UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS
FACULTAD DE NEGOCIOS
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“Análisis de los factores que influyeron en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, durante el periodo 1996-2018”

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado de Negocios Internacionales

AUTOR(ES)

Cardenas Llontop, Yerussa Stephanie (0000-0002-1339-418X)

Cier Caverro, Carla Cecilia (0000-0001-8685-555X)

ASESOR

Velarde Portugal, Manuel Pío (0000-0002-4548-3582)

Lima, 09 de Octubre 2020

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, que desde muy niña me alientan a siempre luchar por mis metas y sueños, son mi ejemplo y mi gran inspiración. estaré eternamente agradecida por sus consejos y enseñanzas.

Carla Cier

Agradezco a Dios, mi familia y abuela quienes son la razón de mi ser y forman parte de mis deseos superación día a día. Asimismo, esta investigación y todo mi esfuerzo está dedicado a mi prima Gigliola Llontop, quien siempre estará en mi corazón y mis pensamientos; ella me deja un gran reto en esta vida.

Yerussa Cardenas

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar de manera conjunta nuestros más sinceros agradecimientos a todas las personas que colaboraron durante todo el proceso de nuestra tesis, por compartir información de valor y de gran aporte a nuestra investigación y que de alguna manera nos alentaron para llegar hasta el final de la tesis con sus conocimientos, consejos y apreciaciones.

Primero, agradecer a nuestras familias, quienes son nuestro principal apoyo y motivación para lograr nuestras metas en el día a día.

Segundo, agradecemos a todos aquellos expertos que contribuyeron con sus experiencias y aportaron interés y tiempo; donde tuvimos la oportunidad de poder aprender un poco más, gracias a sus técnicas de información y estrategias.

Tercero, agradecemos a nuestro asesor Manuel Pio Portugal, por ser nuestro guía en nuestra fase de investigación. Por último, le damos las gracias a nuestro coordinador Carlos Azabache por tener la predisposición de apoyarnos desde el inicio del presente trabajo.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar los factores que influyeron en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, durante el periodo 1996-2018. El objetivo principal es confirmar si el PBI per cápita de los turistas internacionales, la apertura comercial y el tipo de cambio real, influyen positivamente en los turistas internacionales al momento de realizar un viaje al Perú.

Para ello se ha realizado un análisis de los principales países que representan la mayor demanda turística para el Perú, los cuales representan más del 60%. Asimismo, se ha usado un modelo de data panel dinámico; sometiéndose el mismo a pruebas previas de verificación de datos, para dar veracidad al modelo.

El presente trabajo de investigación posee un enfoque cuantitativo, basado en información de fuentes secundarias. Por otra parte, como forma complementaria, se realizaron entrevistas a expertos en el turismo para poder tener un panorama más amplio sobre el tema y así realizar un trabajo más enriquecedor. Según los resultados obtenidos del modelo, se evidencia que existe una relación estructural obtenida, lo cual brinda una relación positiva y estadísticamente significativa entre las variables explicativas PBI per cápita y apertura comercial.

Finalmente, la variable tipo de cambio real si bien es cierto no constituye una variables explicativa, si adopta al modelo en su rol de forma logarítmica como una variable determinística, es decir es excluida de las elasticidades a largo plazo pero cumple su rol de establecer tendencia que siguen las demás variables.

Palabras clave: Turismo; datos de panel dinámico; demanda turística; número de llegadas; factores determinantes; PBI per cápita; Apertura Comercial; Tipo de cambio.

“Analysis of the factors that influenced the development of tourism demand in the main countries for Peru, during the period 1996-2018”

ABSTRACT

The main objective of this research is to analyze the factors that influenced the development of tourism demand in the main countries for Peru during the period 1996-2018. The main objective is to confirm whether the GDP per capita of international tourists, trade opening and the real exchange rate, positively influence international tourists when making a trip to Peru.

To this end, an analysis has been carried out of the main countries representing the highest tourism demand for Peru, which represent more than 60 %. A dynamic data panel model has also been used; it is submitted to previous data verification tests to give the model accuracy.

This research has a quantitative approach, based on information from secondary sources. Moreover, as a complementary form, interviews were conducted with tourism experts in order to have a broader picture on the subject and thus to carry out a more enriching work. According to the results obtained from the model, it is evident that there is a structural relationship obtained, which provides a positive and statistically significant relationship between the explanatory variables GDP per capita and trade opening.

Finally, the real exchange rate variable while true does not constitute an explanatory variable, if it adopts the model in its role logarithmically as a deterministic variable, that is, it is excluded from long-term elasticities but fulfills its role in establishing trends that follow the other variables.

Keywords: Tourism; panel data; tourist demand; number of arrivals; determinants; GDP per capita; Commercial Opening; Exchange rate.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	4
1.1 DEFINICIONES	6
1.1.1 Comercio de Servicios	6
1.1.2 Exportación de servicios	8
1.1.3 Turismo según OMT	10
1.1.4 Panorama Internacional del Turismo	10
1.1.5 Informe turístico internacional de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO)	12
1.1.6 Informe de competitividad de viajes y turismo de World Economic Forum (WEF)	13
1.1.7 Demanda del turismo receptivo	15
1.1.8 Oferta de turismo emisor	17
1.1.9 Mercado Turístico.....	18
1.1.10 Clasificación del turismo	18
1.1.11 Turismo receptivo	19
1.1.12 Turismo receptivo en el Perú	22
1.1.13 Flujo de turistas internacionales	28
1.2 ANTECEDENTES EPISTEMOLOGICOS	40
1.2.1 Antecedentes Internacionales	40
1.2.2 Antecedentes Nacionales.....	48
1.3 BASES TEÓRICAS.....	49
1.3.1 Teorías del Comercio Internacional	50
1.3.2 Teorías de internacionalización.....	52
1.3.3 Normativas relacionadas	57
CAPÍTULO 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.	61
2.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	61
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	63
2.2.1 Problema General.....	64
2.2.2 Problemas Específicos	64
2.3 OBJETIVOS	64
2.3.1 Objetivo General.....	64
2.3.2 Objetivo Específico	64
2.4 HIPÓTESIS	65

