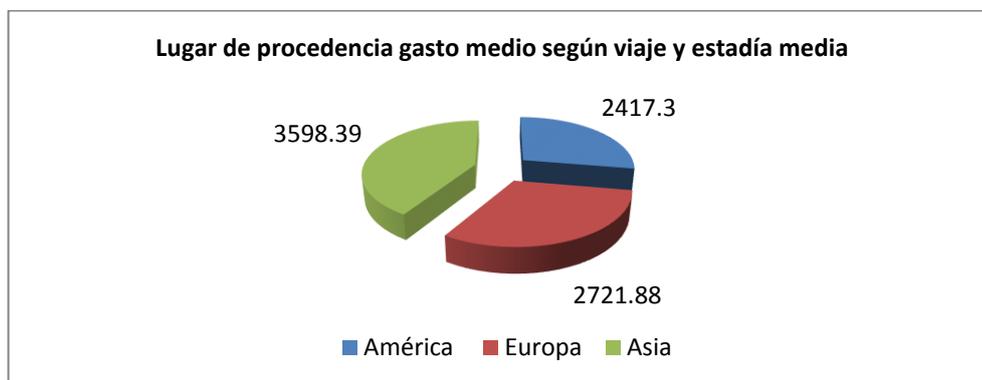


Figura N° 7. Gasto de viaje por estadía media

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla muestra el lugar de procedencia y gasto medio que realizan los turistas extranjeros de procedencia de América, con mayor frecuencia 37% pero con un gasto menor al promedio de S/ 2912,52 soles; seguido de los turistas de procedencia Europea con 32% de frecuencia, también con un gasto de S/ 2721,88 soles que inferior al promedio general, finalmente se tienen turistas de procedencia del continente de Asia con una frecuencia de 31% y cuyo gasto medio es de S/ 3598,39 soles, siendo ésta mayor al promedio general, evidenciando; los turistas con procedencia de Asia tienen gastos mayores.

Rangos de edad - gasto medio (Soles)

Tabla N° 4. Rangos de edad según gasto medio

Edad	Porcentaje	Gasto medio
18-25 años	3,00	1983,33
26-45 años	9,00	2255,55
36-45 años	23,00	2295,65
46-55 años	51,00	3427,45
56-65 años	11,00	2427,27
Mayor a 65 años	3,00	2513,33
Total	100,00	2483.76

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Composición de rangos de edad y gasto medio por viaje

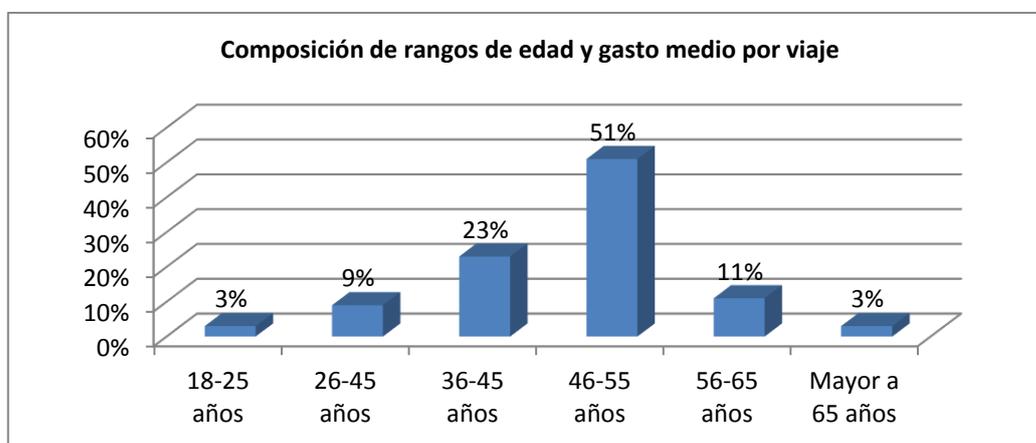


Figura N° 8. Rangos de edad y gasto medio

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Dentro del rango de edad de los turistas extranjeros, se observa que los turistas con edades entre 46 a 55 años tienen mayor frecuencia, alcanzando al 51% y su gasto medio está por encima del gasto medio de S/ 2483,76 soles, seguido de los turistas que tienen edades mayores a 65 años, pero su frecuencia es de 3%, evidenciando que los turistas con edades de 36 años a 45 años tienen una frecuencia del 23%, pero el gato es inferior al gasto del promedio general.

Estado civil - gasto medio por viaje (Soles)

Tabla N° 5. Estado civil según gasto medio

Estado civil	Porcentaje	Gasto medio en soles
Soltero	27,00	2325,19
Casado	44,00	3511,36
Separado	19,00	2381,05
Viudo	10,00	2557,00
Total	100,00	2693.65

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Estado civil y gasto medio por viaje de los turistas extranjeros

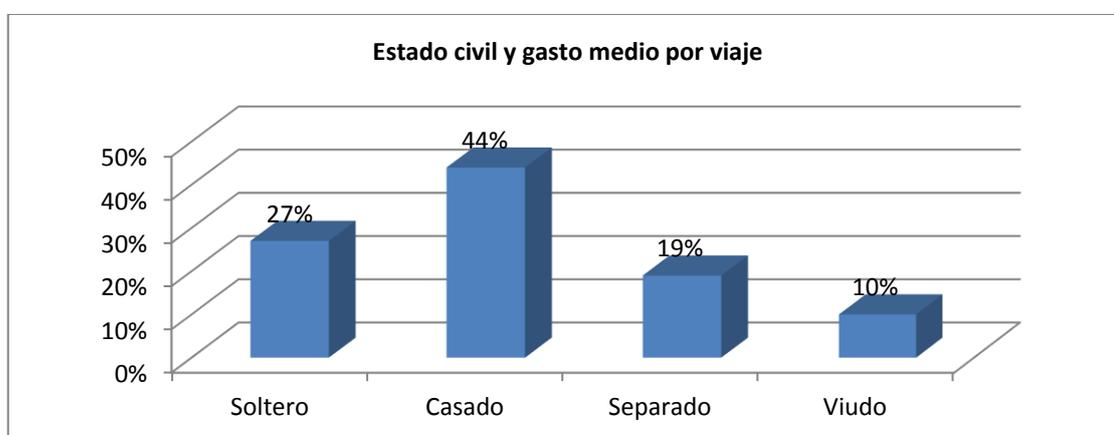


Figura N° 9. Estado civil y gasto medio por viaje

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En la tabla se observa la frecuencia del estado civil de los turistas extranjeros y gasto medio por viaje que realizan, evidenciando que los turistas con estado civil de casado tienen un gasto de S/ 3511,36 soles que es superior al promedio de gasto general y además la frecuencia de ellos son del 44%, seguido de los solteros que tienen una frecuencia de 27% y un gasto de S/ 2325,19 soles siendo ésta menor al gasto medio, evidenciando que los turistas con estado civil casado tienen mayor frecuencia de llegada a la ciudad de Puno y el gasto es también mayor.