2.4.2 Hipótesis Específicas	65
2.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	65
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	70
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	70
3.1.1 Enfoque de la investigación	71
3.1.2 Diseño de la investigación	72
3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	72
3.3 PROCESO DE MUESTREO: TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	80
3.3.1 Población de estudio.....	80
3.3.2 Tamaño de la muestra.....	80
3.3.3 Mapeo de Actores Clave	81
3.4 INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS PARA EL RECOJO DE LA INVESTIGACIÓN	83
3.4.1 Etapa principal: Investigación cuantitativa.....	83
3.4.2 Investigación cualitativa (complemento)	84
3.5 LIMITACIONES Y PARÁMETROS	87
CAPITULO 4. DESARROLLO Y APLICACIÓN.....	88
4.1 APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA CUANTITATIVA	89
4.2 APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA CUALITATIVA (COMPLEMENTO).....	93
4.3 OTRAS APLICACIONES O DESARROLLOS DE INVESTIGACIONES.....	96
CAPITULO 5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	99
5.1 ESTADÍSTICAS INFERENCIALES	99
5.1.1 Estadísticas inferenciales de las variables.....	99
5.2 ANÁLISIS BIVARIADO	101
5.3 TEST DE RAÍZ UNITARIA.....	101
5.4 PRUEBAS DE COINTEGRACIÓN	118
5.5 ESTIMACIÓN DEL MODELO: PANEL DINÁMICO.....	118
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	122
REFERENCIAS	124
ANEXOS	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Llegada de turistas internacionales (millones) a los países competidores de Perú en el año 2017-2018	22
Tabla 2. Preferencias de alojamiento según motivo de viaje	25
Tabla 3. Llegada de turistas internacionales según país de residencia al Perú durante el periodo 1996-2018.....	28
Tabla 4. Demanda turística chilena	31
Tabla 5. Demanda turística de Estados Unidos de América.....	32
Tabla 6. Demanda turística de Ecuador	34
Tabla 7. Demanda turística de Colombia	35
Tabla 8. Demanda turística de Argentina	36
Tabla 9. Demanda turística de Brasil.....	38
Tabla 10. Evolución del sector turístico en Perú en los años 1996-2004 (US\$ millones) ...	66
Tabla 11. Evolución del sector turístico en Perú en los años 2004-2018.....	67
Tabla 12. Cuadro de operacionalización de variable.....	78
Tabla 13. Mapeo de actores clave de la investigación	81
Tabla 14. Perfil de entrevistados	86
Tabla 15. Resumen de Entrevistas.....	95
Tabla 16. Test de Raíz Unitaria – variable demanda turística.....	102
Tabla 17. Primera diferencia – variable demanda turística	103
Tabla 18. Test de Estacionariedad de Hadri - variable demanda turística	103
Tabla 19. Test de Estacionariedad de Hadri en primera diferencia - variable demanda turística	104
Tabla 20. Test de Raíz Unitaria – variable PIB	105
Tabla 21. Primera diferencia – variable PIB	107
Tabla 22. Test de Estacionariedad de Hadri - variable PIB	107
Tabla 23. Test de Estacionariedad de Hadri en primera diferencia - variable PIB	109
Tabla 24. Test de Raíz Unitaria – variable Apertura Comercial	110
Tabla 25. Primera diferencia – variable Apertura comercial.....	111
Tabla 26. Test de Estacionariedad de Hadri- variable Apertura Comercial.....	112
Tabla 27. Test de Estacionariedad de Hadri en primera diferencia - variable AP	113
Tabla 28. Test de Raíz Unitaria – variable Tipo de Cambio real	114
Tabla 29. Primera diferencia – variable Tipo de cambio real	115

Tabla 30. Test de Estacionariedad de Hadri – variable Tipo de cambio real	116
Tabla 31. Test de Estacionariedad de Hadri en primera diferencia - variable TC	117
Tabla 32. Mínimos Cuadrados Ordinarios Dinámicos	118
Tabla 33. Correlograma de los residuos	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Crecimiento mundial del comercio mundial de mercancías y de servicios. Adaptado de OMC, UNTAC, ITC (2019).....	6
Figura 2. Participación del comercio de servicios, por modo de suministro. Adaptado de Secretaría de la OMC (2019).....	8
Figura 3. Evolución del comercio mundial de servicios, por sectores, 2005-2017. Adaptado de OMC (2019).....	9
Figura 4. Evolución de la llegada (millones) de turistas internacionales e ingresos por turismo. Adaptado de OMT (2019)	12
Figura 5. Ranking de competitividad de los países según informe de competitividad de viajes y turismo. Adaptado del informe de TTCR (2017).	14
Figura 6. Evolución de la llegada (millones) de turistas internacionales en el Perú entre los años 1996-2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020).....	15
Figura 7. Ingresos de divisas por turismo receptivo en el Perú durante el periodo 1996-2018 (millones de \$). Adaptado de MINCETUR/ Superintendencia Nacional de Migraciones/ BCR/INEI (2020)	16
Figura 8. Salidas de peruanos residentes al exterior durante el periodo 1996 - 2018 (millones). Adaptado de MINCETUR/INEI.(2020).....	17
Figura 9. Llegadas de turismo internacional (millones) por regiones en 2018. Adaptado de Promperú (2018).....	20
Figura 10. Procedencia de turistas extranjeros que visitan Perú. Adaptado de Promperú (2018).	23
Figura 11. Motivos de viaje al Perú 2018. Adaptado de Promperú (2018).	24
Figura 12. Regiones más visitadas por los turistas extranjeros al Perú en el 2018. Adaptado de PROMPERÚ (2018).	26
Figura 13. Matriz de priorización entre aspectos de interés y motivaciones de viaje. Adaptado de PROMPERÚ (2016).....	27
Figura 14. Participación de los principales países con mayor demanda para el Perú desde el año 2004 al 2018. Elaboración Propia.....	30
Figura 15. Número de arribos de turistas chilenos al Perú entre los años 1996 -2018. Adaptado de MINCETUR/ INEI (2020)	31
Figura 16. Número de arribos de turistas estadounidenses al Perú entre los años 1996 - 2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020).	33

Figura 17. Número de arribos de turistas ecuatorianos al Perú entre los años 1996-2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020).	34
Figura 18. Número de arribos de turistas colombianos al Perú entre los años 1996 - 2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020)	36
Figura 19. Número de arribos de turistas argentinos al Perú entre los años 1996 – 2018 Adaptado de Mincetur (2019).....	37
Figura 20. Número de arribos de turistas brasileños al Perú entre los años 1996 – 2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020).	39
Figura 21. Competitividad de las Naciones. Adaptado del libro de Porter (1990).....	51
Figura 22. Modelo Dawyer y kim Adaptado del libro de Dawyer y Kim (2003)	53
Figura 23. Fuerzas del micro y macro entorno. Adaptado del libro de Kotler y Armstrong (2014)	55
Figura 24. Modelo teórico de enfoque espacial. Adaptado del libro de Mariot (2003).	57
Figura 25. Modelo teórico de enfoque espacial. Adaptado del libro de Palhares (2002)....	57
Figura 26. Número de miembros de la OMC con compromisos, por sector servicios. Adaptado de OMC (2015)	58
Figura 27. Ingresos de exportación por categoría de productos (USD miles de millones). Adaptado de OMT - OMC (2017).....	61
Figura 28. Perú: Llegada de turistas internacionales de turistas internacionales según país de residencia. Adaptado de MINCETUR (2020)	68
Figura 29. Llegada de visitantes extranjeros (miles) al Santuario Histórico de Machu Picchu durante el periodo 1996 al 2018. Elaboración propia.....	77
Figura 30. LTUR Y LTUR ESTIMADO. Elaborado en EViews en base a procedimientos propios	119
Figura 31. Histograma de Residuos. Elaborado en EViews en base a procedimientos propios	120

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el comercio de servicios ha experimentado un crecimiento sostenible en las últimas décadas, con una tasa de crecimiento de 7,7% en 2018. Asimismo, según los especialistas de la Organización Mundial del Turismo, definen que, “El comercio de servicios, abarca desde las comunicaciones hasta el transporte, las finanzas, la educación, el turismo y los servicios relacionados con el medio ambiente” (párr.1). De esta manera, se hace referencia que el comercio de servicios representa una pieza fundamental en la participación de las cadenas de valores mundiales. (OMC, 2020).

El turismo como modalidad de exportación de servicios, es uno de los sectores que más predomina en la economía por su rápido crecimiento y desarrollo, representando la tercera mayor categoría de exportaciones del mundo con el 10,4% del producto interior bruto (PIB) y ser considerado el eje responsable de 313 millones de trabajo a nivel mundial. (OMC, 2018).

Se pudo hacer un análisis de las cifras de llegadas internacionales de un nivel macro hasta llegar a un nivel micro lo que conlleva a hacer un estudio del turismo receptivo.

Según la Organización Mundial del Turismo (2019), sostuvo que, “En el año 2017, se registraron 1.326 millones de llegadas de turistas internacionales y en el 2018 se incrementó a 1.400 millones, lo que supone un importante crecimiento del 6% sobre el año anterior”. Asimismo, las cifras mencionadas anteriormente reflejan un repunte económico mundial.

En cuanto a la región de América, las llegadas de turistas internacionales en el año 2017 ascendieron a 207 millones y en el año 2018 se incrementó a 217 millones lo que represento un crecimiento porcentual del 5% sobre el año anterior. (OMC, 2019).

Asimismo, centrándonos en el Perú, el escenario también se muestra favorable pasando de recibir de 4,0 a 4,4 millones de llegadas de turistas internacionales del 2017 al 2018 con un crecimiento de (+4%) sobre el año anterior.

En la presente investigación se analiza el flujo de llegadas de turistas internacionales en el Perú y se identificarán los factores que influyeron en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, durante el periodo 1996-2018. Asimismo, se explicará el desarrollo de esta investigación, el cual presenta seis capítulos con información cuantitativa y cualitativa (como complemento), donde se obtuvo información recopilada de datos de trabajos de investigación, revistas indexadas, recursos científicos y plataformas brindadas por la universidad, tal como: Science, Elsevier, Scopus, Scielo, entre otros. Además, publicaciones y reportes estadísticos relevantes de las principales entidades del Gobierno.

En el primer capítulo, se presentará el marco teórico en donde se explicarán antecedentes estudiados por profesionales, tanto nacionales como internacionales, quienes han investigado previamente el número de llegadas de turistas internacionales. También, se presentará las bases teóricas que den sustento a la importancia del tema objetivo de la investigación. Igualmente, se presentarán las principales definiciones del tema elegido que son comercio de servicios y sus tipos, exportación de servicio, y como modo de exportación de servicios según la OMC se definirá el turismo. De esta manera, la investigación se enfocará en analizar el tipo turismo receptivo en Perú y sus motivos de viaje de la demanda turística internacional que llega al país durante el período 1996 - 2018. Además, se comentará sobre la evolución de la demanda internacional haciendo énfasis en los 6 principales países que representan el mayor porcentaje de llegadas de turistas al Perú (65%) en el periodo elegido, los cuales son; Chile, Estados Unidos, Colombia, Ecuador, Argentina y Brasil.

En el segundo capítulo, se determinará el planteamiento del problema y la relevancia de la investigación. Por un lado, se explicará la realidad de la problemática y se formulará el problema de la investigación mediante un análisis de la realidad nacional del sector turístico frente a los países competidores como análisis de que Perú aún se encuentra en la etapa de mejora para atraer a más turistas. Por otro lado, se comentará el tipo de investigación, el planteamiento de hipótesis y objetivos. También, se busca analizar y mencionar los principales motivos que conllevaron a la elección de la investigación y justificar la importancia del tema elegido

En el tercer capítulo, se expondrá la metodología utilizada para identificar los factores que influyeron en la llegada de turistas internacionales de los principales países para el Perú, durante el periodo 1996-2018. Además, se expondrá el tamaño y la selección de la muestra, también, se explicará el análisis de la tesis, el cual es el enfoque cuantitativo, en donde se realizará la investigación en base a fuentes secundarias. Cabe recalcar, que de forma complementaria se ha incluido entrevistas a los expertos involucrados en el tema estudiado, con el fin de brindar un mayor panorama sobre el turismo en el Perú, y de esta manera ofrecer un valor agregado a la investigación. Los entrevistados provienen de entidades como: MINCETUR y PROMPERÚ; además de un experto en el sector turismo (Docente UPC). Por otro lado, se detallarán cada una de las variables explicativas y se explicará el por qué han sido incluidas en nuestro trabajo de investigación.

En el cuarto capítulo, se explicará el desarrollo y aplicación de la investigación, en donde se mencionarán los pasos que se seguirán para poder confirmar la hipótesis y los objetivos que se han planteado para el desarrollo de la presente investigación. Además, se mencionarán las limitaciones que se tuvieron a lo largo del desarrollo del trabajo de investigación.

En el capítulo cinco, se presentarán los resultados de la investigación, donde se hará mención a todas las pruebas que se realizaron para obtener un modelo válido previo a realizar la corrida del modelo. Asimismo, se expondrá en qué porcentaje el modelo explica la hipótesis y también los objetivos planteados, en base al programa estadístico Eviews.