Género – Gasto Medio (Soles)

Tabla N° 6. Género según gasto medio

Género	Porcentaje	Gasto medio en soles
Femenino	45,00	3500,00
Masculino	55,00	2374,36
Total	100,00	2937.18

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Género del turista extranjero y gasto medio por viaje

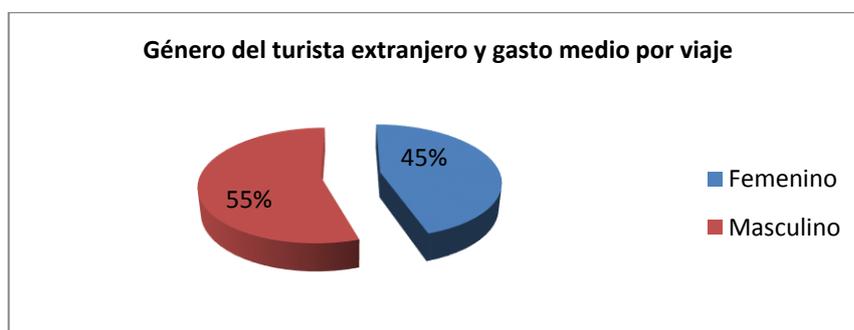


Figura N° 10. Género del turista y gasto medio por viaje

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En la tabla se observa el género del turista extranjero y el gasto medio por día, evidenciando que los turistas de género femenino tienen un gasto de S/ 3500 soles que es superior al promedio de gasto general y la frecuencia de ellos son del 45%, mientras que el turista con género masculino tienen un gasto medio de S/ 2374,36 soles y una frecuencia del 55%, pero el gasto medio es inferior al gasto medio general, evidenciando que los turistas con género femenino tienen mayor gasto en la ciudad de Puno.

Nivel de educación y gasto medio por viaje (Soles)

Tabla N° 7. Nivel de educación según gasto medio

Nivel de educación	Porcentaje	Gasto medio por viaje
Educación secundaria	3,00	1833,33
Bachillerato	13,00	2292,31
Educación universitaria (pre grado)	52,00	2648,85
Educación universitaria (post grado)	32,00	3595,31
Total	100,00	2592.45

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Nivel educativo de los turistas extranjeros y el gasto medio por viaje

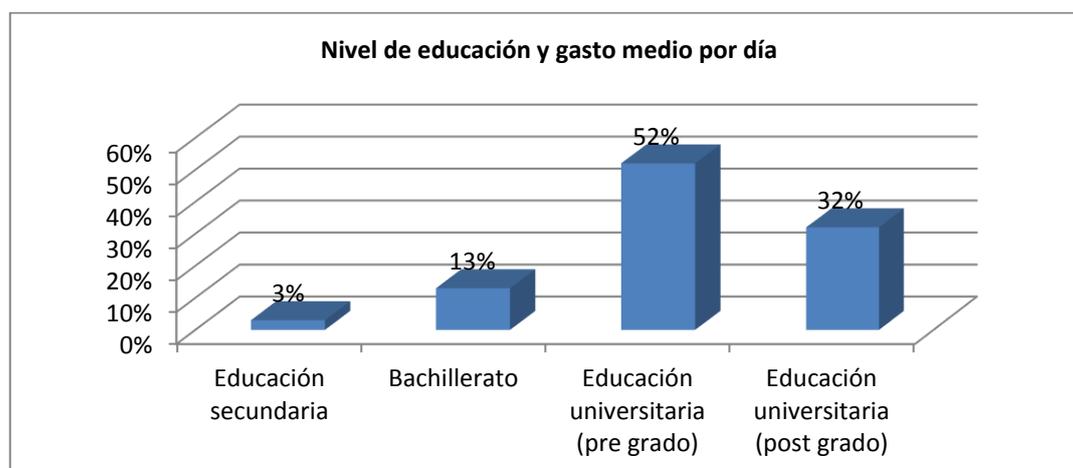


Figura N° 11. Nivel de educación y gasto medio por día

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El Nivel de educación y gasto medio por viaje de los turistas extranjeros que visitan a la ciudad de Puno, se observa que el nivel de educación universitaria (post grado) realizan mayor gasto que alcanza a un promedio de S/ 3595,31 soles, y está por encima del promedio general S/ 2592,45 soles, sin embargo la frecuencia de visita alcanza al 32% y los turistas con educación universitaria (pre grado) tienen gastos también por encima del promedio general S/ 2648,85 soles y frecuencia de visita alcanza al 52%, aquí se evidencia la relación directa, donde a mayores niveles de educación los gastos son también mayores

Ocupación del turista extranjero - gasto medio por viaje (Soles)

Tabla N° 8. Ocupación del turista extranjero según gasto medio

Ocupación	Porcentaje	Gasto medio en soles
Empresario	6%	3683,33
Autónomo o profesión liberal	13%	2395,38
Funcionario o empleado cargo alta dirección	16%	3456,25
Funcionario o empleado cargo medio	16%	3196,87
Funcionario o empleado nivel auxiliar	15%	2423,33
Otros trabajadores y obreros	11%	2339,09
Estudiante o becario	4 %	1587,50
Jubilado o pensionista	19%	3156,32
Total	100%	2779.76

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Gasto medio por viaje según ocupación del turista extranjero