Finalmente, en el capítulo seis, se presentarán las conclusiones, en base al análisis del enfoque desarrollado en el capítulo anterior. Además, se brindarán las recomendaciones para todos aquellos usuarios que se interesen por el sector turístico y para futuras investigaciones.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Rojas (1991) en su libro de investigación, “Guía para realizar investigaciones sociales”, indica que el marco teórico es de suma importancia en una investigación debido a que, a partir de este punto se establecen los vínculos con las hipótesis, así como los métodos a utilizar en la investigación; también la selección del diseño y técnicas de los instrumentos para la recolección y análisis de la información. Además, se debe tener en cuenta que el marco teórico no es una limitante a la creatividad del investigador; por el contrario, el marco teórico debe apreciarse como un proceso en el que la teoría se profundiza, con el fin de cooperar con el proceso de la investigación.

De acuerdo con Pardinás (2005), en su libro “Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales”, el marco teórico tiene como propósito, obtener un reconocimiento más profundo del tema, y de esta manera podrán tener la oportunidad de autocriticarse en cada paso que se vaya avanzando y de esta forma poder detectar oportunamente los posibles errores que no hayan sido identificados antes.

Según (Arbaiza L., 2014, p. 82) el marco teórico es “la base de la formulación de la hipótesis”, es decir, el investigador debe conseguir la información suficiente durante el planteamiento del problema y analizar e interpretar la literatura. Por ello, es necesario usar la habilidad del análisis.

Asimismo, según Kumar & Leonard (2012), no es de mucha importancia transformarse en un experto, sino de encontrar la suficiente información sobre los antecedentes sobre el tema y ligados al problema de la investigación.

En el presente trabajo de investigación, se ha realizado una recopilación de fuentes nacionales e internacionales en su mayoría; en donde se utilizaron fuentes extraídas de libros de investigación, revistas indexadas, papers, artículos web y entre otros recursos confiables. Además, fuentes de prestigio de instituciones públicas y privadas; con el propósito de tener diferentes puntos de vista sobre el tema tratado.

Para desarrollar el marco teórico se siguió la siguiente estructura:

En primer lugar, se presentan las definiciones más importantes sobre el Comercio de Servicios y sus tipos; el cual en la presente investigación hace referencia a una modalidad de exportación de servicios al turismo internacional. De esta manera, también se hace referencia al concepto del sector turístico de acuerdo al panorama internacional del turismo medido por la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) y el Foro Económico Mundial (WEF) y se comenta en varios puntos como el turismo receptivo ha evolucionado tanto a nivel global como local.

En segundo lugar, se cita los antecedentes internacionales y nacionales de otros papers y tesis que abordan el mismo tema de investigación sobre el turismo internacional coincidiendo con la variable dependiente: número de llegadas de turistas internacionales; con el objetivo de determinar cuáles fueron sus variables independientes y así replicarlas en nuestro trabajo de investigación.

En tercer lugar, se presentan las bases teóricas, las cuales, ayudaran a reforzar la línea de investigación elegida de la internacionalización y como esta aplica en el sector turístico. Dentro de este apartado, se muestra el marco legal e institucional de la actividad turística en nuestro país, haciendo énfasis en las normativas, reglamentos y principales leyes e instituciones que respaldan la actividad turística.

1.1 DEFINICIONES

1.1.1 Comercio de Servicios

Según los especialistas de OMC (2020), en los últimos 20 años, el comercio de servicios se ha convertido en el componente más dinámico del comercio internacional. El comercio de servicios abarca desde las telecomunicaciones hasta el turismo, e indican también que son los segmentos que presentan mayor crecimiento que el comercio de mercancías.

Como referente de lo mencionado, entre los años 2005 al 2017, la tasa de crecimiento del comercio de servicios creció con rapidez a un ritmo anual de 5.4% en promedio, destacando por encima del ritmo del comercio de mercancías. De igual manera, un factor determinante que ha favorecido el suministro transfronterizo de servicios es el avance de la tecnología (OMC, 2019).

A continuación, se muestra la tendencia de la evolución del comercio servicio en comparación del comercio de mercancías durante el periodo 2005- 2018:

Figura 1. Crecimiento mundial del comercio mundial de mercancías y de servicios. Adaptado de OMC, UNTAC, ITC (2019)

De acuerdo a la figura mostrada se evidencia que mientras que el valor de las exportaciones del comercio de mercancías ha presentado un crecimiento más lento, el valor de las exportaciones de los servicios creció rápidamente en un ritmo de tres veces superior al de mercancías, aproximadamente.

i. Tipo de comercio de servicios

Según, el Acuerdo General Sobre Comercio de Servicios (AGCS) de la OMC; señala que en dicha ley de servicios están los modos de suministros que se expondrá a continuación:

- **Modo 1, Comercio transfronterizo:** Comprende los servicios proporcionados de un país proveedor a otro consumidor (por ejemplo, los servicios de telecomunicaciones, software).
- **Modo 2, Consumo en el extranjero:** Hace referencia a que los consumidores o empresas que utilizan un servicio se desplazan y va al otro país proveedor (por ejemplo, el turismo internacional y salud).
- **Modo 3, Presencia comercial:** Se reúne a los proveedores extranjeros que abren filiales o sucursales para prestar servicios en otro país (por ejemplo, una Clínica iniciando una sucursal en el extranjero).
- **Modo 4, Presencia de personas físicas:** consiste en el desplazamiento de personas desde su país para proporcionar servicios en otro país (por ejemplo, servicio profesional de contadores, médicos, otros). A continuación, se presentará una gráfica de los modos de suministro:

Figura 2. Participación del comercio de servicios, por modo de suministro. Adaptado de Secretaría de la OMC (2019)

Los tipos de comercio de servicios se definen bajo el AGCS, según los modos de suministros tal como muestra la figura anterior, donde se evidencia que el modo 3 es el más solicitado con una participación del 55%, seguido del modo 1 con una participación del 30%, también el modo 2 con 10% (Turismo internacional) y finalmente el modo 4 con un porcentaje del 5%. Cabe mencionar que, el modo 2 si bien es cierto tiene una participación menor en el comercio de servicios, se considera que es uno de los principales servicios más comercializados dentro de las exportaciones de servicios.

1.1.2 Exportación de servicios

Los servicios son el producto de una actividad de producción que cambia las condiciones de las unidades que los consumen o simplifica el intercambio de bienes o de activos financieros. No pueden intercambiarse de manera separada de su producción. Al momento de finalizar su producción, los servicios deben haber sido suministrados a sus consumidores. (Naciones Unidas, 2010)

Una vez definido el concepto de servicios, ahora se hace hincapié en qué momento el servicio se puede exportar, además se comentará sobre su importancia en la economía.