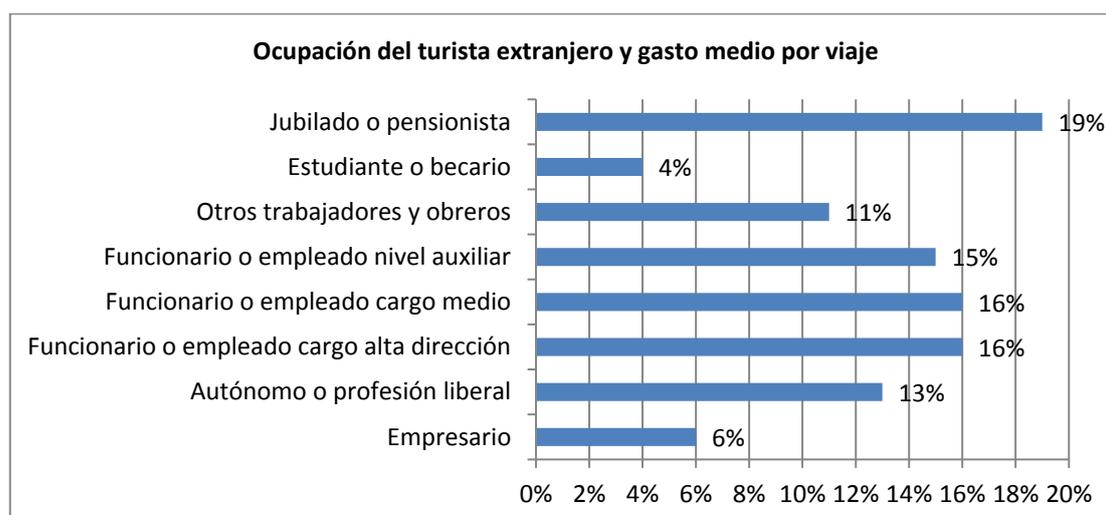


Figura N° 12. Ocupación del turista y gasto medio por viaje

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Los funcionarios o empleados cargo de alta dirección tienen gastos de S/ 3456,25 soles que están por encima promedio general S/ 2779.76 soles, con 16% de frecuencia de que visitan a puno, seguido de los jubilados y pensionistas, quienes también tienen gastos de S/ 3156,32 soles con un 19% del total de visitantes, evidenciando que son los que mayormente visitan a nuestra ciudad de Puno, seguido de los funcionarios o empleados cargo medio, observan do en ellos un 16% de frecuencia y un gasto de S/ 3196,87 soles que está por encima del promedio general .

Tipo modalidad de viaje y gasto medio (Soles)

Tabla N° 9. Tipo de modalidad de viaje y gasto medio

	Porcentaje	Gasto medio en soles
Vino por cuenta propia	67%	2757,91
Vino con agencia de viaje (paquete turístico)	33%	3110,30
Total	100%	2934.11

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Gasto medio del turista extranjero según modalidad de viaje

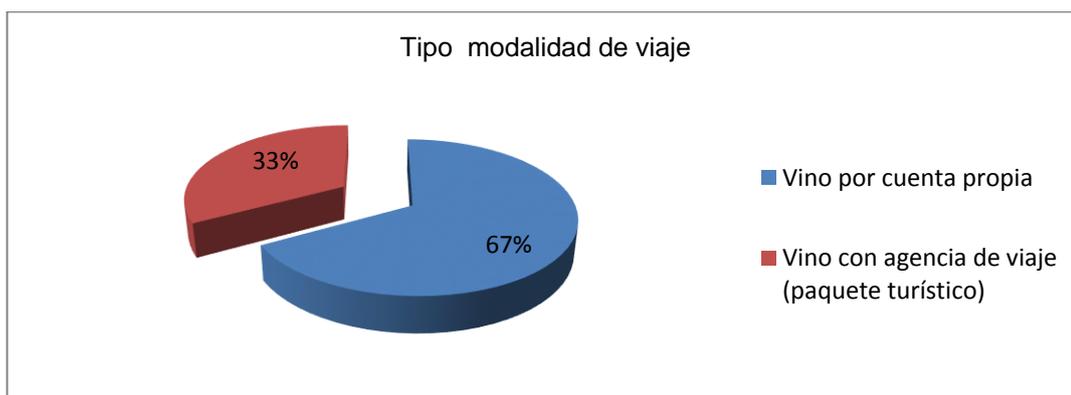


Figura N° 13. Tipo de modalidad de viaje

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El tipo modalidad de viaje y gasto medio con que arriban los turistas a la ciudad de Puno, el 67% que es la mayor frecuencia turistas que vienen por cuenta propia, pero tienen gastos de S/ 2757,91 soles y están por debajo del promedio general de S/ 2934.11 soles, mientras que los visitantes extranjeros que vienen con agencia de viaje (paquete turístico) son de menor frecuencia 33% pero tienen gastos de S/ 3110,30 soles y están por encima del promedio de gasto que es de S/ 2934.11 soles.

Tipo del establecimiento en el que se ha alojado y gasto medio (Soles)

Tabla N° 10. Tipo de establecimiento en el que se ha alojado

Establecimiento	Porcentaje	Gasto medio en soles
Hotel	87%	3017,70
Hostal	13%	1965,39
Total	100%	2491.545

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Gasto medio del turista extranjero según Establecimiento alojado

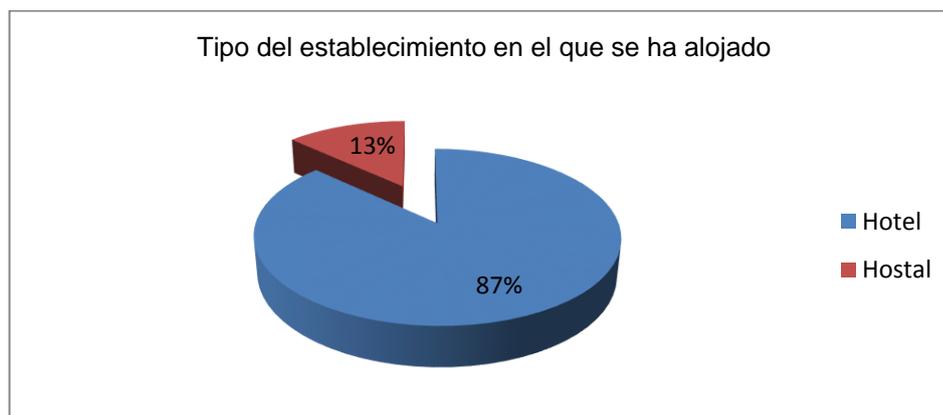


Figura N° 14. Tipo de establecimiento en el que se ha alojado

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El tipo del establecimiento en el que se ha alojado y gasto medio con que arriban los turistas a la ciudad de Puno, es de 87%, se observa que es de mayor frecuencia turistas que hospedan en hotel y tienen gastos de S/ 3017,70 soles y están por encima del promedio general de S/ 2491.545 soles, mientras que los visitantes extranjeros que se hospedan en hostal, son del 13% y es de menor frecuencia pero tienen gastos de S/ 1965,39 soles y están por debajo del promedio de gasto que es de S/ 2491.545 soles.

4.2. Análisis Económico

Con la información proporcionada en las encuestas de los turistas extranjeros, se aplicó el modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios que describe la relación del gasto, ingreso, nivel de educación, estado civil, edad y grado de satisfacción.

Tabla N° 11. Análisis econométrico

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	REG1	REG2	REG3	REG4	REG5	REG6	REG7
INGRESO	0.1581*** (0.01158)	0.1033*** (0.01178)		0.0619*** (0.0088)		0.0631*** (0.0081)	0.0635*** (0.0078)
POSTGRADO		610.1092** (81.1901)		318.9731*** (61.4831)		166.3562*** (64.5520)	203.0375*** (64.5516)
_26_35			272.2222*** (190.7991)				
_36_45			312.3188*** (175.6830)				
_46_55			1444.118*** (170.0273)	648.6212*** (60.6458)		387.7432*** (78.2683)	335.5658*** (79.0298)
_56_65			443.9394*** (186.4123)				
MAS_DE_65			530.0000*** (233.6802)				
CASADO					1186.178*** (69.6552)	407.7869*** (87.1141)	407.9043*** (84.8189)
SEPARADO					55.8674*** (85.3204)		
VIUDO					231.8148*** (105.4756)		
SATISFECHO							99.9983*** (40.1247)
_CONS	1364.0521*** (117.2115)	1694.3041*** (103.4621)	1983.3333*** (165.2369)	1853.3356*** (71.8081)	2325.1846*** (54.8341)	1845.0421*** (65.0938)	1793.3622*** (66.6849)
N	100	100	100	100	100	100	100
ll	-732.8727	-709.9333	-704.4687	-670.7031	-705.0759	-660.3257	-657.1266
Standard errors in parentheses							
* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001							

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas, con el software STATA 13.0

4.2.1. Regresión 1

$$Y = 1364.0521 + 0.1581X_1$$

$$R = 0.81$$

$$R^2 = 0.6552$$

Dónde: Y representa la variable gasto, y X_1 representa la variable ingreso.

Se observa que el nivel de ingreso económico y el gasto que realizan los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Puno, tienen una relación directa.

$b_1 = 0.1581$: El gasto se incrementará en 0.1581 (en promedio), por cada 1 sol de aumento en el ingreso.

Se observa que el nivel de ingreso económico y el gasto que realizan los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Puno tienen una relación directa, por el coeficiente de correlación de $R=0.81$.

Coefficiente de determinación $R^2=0.6552$, donde existe influencia de la variable ingreso económico en un 65,52% sobre la variable gasto; es decir; la variable independiente X_1 (ingreso), explica en un 65,52% a la variable dependiente Y (gasto), además que el valor de probabilidad es altamente significativa, demostrando con ello la relación directa entre el nivel de ingreso y el gasto que realizan los turistas extranjeros en la ciudad de Puno.

4.2.2. Regresión 2

$$Y = 1694.304 + 0.103344X_1 + 610.1092X_2$$

$$R = 0.88$$

$$R^2 = 0.7821$$

Dónde: Y representa la variable gasto, X_1 representa la variable ingreso, y X_2 representa la variable Postgrado (si el entrevistado tiene el grado académico de Postgrado).

Se observa que el nivel de ingreso económico, el nivel de educación con postgrado de los turistas extranjeros y el gasto tienen una relación directa alta.

$b_1 = 0.103344$: El gasto se incrementará en 0.103344 (en promedio), por cada 1 sol de aumento en el ingreso.

$b_2 = 610.1092$: El gasto se incrementará en 610.1092 (en promedio), por un aumento unitario en la variable Postgrado.

El valor del coeficiente de correlación de $R=0.88$, el coeficiente de determinación $R^2=0.7821$, donde existe influencia de las variables ingreso y nivel de educación en un 78,21% sobre la variable gasto, además que el valor de probabilidad es muy significativa,

evidenciando que si existe una relación positiva entre el ingreso económico, nivel de educación y el gasto de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Puno.

4.2.3. Regresión 3

$$Y = 1983.333 + 272.2222X_3 + 312.3188X_4 + 1444.118X_5 + 443.9394X_6 + 530.00X_7$$

$$R = 0.8911$$

$$R^2 = 0.7942$$

Dónde: Y representa la variable gasto, X_3 representa la variable edad del entrevistado (entre 26 a 35 años), X_4 representa la variable edad del entrevistado (entre 36 a 45 años), X_5 representa la variable edad del entrevistado (entre 46 a 55 años), X_6 representa la variable edad del entrevistado (entre 56 a 65 años), y X_7 representa la variable edad del entrevistado mayor a 65 años.

Por la significancia de la probabilidad, los turistas extranjeros con edades en el rango de 46 – 55 años, con edades de 56 – 65 años y mayores de 65 años tiene una relación positiva, se concluye existe una tendencia de gastar más, y a medida que se incrementa los turistas de estas edades lleva a que el nivel de gasto se incrementa; es así que los turistas extranjeros con edades en el rango de 46 – 55 años tienen un incremento en el gasto de S/ 1444,118 soles, evidenciando una tendencia a un gasto más alto, mientras que los turistas con rangos de edad de 56 a 65 años, tienen un incremento de S/ 443,93 soles y los turistas mayores de 65 años tienen un incremento en el gasto S/ 530 soles.

4.2.4. Regresión 4

$$Y = 1853.336 + 0.061994X_1 + 318.9731X_2 + 648.6212X_5$$

$$R = 0.94$$

$$R^2 = 0.9005$$

Dónde: Y representa la variable gasto, X_1 la variable ingreso, X_2 representa la variable Postgrado (si el entrevistado tiene el grado académico de Postgrado), y X_5 representa la variable edad del entrevistado (entre 46 a 55 años)

$b_1 = 0.061994$: El gasto se incrementará en 0.061994 (en promedio), por cada 1 sol de aumento en el ingreso.

$b_2 = 610.1092$.: El gasto se incrementará en 610.1092 (en promedio), por un aumento unitario en la variable X_2 .

$b_3 = 648.6212$.: El gasto se incrementará en 648.6212 (en promedio), por un aumento unitario en la variable X_5 .

Los valores de significancia de la probabilidad, evidencian que los turistas extranjeros con de edades en el rango de 46 – 55 años, con niveles de ingreso alto y nivel de educación de post grado tienen una relación positiva, es decir, tienen una tendencia de gastar más, y a medida que se incrementen estas variables, hay una mayor proporción de gasto en los turistas extranjeros, por el coeficiente de correlación de $R = 0,94$ muestra un modelo casi perfecto.

El coeficiente de determinación de 0,9005 muestra que las variables independientes influyen en un 90,05% en el gasto del turista extranjero cuando visitan la ciudad de Puno.

4.2.5. Regresión 5

$$Y = 2325.185 + 1186.178X_8 + 55.86745X_9 + 231.8148X_{10}$$

$$R = 0.89$$

$$R^2 = 0.8022$$

Dónde: Y representa la variable gasto, X_8 si el entrevistado es casado, X_9 si el entrevistado es separado, y X_{10} si el entrevistado es viudo.

Los turistas extranjeros de estado civil casado gastan más con respecto a los turistas separados y viudos.

El modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios muestra que el estado civil de los turistas extranjeros y el gasto tienen una relación directa alta, por el valor del coeficiente de correlación de $R = 0.89$.

El coeficiente de determinación $R^2 = 0.8022$, donde existe influencia de la variable estado civil en un 80,22% sobre la variable gasto, además que el valor de probabilidad es muy significativa, evidenciando que; los turistas extranjeros de estado civil casado, gastan más con respecto a los turistas de estado civil separados y viudos, debido al nivel de significancia es de 0,000 con un gasto de S/ 1186,17 soles de incremento respecto a los de estado civil separado y viudo respectivamente.