La exportación de servicios no se encuentra vinculado con la legislación aduanera. Sin embargo, si están bajo normas de la Ley General de Aduanas. De esta manera, al estar explicado en el apéndice V de dicha ley: la venta de un servicio a una persona no domiciliada (extranjera), será considerado como exportación de servicios. (Arana, 2011)

Uno de los principales tipos de exportación de servicios que ha favorecido en el crecimiento mundial del sector son las categorías de transporte y turismo. A Continuación, se muestra una gráfica de la participación de los sectores de los servicios a nivel mundial desde el 2005 al 2017:

Figura 3. Evolución del comercio mundial de servicios, por sectores, 2005-2017. Adaptado de OMC (2019).

Como se muestra en el gráfico anterior, el transporte y el turismo se ubican entre los principales servicios más comercializados dentro de las exportaciones de servicios y se observa un crecimiento positivo a nivel mundial del 12% y 8% respectivamente durante los años 2005 al 2017. El sector de transporte representa un sector importante dentro del comercio, y no solo del comercio de mercancías, sino también al comercio de servicios como modo exportación, ya que sirve como medio para desplazar a las personas por todo el mundo, ya sea por motivos o intereses de negocios o de ocio, lo que fomenta un crecimiento significativo en el turismo. En cuanto al sector turismo, es el más dinámico e inclusivo, ya que también estimula al desarrollo de otros sectores indirectamente, como la organización de

ferias y/o eventos o las comunicaciones. Asimismo, promueve la construcción de infraestructura y alojamientos. (OMC, 2019)

1.1.3 Turismo según OMT

Los especialistas de la Organización Mundial del Turismo (2020), definen el turismo como un fenómeno económico, cultural y social el cual involucra el movimiento de personas a otros países o sitios fuera de su entorno natal por diferentes motivos, los cuales pueden ser por negocios, motivos personales o profesionales; dichas personas son llamadas viajeras (pueden ser excursionistas o turistas; residentes o no residentes).

1.1.4 Panorama Internacional del Turismo

El turismo se ha considerado como un motor de la actividad empresarial; debido a que se encuentran involucrados con los demás sectores del mundo económico. Al crecer el turismo, ello a su vez estimula el incremento de la demanda de bienes locales y el nivel económico de destinos en general. (Casas, Pastor, & Soler, 2012)

En la actualidad el turismo es visto como una de las actividades socioeconómicas de mayor relevancia para muchos países. Este sector produce un alto nivel de desarrollo en varias áreas involucradas, por ejemplo, repercute notablemente en la capacidad de inversión en construcciones de infraestructura generando así mayor demanda internacional y con ello se incrementan las divisas; y de esta forma disminuye la tasa de desempleo.

Al mismo tiempo, para seguir profundizando la relevancia del sector turismo a nivel mundial es importante analizar las motivaciones de viaje de la demanda turística. Es por ello que, resulta importante mencionar que según los especialistas de la Organización Mundial del Turismo indican que existen personas que son motivados por diversas razones a realizar sus viajes. (OMC, 2019). Las cuales se presentan a continuación:

- Viaje para el cambio: Implica el interés y la necesidad de vivir como una persona local en búsqueda de autenticidad o reinventar su vida.
- Viaje de enseñanzas: Refiere a la búsqueda de nuevas experiencias, destinos y momentos.
- Turismo por salud: Consiste en la motivación de viajar por la búsqueda de una vida sana de la mano con el deporte.
- Incremento de la economía “de acceso”: Refiere a la tendencia de viajar de los consumidores por una mejor oportunidad de crecimiento.
- Viajes en solitario o multigeneracionales: Hace referencia al viaje como resultado del envejecimiento de la población y del aumento de los hogares unipersonales.
- Viaje por concientización: Busca crear conciencia en los viajeros sobre qué puede aportar la sostenibilidad del turismo en cuanto a la eliminación del plástico y las posibles medidas para abordar el cambio climático.

1.1.5 Informe turístico internacional de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO)

Según los especialistas de la Organización Mundial del Turismo (2019), en su informe del panorama del turismo internacional, sostiene que las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecieron alrededor del 6% en 2018, con una cifra de 1.400 millones total de llegadas versus el año anterior con una cifra de 1,326 millones.

El dato mencionado en el párrafo anterior evidencia que, el turismo se ha convertido en uno de los sectores más dinámicos de crecimiento y desarrollo económico a nivel global. Además, cabe destacar el gran impulso del sector por la generación de empleos y por ser fuente de innovación y emprendimiento lo que mejora la calidad de vida de millones de personas.

Los indicadores de número arribos de turistas internacionales y de los ingresos continúan adelantando a la economía mundial, y tanto las economías emergentes como avanzadas se están beneficiando del rendimiento de los ingresos del turismo. A su vez, por séptimo año consecutivo el déficit comercial en muchos países se redujo, debido a que las exportaciones turísticas crecieron a mayor velocidad que las exportaciones de mercancías. (OMT, 2019),

A continuación, se muestra una gráfica de la evolución del turismo en el periodo 1995 al 2018:

Figura 4. Evolución de la llegada (millones) de turistas internacionales e ingresos por turismo. Adaptado de OMT (2019)

Como se muestra en la gráfica anterior, el número de llegada de turistas internacionales en el mundo en el año 2018 ascendió a 1,401 versus 1,326 millones con un crecimiento de alrededor (+6%) sobre el año anterior y los ingresos por turismo a nivel mundial registraron en 2018 un monto de 1,451 versus 1,346 miles de millones de dólares sobre el año anterior con una variación porcentual del 8%, mostrando así el sector turístico indicadores con una tendencia positiva a lo largo de los últimos años.

1.1.6 Informe de competitividad de viajes y turismo de World Economic Forum (WEF)

Sobre la competitividad del sector turismo a nivel mundial. The World Economic Forum (WEF), muestra el Informe de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCR, 2017) el cual estudia el conjunto de factores y políticas que facilitan el desarrollo sostenible del sector turismo. Este reporte es relevante en el sector, ya que fomenta el desarrollo y la competitividad de un país.

De esta manera, este Informe Global de Viajes y Turismo menciona que el sector turismo está creciendo a mayor velocidad hacia un enfoque más amplio y sostenible. En la década pasada mientras el planeta seguía bajo la amenaza de la variabilidad del clima y que los que encabezan la industria han seguido objetivos ambiciosos, para 2050 el propósito es reducir las emisiones de CO₂. Los ingresos por turismo funcionan como un incentivo relevante y también como fuente de financiación para proteger lo natural.

El reporte del Travel & Tourism Competitiveness Report (2017), analiza y marca la competitividad de viajes y turismo de 136 economías. En cuanto a Latinoamérica, específicamente los países de América central y Sur se concluye que, se debe crear un entorno más adecuado para las empresas y mejorar la infraestructura para la conectividad con los demás países.