4.2.6. Regresión 6

$$Y = 1845.042 + 0.063115X_1 + 166.3562X_2 + 387.7432X_5 + 407.7869X_8$$

$$R = 0.95$$

$$R^2 = 0.9192$$

Dónde: Y representa la variable gasto, X_1 la variable ingreso, X_2 la variable postgrado, X_5 representa la variable edad del entrevistado (entre 46 a 55 años), y X_8 representa la variable si el entrevistado es de estado civil casado.

Analizando el modelo se evidencia que; el nivel de ingreso, el nivel de educación, las edades en el rango de 46 a 55 años y el estado civil de casado, de los turistas extranjeros, tienen una relación directa alta con el gasto, por el valor del coeficiente de correlación de $R=0.95$.

El coeficiente de determinación $R^2=0.9192$, donde existe influencia en un 91.92% sobre la variable gasto, además que el valor de probabilidad es muy significativa, evidenciando que; los turistas extranjeros, gastan más, siendo estas los factores para el incremento del nivel del gasto turístico, de manera que influye bastante para la visita a nuestra ciudad.

El gasto del turista extranjero en la ciudad de Puno depende de las características sociodemográficas (estado civil, edad, nivel de ingreso), de las características de nivel educación y las características psicográficas (satisfacción) del turista.

4.2.7. Regresión 7

Con todo lo antes descrito y analizado, para determinar que variables que efectivamente influyen en el gasto, se estima por medio del método Mínimo Cuadrados Ordinarios un modelo que determine el gasto, el modelo global con las variables más significativas está dado por; el nivel de ingreso económico, el nivel de educación de post grado, las edades en el rango de 46 a 55 años, el estado civil de casado y el nivel de satisfacción en la categoría de satisfecho, dichos factores determinan el gasto debido, al nivel de significancia de la probabilidad, además que el valor del coeficiente de correlación casi perfecta de $R=0.96$, el coeficiente de determinación $R^2=0.9242$, donde existe influencia en un 92,42% sobre la variable gasto, de ello se plantea el modelo:

$$Y = 1793.36 + 0.06X_1 + 203.03X_2 + 335.56X_5 + 407.90X_8 + 99.99X_{11}$$

$$R = 0.96$$

$$R^2 = 0.9242$$

Donde: Y representa la variable gasto, X_1 la variable ingreso, X_2 la variable postgrado, X_5 representa la variable edad del entrevistado (entre 46 a 55 años), X_8 representa la variable si el entrevistado es de estado civil casado, y X_{11} representa la variable, si el entrevistado está satisfecho con su visita a la ciudad de Puno.

El modelo lineal múltiple, indica que el ingreso tiene un incremento de 6 puntos porcentuales, el nivel de educación de post grado tiene un incremento de S/ 203,03 soles, la edad en el rango de 46 a 55 años tiene un incremento de S/335,56 soles, el estado civil de casado tiene un incremento de S/407,90 soles y el nivel de satisfacción tienen un incremento de 99,99 el gasto de los turistas extranjeros.

Discusión

Los resultados obtenidos en el trabajo de investigación tienen relación con los siguientes trabajos de investigación

Franco (2009): Tesis “Niveles de satisfacción del turista extranjero”, las características que posea un producto constituyen un factor determinante en la satisfacción de las necesidades de los turistas, por lo cual, no se puede descuidar el monitoreo constante de la actividad. Tomando en cuenta todos los resultados que este tipo de estudios puedan brindarnos es que podremos tener la firmeza y la confianza para tomar las decisiones más oportunas. De esta manera podremos identificar con anticipación todos los requerimientos que los turistas podrían tener, medidas que nos permitirán prepararnos para dichas exigencias, exigencias que verán reflejados sus frutos en la satisfacción total de los turistas y por ende en la satisfacción personal de cada agente turístico, la demanda de acuerdo a los países de residencia ha estado constituida en su mayoría por el género masculino(51,2%) de lo cual nos da entender que se debe de atender estas tendencias adecuando los servicios turísticos para tener en cuenta dicho segmento de la demanda, la edad promedio de 25 a 34 es un (39.0%) lo cual indica que la mayor afluencia es un segmento joven, el (89.0%) de los visitantes afirma haber visitado Puno por primera vez y el (13.2%) ya realizado el viajes más de una vez.

Canaza (2001): Tesis “Niveles de Satisfacción y su Relación con La Estadía y el gasto del Turista Extranjero en la Ciudad de Puno”; la Satisfacción que se le brinda a los Turistas Extranjeros mediante el servicio de los operadores turísticos y servicios conexos. En el trabajo de investigación partió basándose en la teoría del marketing - Satisfacción al Cliente y el modelo del Diamante Competitivo de Michael Porter, utilizando para el análisis de la información los diferentes métodos estadísticos, Econométricos, los turistas extranjeros califican el aspecto de seguridad de las personas y sus propiedades con un nivel promedio de 3.41 (con una ponderación de 1-5) como uno de los calificativos más altos respecto a los demás, de igual forma es el aspecto más importante para ellos, en lo que a seguridad se refiere, existe mayor porcentaje de insatisfechos por la seguridad en medios de transporte y guías expertos en seguridad y primeros auxilios, en la calidad del

servicio las quejas fueron más sobre la impuntualidad de las salidas y llegas de los tours, así también sobre la limpieza y comodidad, y acerca del tamaño de los grupos; Sobre las Instalaciones en Puno, mayor cantidad de Turistas Extranjeros descontentos, fue por los aspectos del servicio de agua caliente y atracciones señalizadas y con información.

Vargas (2008): Tesis “Factores determinantes del flujo turístico de la provincia de Puno en el periodo 2000-2005”; uno de factores que determina el flujo turístico son los factores de seguridad, calidad de servicio provocan una disminución de permanencia del turista, también se observa que al haber un crecimiento constante del flujo de turistas el promedio de permanencia es muy bajo con relación a otras ciudades. También destaca que el turismo es sensible a los factores internos y externos que pudieran suscitarse en un determinado lugar turístico como factores políticos, económicos y sociales, como son las huelgas y otros, gran parte de las empresas turísticas de Puno son de baja calidad, solo algunos tienen buena calidad pero son escasas, de igual manera los restaurantes. Puno tiene gran cantidad y variedad de atractivos turísticos, los cuales no son aprovechados por la falta de infraestructura básica, vías de acceso, equipamiento, promoción, difusión, y es calificado como el segundo lugar de mayor importancia. Dado que la permanencia promedio es de 1.28 días siendo muy bajo y dando a entender que solo llegan a Puno de paso llegando de Cuzco con destino a la Ciudad de la Paz, Bolivia.

Similares resultados se han obtenido en el presente trabajo de investigación, “Determinantes que influyen en el gasto de los turistas extranjeros está determinado por los factores de; ingreso económico, nivel de educación, estado civil, edad y satisfacción, el modelo global con las variables más significativas está dado por; el nivel de ingreso económico, el nivel de educación de post grado, las edades en el rango de 46 a 55 años, el estado civil de casado y el nivel de satisfacción en la categoría de satisfecho, dichos factores determinan el gasto debido, al nivel de significancia de la probabilidad, además que el valor del coeficiente de correlación casi perfecta de $R=0.96$, el coeficiente de determinación $R^2=0.9242$, donde existe influencia en un 92,42% sobre la variable gasto, el modelo lineal múltiple, indica que el ingreso tiene un incremento de 6 puntos porcentuales, el nivel de educación de post grado tiene un incremento de 203,03, la edad en el rango de 46 a 55 años tienen un incremento de 335,56, el estado civil de casado tiene un incremento de 407,90 y el nivel de satisfacción tienen un incremento de 99,99 el gasto de los turistas extranjeros.

CONCLUSIONES

-El modelo general muestra el nivel de gasto de los turistas extranjeros, que está determinado por los factores de; ingreso económico, nivel de educación, estado civil, edad y satisfacción, dichos factores determinan el gasto debido, al nivel de significancia de la probabilidad, además que el valor del coeficiente de correlación casi perfecta de $R=0.96$, el coeficiente de determinación $R^2=0.9242$, donde existe influencia en un 92,42% sobre la variable gasto, el modelo lineal múltiple, indica que el ingreso tiene un incremento de 6 puntos porcentuales, el nivel de educación de post grado tiene un incremento de 203,03, la edad en el rango de 46 a 55 años tienen un incremento de 335,56, el estado civil de casado tiene un incremento de 407,90 y el nivel de satisfacción tienen un incremento de 99,99 el gasto de los turistas extranjeros.

-Por la significancia de la probabilidad, los turistas extranjeros mayores de edad, a partir de los 46 años muestran una relación positiva, por ello se concluye existe una tendencia de gastar más, y a medida que incrementen los turistas en estas edades, lleva a que el nivel de gasto también incremente; es así que los turistas extranjeros con de edades en el rango de 46 – 55 años tienen un incremento en el gasto de 1444,118 soles, evidenciando una tendencia a un gasto más alto, mientras que los turistas con rangos de edad de 56 a 65 años, tienen un incremento de 443,93 soles y los turistas mayores de 65 años tienen un incremento en el gasto 530 soles.

-Existe una fuerte correlación entre el nivel de ingreso económico, el nivel de educación con postgrado de los turistas extranjeros y el gasto, tienen un relación directa alta, por el valor del coeficiente de correlación de $R=0.88$, además que el coeficiente de determinación $R^2=0.7821$, evidencia que existe influencia de las variables ingreso y nivel de educación en un 78,21% sobre la variable gasto, además que el valor de probabilidad es muy significativa, evidenciando que; existe una relación positiva entre el ingreso económico, nivel de educación y el gasto de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Puno.

-Se concluye que los turistas extranjeros de estado civil casados tienen un efecto directo sobre el gasto turístico en la ciudad de Puno, dicha relación es directa y alta, por el valor del coeficiente de correlación de $R=0.89$, el coeficiente de determinación $R^2=0.8022$, donde existe influencia de la variable estado civil en un 80,22% sobre la

variable gasto, además que el valor de probabilidad es muy significativa, evidenciando que; los turistas extranjeros de estado civil casado, gastan más con respecto a los turistas de estado civil separados y viudos, debido al nivel de significancia es de 0,000 con un gasto de 1186,17 soles de incremento respecto a los de estado civil separado y viudo respectivamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agarwal, V. B., y Yochum, G. R. (1999). *El gasto turístico y la casta de los visitantes. revista de investigación sobre el viaje*, 173-176 pp.
- Aguiló Pérez, E., y Juaneda Sampol, C. (2000). *Gasto de los turistas de los mercados de turismo masivo. Revista Annals, Investigaciones Turísticas*, 624-637 pp.
- Alegre, J., y Pou, L. (2004). *Determinantes microeconómicos de la probabilidad de consumo turístico. Economía del Turismo*, 125-144 pp.
- Ben Akiva, M. y Lerman, S. (1985). *Análisis de Elección Discreta: Teoría y Aplicación a la demanda de viajes*, Cambridge, MA.
- Canaza Bedoya, H. (2001). *Niveles de satisfacción y su relación con la estadía y el gasto del turista extranjero en la ciudad de Puno*. Tesis Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ingeniería Económica.
- Crouch G.I, Oppewal H., Huybers T., S. Dolnicar, Louviere JJ, y Devinney T. (2007). *Gastos discrecionales y Turismo Consumo: Revelaciones de un modelo de elección. revista de investigación de viaje*, 247-258 pp.
- Dolnicar, S., Crouch, GI, Devinney, T., Huybers, T., Louviere, JJ, y Oppewal, H. (2008). *Turismo y la asignación de los ingresos discrecionales. La heterogeneidad entre los hogares*.
- Downward, P., y Lumsdon, L. (2000). *La demanda de visitas de un día: Un análisis de los gastos de los visitantes. Economía del Turismo*, 251-261 pp.
- Downward, P., y Lumsdon, L. (2003). *La demanda de visitas de más de un día: un análisis de gastos de los visitantes. Economía del Turismo*, 67-76 pp.
- Espasa, A. (1996). *Características de la demanda en los estudios econométricos sobre el turismo e implicaciones de política económica y de estrategia empresarial. Información Comercial Española*, vol. 749, 77-88 pp.
- Esteban, A. y Reinares, E. (1996). *La investigación de la demanda turística en España: recopilación y análisis. Estudios Turísticos*, vol. 129, 81-104 pp.
- Hauser, J., y Urban G. (1986). *Las hipótesis de prioridad Valor de Presupuesto Planes de consumo. Revista de investigación de los consumidores*, 446-62 pp.
- Laesser, C., y Crouch, G. I. (2006). *La segmentación de los mercados de los patrones de gasto de viaje: el caso de los visitantes internacionales a Australia. revista de*

- investigación de viaje, 397-406.
- LIM (1997). *Revisión de Modelos internacionales la demanda turística*. Revista Annals, Investigaciones Turísticas, 835-849 pp.
- Lundberg D., Krishnamoorthy M., y STAVENGA M. (1995). *Economía del Turismo*. Ed. John Wiley y Sons.
- Poon, A. (1993). *Turismo, Tecnología y Estrategias Competitivas*. Wallingford: CAB International.
- PROMPERU (2011). *Perfil del turista extranjero - Perú*, Promperu, Lima -Perú.
- Ramón, A.B. Y Abellán, M.J. (1995). *Estacionalidad de la demanda turística en España*. Papeles de Turismo, vol. 17, 47-73 pp.
- Van Raaij, W. F. (1986). *La investigación del consumidor en el turismo: construcciones mentales y del comportamiento*. Revista Annals, Investigaciones Turísticas, 1-9 pp.
- Lancaster, K. J. (1966). *Un nuevo enfoque de la teoría del consumidor*. Revista de la economía política, 132-157 pp.
- Vargas Cañasaca S. (2008). *Factores determinantes del flujo turístico de la provincia de Puno en el periodo 2000-2005*. Tesis Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ingeniería Económica.
- Wang, Y., Rompf, P., Severt, D., y Peerapatdit, N. (2006). *Examinando e identificando los determinantes de los modelos de los gastos de viaje*. Revista internacional de turismo de investigación, 333-346 pp.