A continuación, se muestra un ranking de las posiciones de competitividad de los países en el sector de viajes y turismo:

Figura 5. Ranking de competitividad de los países según informe de competitividad de viajes y turismo. Adaptado del informe de TTCR (2017).

De acuerdo a la figura 5 se muestra que Perú se posicionó en la ubicación número 51 en el año 2017. Este informe de ranking de competitividad revela un resumen de rendimiento de cómo obtuvo dicha posición. Se muestra como fortaleza los recursos naturales, ubicándose en la posición 4; y en cuanto a lo cultural, el país ocupó el puesto 24; con respecto a la apertura comercial, ocupó el puesto 12; infraestructura de servicios turísticos y recursos humanos del mercado de trabajo, en los puestos 45 y 12 respectivamente y la priorización de viajes y turismo en el puesto 69. Por otro lado, precios poco competitivos, mejora en la salud e higiene y baja infraestructura portuaria y terrestre se presentó como oportunidades de mejora. (TTCR, 2017)

Es importante mencionar que el país recibió cerca de 4 millones de turistas internacionales, los cuales, generaron divisas por US\$ 3,319 millones, teniendo gasto promedio por viajero de US\$ 960 aproximadamente, durante el año 2017. (TTCR, 2017)

1.1.7 Demanda del turismo receptivo

1.1.7.1 Flujo de turistas internacionales a Perú

El turismo receptivo en el Perú como país anfitrión ha sido positivo y constante a lo largo de los últimos años. Por tal razón, líneas abajo se muestra un gráfico el cual señala la llegada de turistas internacionales (millones) que ha recibido el país a lo largo del periodo estudiado:

Figura 6. Evolución de la llegada (millones) de turistas internacionales en el Perú entre los años 1996-2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020)

La figura anterior indica que la llegada de turistas extranjeros al Perú representó un incremento del 10% en el 2018 con respecto al año anterior. En el mismo año el país anfitrión recibió 4,4 millones de visitantes extranjeros. Asimismo, se desprende que en la última década el país duplicó su llegada de turismo internacionales. (MINCETUR 2020)

1.1.7.2 Ingreso de divisas por flujo de turistas internacionales

Los ingresos por divisas han mostrado una tendencia creciente originado por el turismo receptivo a lo largo de la última década. A continuación, se muestra la evolución del ingreso de divisas para el periodo estudiado 1996-2018.

Figura 7. Ingresos de divisas por turismo receptivo en el Perú durante el periodo 1996-2018 (millones de \$). Adaptado de MINCETUR/ Superintendencia Nacional de Migraciones/ BCR/INEI (2020)

Como se muestra en la figura anterior, el incremento de divisas ha sido constante y positivo a través de los años; obteniendo ingresos en el 2018 de hasta US\$ 4.895 millones, un crecimiento de 7% respecto al año anterior. Asimismo, se evidencia un acumulado de 20% en los últimos cinco años. (MINCETUR, 2020)

1.1.8 Oferta de turismo emisor

El flujo turístico emisor también es importante mostrar su evolución a lo largo del periodo estudiado. En cuanto a las salidas internacionales de peruanos residentes al extranjero se muestra la siguiente gráfica:

Figura 8. Salidas de peruanos residentes al exterior durante el periodo 1996 - 2018 (millones). Adaptado de MINCETUR/INEI.(2020)

Como se muestra en la figura anterior, en el 2018 se registraron cerca de 3,1 millones de salidas de turistas peruanos al exterior. En cuanto a las salidas de peruanos hacia el exterior aún el porcentaje es menor en comparación con la llegada de turistas internacionales al país, lo cual representa un panorama favorable para el Perú. (MINCETUR 2020).

Para conocer un poco más sobre el turismo emisor desde Perú, se investigó como es el perfil del turista que sale al extranjero en Promperú en el informe del año 2015:

- La edad promedio es de 37 años y el estado civil es casado o conviviente
- Cerca del 40% del turista sale al exterior por motivo de vacaciones y recreación.
- Aproximadamente el 70% de los turistas buscan información turística antes de viajar. Este informe se basa principalmente en búsqueda de lugares turísticos por conocer, los costos de alojamiento y costos de paquetes turísticos.

1.1.9 Mercado Turístico

La definición del mercado turístico consiste en la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que se encuentra interesada y motivada en poseerlos o disfrutarlos. Además, incluye actividades y flujos de interacción, creados para atraer el intercambio de las opciones de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores (turistas). El mercado turístico, por ende, es el sector económico que encierra a todas las empresas que conciben, producen y comercializan productos y servicios vinculados al viaje que, con diferentes fines, tales como: motivos de ocio, negocios, estudios o cualquier otro, y los consumidores al que éstos se dirigen. El turismo, se entiende como un mercado donde participan oferentes y demandantes.

No obstante, la variedad de componentes propios del turismo y el carácter multisectorial de los diferentes actores que intervienen en su desarrollo, causa el establecimiento de relaciones con otros sectores económicos. Estos vínculos forman un escenario muy complejo, pero el cual tiene un único denominador en común, que es el prestar los servicios a los turistas, que van desde su lugar natal hasta el destino. Estos elementos que interactúan entre sí forman un conjunto que, por sus funciones, se llama sistema turístico. Un sistema es un conjunto de recursos que interactúan entre sí para lograr un fin en común y en el caso del turismo son todos los elementos que intervienen para lograr satisfacer las motivaciones del turista. De esta manera, entender cómo funciona el mercado turístico y la naturaleza de cada elemento que lo conforma, equivale a entender la dinámica del sistema turístico. (Socatelli, 2013)

1.1.10 Clasificación del turismo

De acuerdo a la Teoría General del Turismo, el turismo con base en el origen del turista se puede clasificar en:

- Turismo receptivo: Consiste en el tipo de turismo que su actividad se desarrolla en un territorio donde los visitantes que residen en otros países arriban a este con la finalidad de quedarse por un tiempo limitado, para viajar a otros países o regresar al lugar de origen. Con un tiempo de permanencia igual o superior a 24 horas incluso con la finalidad de negocios. (Boullón, 1990)