ANEXOS

ANEXOS N°1

Atractivos Turísticos**A. Históricos Monumentales**

Los sitios Históricos: Se consideran principalmente los Templos ubicados en la zona que constituye el potencial turístico más importante y significativo de la ciudad de Puno. La mayor parte de ellos son de estilo arquitectónico muy sui-generis, desarrollado en la Zona, que ha venido a dar varias denominaciones como "estilo barroco andino" y 'estilo mestizo', que florecieron durante el siglo XVIII sobre la estructura de los templos ya existentes de los Siglos XVI y XVII. Entre los más importantes destacan los siguientes:

- Catedral de Puno.- Ubicada en la Plaza de Armas, construida en el siglo XVII por el Aladrife Simón de Asto, trabajada en Piedra, conserva intacta su esbeltez, con un Beno importante en cruz latina, estilo Barroco combinado con motivos indígenas. En el interior destaca el altar con el cristo de la barla.
- Casa Conde de Lemus.- Casa Vetusta ubicado a un costado de la catedral en la esquina de las calles Deustua y Conde de Lemus, en ella se tiene el primer Balcón de Madera construido en Puno, sitio donde se alojó el Virrey Conde de Lemus cuando llegó en 1668 a sofocar la Rebelión de los hermanos Salcedo y a fundar la ciudad de Puno.
- Arco Deustua.- Ubicado a dos cuadras del Parque Manuel Pino, se construyó en 1847 en honor a la memoria de los patriotas que lucharon en La Batalla de Junin y Ayacucho. Esto es de Piedra labrada, con dos glorietas y anfiteatros laterales.
- Iglesia la Merced.- En ésta Iglesia se guardan tres imágenes que el pueblo venera con gran devoción: El Señor de Huanca, el Señor de la Sentencia y la Virgen de la Merced patrona de las Armas del Perú; está a cargo de los Padres Mercedarios.
- Templo Santa Barbara de Chucuito.- Ubicado en la Plaza de Armas de estilo renacentista que pertenece al Siglo XVI; tiene una influencia Mudéjar.
- Iglesia Santa Cruz de Jerusalem.- Tiene un componente netamente Mestizo, terminado de Piedra presenta una gama de decoración de estilo de la Región.
- Iglesia San Pedro de Acora.- Único templo de la Región con una fachada de influencia en el decorado y sistema constructivo de estilo árabe - europeo llamado Mudéjar, muy difundido en monumentos arquitectónicos españoles.

B. Atractivos Naturales

Entre los atractivos Naturales consideramos los siguientes:

- Lago Titicaca

Este hermoso espejo de agua, es compartida por las Repúblicas del Perú y Bolivia, está entre los 15o41' y los 16o35' de Latitud Sur entre los 68o37' y 70o02' de Longitud Oeste del Meridiano de Greenwich; a una altitud de 3810 m.s.n.m., tiene una superficie aproximada de 6490 Km² su irregular Morfometría registra una longitud mayor de 176 Kms y un ancho máximo de 75 Kms, siendo su ancho promedio de 50 Kms según la Leyenda, Manco Capac y Mama Ocllo emergieron del lago sagrado navegable más alto del Mundo para fundar el Imperio de los Incas.

El Lago Titicaca, es importante por los recursos naturales que brinda al poblador ribereño.

Constituye un gran atractivo turístico, por la diversidad de paisajes naturales que presenta especialmente en su contorno, por su flora y fauna, por los expresados anteriormente puede fortalecer la Afluencia Turística del contorno circunlacustre y a las Islas Amantaní, Ampatahua, Chillahuacta, Soto, Chirata, Ustuta, Iscaya, Caawa, Yuspique, Suana y las Flotantes de los Uros.

- Isla Taquile

Esta Isla por sus características paisajísticas y culturales se considera como uno de los atractivos turísticos más importantes del Departamento se encuentra ubicado a 36 Kms. al este de la ciudad de Puno, cuenta con un área aproximado de 12 Km² que comprende 6100 mts. largo y 5850 mts. Longitud en su parte ancha, goza de un agradable microclima.

La actividad artesanal es textil, se destaca por la producción de chalecos, camisas, gorras, fajas, cintas y otros tejidos a mano y de gran valor artístico que se comercializan a través de su tienda artesanal y otros establecimientos de la ciudad de Puno.

La actividad turística, se ha constituido como un rubro complementario muy importante en la economía de la población, se ejecuta a través de los servicios de transportes, hospedaje, alimentación y otros, que se proporcionan a los turistas, para tal efecto la población ha organizado un tipo de turismo de servicio comunal que por su particularidad gusta a los extranjeros que tienen que adecuarse a la hospitalidad y normas de la Isla.

- Isla Amantani

Este distrito de Puno es de gran interés étnico, paisajístico y arqueológico ubicado a 37 Kms. al Nor Este de la ciudad de Puno, es de forma circular con diámetro promedio aproximado a 4.5 Kms.

La isla presenta atractivos turísticos muy importantes especialmente paisajísticos y arqueológicos con los recursos de dos templos paganos destinados a rendir culto a la tierra y a sus dioses.

Su naturaleza es pródiga en bellos paisajes que contrastan con la inmensidad del Lago Titicaca, y está rodeada de bellas y hermosas playas de Arena Blanca que pueden ser promocionadas físicamente.

C. Lugares Arqueológicos

Lugar Arqueológico de Sillustani.- Ubicado en el distrito de Atuncolla a 34 Kms. de la ciudad de Puno, es conocido por sus grandes monumentos funerarios llamadas "Chullpas" o Aya Wasis con definido acabado, también existen chullpas de acabado rústico, que corresponde a épocas pre incas, éstas chullpas como todas las existentes en la región, tienen una pequeña abertura de ingreso, orientados al lado Oeste. El atractivo de la Zona es complementado por un Moderno Museo de sitio que guarda las reliquias halladas en la Zona Arqueológica.