- Turismo egresivo: Este tipo de turismo también se le conoce como turismo emisor y se concentra en el movimiento de nacionales o residentes que salen al extranjero, con motivo comercial o turístico. (Boullón, 1990)
- Turismo extranjero: Se considera como turismo extranjero al turista que posee una nacionalidad diferente a la del país visitante.
- Turismo Nacional: Es el tipo de turismo que se realiza en el punto de destino de los ciudadanos que tienen la misma nacionalidad. También se refiere al uso de los recursos y atractivos turísticos (playas, parques nacionales, museos, etc.) por parte de los residentes de un mismo país.
- Turismo internacional: Es el grupo de turistas de un país que visitan a otro, con cualquier tipo de motivo, que se encuentra de pasada, pero con todos los requisitos y documentos en orden de la ley de la nación que visitan. Es decir, cuentan con una visa o permiso para visitar de forma temporal o indefinida.
- Turismo interno: Este tipo de turismo incluye a los residentes nacionales o extranjeros en un país, fuera de su domicilio habitual que usan y consumen de servicios turísticos dentro del territorio nacional. Con un tiempo de permanencia igual o superior a 24 horas, pero menor de 90 días. Asimismo, también incluye al uso de la planta turística en un mismo país. (Boullón, 1990)

1.1.11 Turismo receptivo

De acuerdo, al glosario de términos de la OMT, se define al turismo receptivo de la siguiente manera:

“El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor”. (OMT, 2020)

El turismo receptivo es considerado un grupo de actividades realizadas por las personas durante sus visitas a países distintos a su lugar natal o residencia. Del mismo modo, para ser considerado como turismo, la estadía en el lugar de destino debe tener una duración como mínimo una noche y como máximo un año, y el motivo de viaje debe ser distinto al de trabajo remunerado en el país que se ha hecho el turismo. (PROMPERU, 2018)

Una vez definido el concepto de turismo receptivo, a continuación, se hará referencia al panorama global con cifras del número de llegadas de turistas extranjeros según procedencia de continente.

Según OMT (2018), en su publicación de su barómetro del turismo mundial afirma que el crecimiento del turismo internacional representa uno de los mejores sectores en los últimos años. Asimismo, en su boletín informativo PROMPERU (2018), se demuestra que todas las regiones mostraron un crecimiento y se registraron 1.400 millones de llegadas internacionales a nivel mundial, lo que representa alrededor de un 6% más que en el año 2017. Líneas abajo se muestra una gráfica de lo mencionado.

Figura 9. Llegadas de turismo internacional (millones) por regiones en 2018. Adaptado de Promperú (2018).

Del gráfico mostrado y con informe adicional de la OMT (2019), se puede concluir lo siguiente:

En 2018, Europa registró un aumento en llegadas de turistas internacionales (+6%), con 713 millones de llegadas de turistas internacionales frente al año anterior. Por noveno año consecutivo, Europa lidera un crecimiento sostenido como destino líder en todo el mundo (con un 51% de cuota de participación de las llegadas turistas internacionales a nivel mundial). Liderada por los destinos de Europa meridional y del Mediterráneo, con un crecimiento (+8%) frente al año anterior.

Asia Pacífico (+6%) con un crecimiento frente al año anterior, se posiciona como el segundo principal destino a nivel mundial con un registro 343 millones de llegadas internacionales durante el 2018. Las llegadas con mayor crecimiento dentro del continente corresponden a Asia Meridional con valor de dos dígitos de (+19%). De esta manera Asia Pacífico representa un 25% de cuota de participación de las llegadas turistas internacionales a nivel mundial.

América (+3%) con un crecimiento frente al año anterior, recibió 217 millones de llegadas turistas internacionales en 2018, con dos de sus destinos registrando resultados positivos como América del Norte (+4%) y América del sur (+1). En tanto que los destinos de América central y el caribe mostraron un crecimiento débil. De esta manera las Américas representa un 15% de cuota de participación de las llegadas turistas internacionales a nivel mundial.

Medio Oriente (+10%) con un crecimiento frente al año anterior, recibió 64 millones de llegadas turistas internacionales en 2018 con crecimiento sostenido en algunos destinos y una fuerte recuperación en otros. De esta manera Medio Oriente representa un 4% de cuota de participación de las llegadas turistas internacionales a nivel mundial.

África (+7%) con un crecimiento frente al año anterior, recibió 67 millones de llegadas de turistas internacionales en 2018 liderado por el destino de África del Norte (+10%). De esta manera África representa un 5% de cuota de participación de las llegadas turistas internacionales a nivel mundial.

1.1.12 Turismo receptivo en el Perú

Una vez abordado y explicado el turismo receptivo a nivel global, ahora se explicará el turismo receptivo a nivel local. Para analizar el turismo receptivo en el Perú, primero se realizará un análisis frente a 14 países como competidores en turismo receptivo para el Perú en base a la llegada de turistas internacionales. De acuerdo a los especialistas de PROMPERU (2018), señalaron que en base a la oferta y la demanda se determinaron a los siguientes 14 países como competidores en turismo receptivo para el Perú. A continuación, se presenta la tabla mencionada:

Tabla 1. Llegada de turistas internacionales (millones) a los países competidores de Perú en el año 2017-2018

	2018	2017
China	62,6	60,7 *
México	41,7	39,3
India	16,4	15,5
Egipto	9,8	8,2
Brasil	6,7	6,6
Camboya	6,2	5,6
Chile	5,8	6,5
Argentina	5,8	5,6
Colombia	5,4	4,1
Perú	4,4	4,0
Jordania	4,1	3,8
Costa Rica	3,0	3,0
Ecuador	2,4	1,6
Guatemala	1,8	1,7

Fuente: Promperú (2018)

Como se muestra en la tabla anterior, el Perú frente a sus competidores se encuentra en el puesto N°10 en recepción de turistas extranjeros. Es decir, el país se encuentra en una etapa de desarrollo frente a países de potencia mundial. La baja posición de Perú evidencia el nivel de competitividad por avanzar frente a otros países más desarrollados. Sin embargo, si sólo nos enfocamos en medir al Perú frente a Latinoamérica, este tiene como principal

competencia: México, Brasil, Chile, Argentina y Colombia siendo así el escenario favorable, ya que Perú está próximo a igualar la competitividad en número de llegadas de turistas extranjeros en un corto plazo. (PROMPERU, 2018)

Una vez que se ha analizado la competitividad de Perú frente a otros países en recepción de turistas internacionales, ahora se puede analizar la demanda del turismo receptivo del Perú.

1.1.12.1 Perfil de turista receptivo en el Perú

Para desarrollar la investigación del análisis del perfil del turista receptivo que llega a Perú primero se analizará de forma general hasta llegar a lo específico durante el periodo estudiado.