Lugar Arqueológico de Cutimbo.- Se encuentra ubicado a 35 Kms. de la ciudad capital del departamento se caracteriza básicamente por sus Torres Funerarias Chullpas, restos de Andenes que tienen características de construcciones incas.

Lugar Arqueológico Kenko .- Ubicada en las cercanías del distrito de Acora, es una especie de una fortaleza formada por Muros de Piedras como sistema de canales de origen posiblemente post-Tiahuanaco, también muy cerca esta los restos arqueológicos de "Qopamaya", así mismo al lado Oeste se ubican las chullpas de rinconada y a 5 Kms. al Sur los restos arqueológicos de "Molloco".

Lugar Arqueológico de Inca Uyo .- Ubicado en el distrito de Chucuito, a 19 Km. de la ciudad de Puno, se trata de restos incas, con características decorativos y/o construcciones eróticas.

Sitio Arqueológico de Taquile.- Ubicada en la Zona del mismo nombre, en el Lago Titicaca a 36 Kms. de la ciudad de Puno, se caracteriza por la existencia de asentamientos humanos de la época pre inca que conocieron sistemas constructivos avanzados, sobre todo, en la solución de cobertura a través de techos, planos, calles angostas y espacios abiertos, muy similar a una plaza.

D. Museos

Entre los Museos tenemos:

a. Museo Dreyer : Ubicado frente a la casa del Conde de Lemos, muestra colecciones de oro y plata, alfarería, momias, armas, reliquias de diversas épocas. Además posee una colección numismática y documentación de la ciudad de Puno.

b. Museo del "Centro Arqueológico de Sillustani" : Ubicado en Sillustani, mostrando los mismos restos del sitio.

c. proyectos a priorizar el 2010 será la de un museo mitológico, que busca revalorar la visión de la cultura quechua y aimara en figuras que cuentan el pasado y que se mantienen vivas en la cultura popular. El lugar que albergaría el museo estaría ubicado cerca de la Universidad Nacional del Altiplano. “El museo permitirá rescatar pinturas y monumentos elaborados por los artistas puneños”, remarcó.

E. Artesanía y Arte Popular:

La subregión de Puno presenta ricas y variables expresiones artesanales y por supuesto de Arte Popular, con creaciones peculiares que caracterizan la zona altiplánica sobre todo por ser una ciudad turística, tanto la artesanía como el arte popular últimamente han tenido un auge y una diversificación es sus especialidades y creando nuevas características, aprovechando los recursos potenciales existentes en los pueblos del Altiplano.

Los desarrollos más notables de la Artesanía, son la producción de cerámica, tejidos con fibras de Alpaca, trabajo con Totora (Balsas). Mientras que el arte popular está manifestado principalmente con objetos de miniatura, con expresiones o representaciones grotescas propias del Altiplano, expresadas mayormente en arcilla

F. Artística

Este rubro está representado fundamentalmente por:

- La Pintura
- La Escultura

A nivel de la región se tiene muestras pictóricas, los cuales se encuentran en las distintas parroquias de la zona, son de gran valor y son patrimonio de los mismos.

En estos rubros artísticos fundamentalmente predominan esculturas de estilo cusqueño; se hallan diseminados en casi todos los templos de la zona; La Escultura se caracteriza porque es a base de Maguey (Tipo de Madera), acabado con yeso fino y policromado. En tanto los lienzos tienen acabado dorado con pan de oro, recubierto con láminas de oro.

Existen manifestaciones de tipo Español, de tendencia manierista (de Juan Francisco de Moncada) y del Italiano pintor Padre Jesuita Bernardo Bitti, el cual se puede observar en la Virgen de Asunción, de Templo de Santo Domingo de Chucuito.

G. Ferias y Mercados

En la Ciudad de Puno, los días sábados se lleva las Ferias Sabatinas en sus diversos mercados y calles, es más en muchos Distritos semanalmente se llevan acabo ferias de intercambio comercial de productos en días diferentes denominados "Qcatus", donde aún persiste el trueque, o la shala y se llevan ferias Anuales con motivos de algunas Festividades Religiosas de los pueblos del Altiplano.

H. Folklore

El entusiasmo del pueblo Puneño por el Folklore es contagioso, especialmente por su variedad de danzas, su mejor expresión, que se conviene en el Lenguaje emotivo y brillante, en un mensaje alucinante de música, poesía y coreografía. Razón por la cual Puno es considerada como la Capital del Floklóre Peruano, por sus innumerables manifestaciones folklóricas donde el poblador expresa sus sentimientos a través de la creación artística que interpreta diversos paisajes de su vida.

Expresiones Religiosas y Creencias Populares

La actividad del Pueblo de Puno, se enmarca en creencias, costumbres y ritos que constituyen una relación espiritual entre el hombre con Dios y con la sociedad, las costumbres aún se practican en la Región; entre ellos; el pago a la tierra, el pago al Lago, la marca de Ganado; el Servinacuy, la Medicina Folklórica, el Chaco, Mitos y Creencias.

I. Música Y Danza

Puno es una Región que cuenta con una serie de manifestaciones musicales y de danzas, se reconocen más de 300 danzas y bailes típicos que por su ubicación se dividen en danzas quechuas y aymaras, las danzas autóctonas comprenden los mas diversos géneros: Hay danzas dramáticas como es el "Choquela", Guerreras como el "Chiriwano", Marciales como el "Qhapu", viriles y fuertes con las "Zampoñas", pastoriles como la "Llamerada", músicas como la "Kullahua", agrícolas como los "Carnavales", ceremoniales como el "Casarasiri", Románticas como es "Qajelo", entre otros tenemos:

- | | | |
|----------------------|------------------|---------------|
| - Los Wifalas | - Carapultis | - Tundique |
| - Sicuris de Taquile | - Sicuris | - Rey Moreno |
| - Carnaval de Ichu | - Puri puris | - Rey Caporal |
| - Los Lanlacos | - Los Mula mulas | - Diabladas |
| - Machu Tusus | - Tinti waca | - Otros |

- Pandillas Puneñas

J. Otros Atractivos

Existen otros atractivos muy importantes como la existencia de micro clima especiales, en ciertas zonas circundantes, hace que el paisaje presente variaciones con ambientes de abundante forestación que componen lugares muy atractivos de Ambiente Natural, se complementan las Lagunas, Ríos, Cerros, Nevados, Valles Interandinos, de Flora y Fauna y los Afloramientos de Aguas Termales propicias para Baños de Salud, entre los principales tenemos:

- Aguas Termales de Loripongo, a 25 Kms de la ciudad de Puno, carretera a Moquegua.
- Bahía de Puno, ubicada entre la península de Chucuito y Capachica con innumerables atractivos paisajísticos.
- Playas de Huencaña y Charcas, ubicado en el Distrito de Acora.