En el aspecto general, se analizará la procedencia del continente de la demanda que arribó a Perú durante el año 2018. En los últimos años, existe un interés con tendencia creciente por los turistas latinoamericanos en visitar el Perú, ya que, por su cercanía, estilo de vida y cultura semejante al país están dispuestos a visitarlo e incluso repetir la visita en Perú. A continuación, se mostrará una gráfica que refleja lo mencionado:

Figura 10. Procedencia de turistas extranjeros que visitan Perú. Adaptado de Promperú (2018).

Como se aprecia en el gráfico anterior, respecto a la procedencia de los turistas extranjeros, se observa que el 60% provino de Latinoamérica, que incluye a América del Sur; Centroamérica y México. Seguido del 19% de turistas extranjeros anglosajones, el cual incluye a Estados Unidos; Canadá y Reino Unido y 15% llegó de Europa durante el año 2018. (PROMPERU, 2018)

Adicionalmente, como ya se sabe de donde es la procedencia del turista visitante en cuanto al continente, ahora se desarrollará cuáles fueron los motivos de interés que influyeron en estos turistas internacionales para visitar el Perú durante el 2018. A continuación, se mostrará un gráfico con las principales razones de visita del turista extranjero:

Figura 11. Motivos de viaje al Perú 2018. Adaptado de Promperú (2018).

En la figura se señala que el 65% de los extranjeros tuvo como principal motivo de viaje el segmento de vacaciones, recreación u otro, siguiendo el viaje por negocios, el cual le corresponde un 15%. (PROMPERU, 2018)

En lo específico, se puede concluir que, de acuerdo al perfil del turista que en su mayoría corresponde a vacacionistas, también se conoce que este flujo de demanda representa a

turistas mayores de 38 años, residentes de grandes ciudades, con educación universitaria, este segmento de turistas está conformado por un 46% de solteros, seguido de un 42% en estado de casado/conviviente, los cuales un 52% tienen un ticket promedio de gasto menor a los USD 40 000 por ingreso familiar.

Otro dato importante, el turista extranjero gasta en promedio \$ 932 durante su visita, lo que equivale a \$93 diarios en promedio. A mayor rango de edad, mayor gasto por parte del turista. (PROMPERU, 2018). Asimismo, para conocer donde se alojan estos turistas, se presentará la siguiente gráfica de preferencia de alojamiento según motivo de viaje:

Tabla 2. Preferencias de alojamiento según motivo de viaje

<u>Motivo / Tipo de alojamiento</u>	<u>Vacaciones, recreación u ocio</u>	<u>Visitar a familiares o amigos</u>	<u>Negocios</u>
Hotel 4 o 5 estrellas	21%	11%	69%
Hotel u hostel 3 estrellas	37%	16%	25%
Hotel u hostel 1 o 2 estrellas	36%	19%	5%
Albergue u hostel	16%	6%	3%
Camping	10%	2%	3%
Casa de familiares o amigos	7%	68%	3%
Casa/ Departamento rentado o alquilado /Airbnb	6%	6%	5%
Lodge	3%	1%	0%

Fuente: Promperú (2018). Nota. Elaboración propia.

Es preciso señalar que, junto con la figura mostrada (N° 11) se pudo hacer énfasis en conocer a la demanda de acuerdo a sus motivos de viaje al Perú. De esta manera, esta tabla (N°2) complementa en conocer las preferencias de alojamiento viaje de esta demanda.

La demanda por motivo de negocios 69% optan por hospedarse en hoteles de 4 - 5 estrellas, esta cifra aumentó con respecto al 2017 con un (+65%). Estos datos conllevan a tomar medidas de mejora en la infraestructura y elevar la calidad de servicios turísticos año a año, ya que es una necesidad de la demanda actual que llega al país. (PROMPERU, 2018)

La demanda por motivo de vacaciones prefiere alojarse en un hotel de 3 estrellas y finalmente, la demanda por motivo de visitas a familiares prefiere quedarse justamente en una casa de familiares o amigos.

Se continua con al análisis del perfil la demanda del turismo receptivo al Perú en el 2018, para ello, líneas abajo se muestra un gráfico, el cual señala los lugares más visitados por los turistas extranjeros a tierras peruanas:

Figura 12. Regiones más visitadas por los turistas extranjeros al Perú en el 2018. Adaptado de PROMPERÚ (2018).

Como muestra el gráfico anterior, Lima es la capital y la ciudad más solicitada por los turistas representando un 73%, siguiendo Cusco y Tacna con 37% y 28%, respectivamente. Diversos estudios realizados en el Perú coinciden en afirmar que el país es visto por los extranjeros como un destino histórico- cultural. (PROMPERU, 2018)

Por otro lado, para saber cómo el extranjero planifica su visita al Perú, se obtuvo resultados de que un 51% de los turistas latinoamericanos compra su pasaje o paquete con menos de 1 mes de anticipación. (PROMPERU, 2018)

Para finalizar, a fin de resumir las motivaciones de viaje al Perú según turistas internacionales se muestra la matriz de prioridad:

Figura 13. Matriz de priorización entre aspectos de interés y motivaciones de viaje. Adaptado de PROMPERÚ (2016).

De acuerdo a la matriz, se puede concluir que el perfil del turista prioriza entre sus principales motivaciones e intereses a la hora de planificar su viaje a Perú destaca conocer la ciudadela de Machu Picchu, visitar la ciudad de Cusco, incursionar con la gastronomía peruana, conocer la naturaleza, y sus paisajes. (PROMPERU, 2016)

1.1.13 Flujo de turistas internacionales

Según el reporte de PROMPERÚ titulado “Llegada de turistas internacionales según país de residencia” muestra alrededor de los 70 países y de forma general el resto del mundo con el número de llegadas de turistas internacionales que más llega al Perú con cifras anuales.

En este apartado se seguirá los lineamientos de otros trabajos de investigación donde se detalla y analiza el flujo de la demanda turística en base a los principales países que representan el mayor turismo receptivo para el país estudiado. En la presente tesis estos países son 6 y están conformados por Chile, Estados Unidos, Ecuador, Colombia, Argentina y Brasil, los cuales representan el 65% del total de turistas con mayor participación al ingresar a litoral peruano durante el período del 1996-2018. A continuación, se detallará cómo han impactado los países elegidos con mayor demanda turística para Perú a lo largo del periodo estudiado:

Tabla 3. Llegada de turistas internacionales según país de residencia al Perú durante el periodo 1996-2018.

Años/Países	Brasil	Argentina	Chile	Colombia	Ecuador	EEUU
1996	18762	26596	131646	21788	50789	147808
1997	20549	26273	169452	31973	52475	165611
1998	23672	30775	191188	35767	49542	186969
1999	23018	26350	216733	33731	55502	207985
2000	25032	27985	200289	31658	68177	227206
2001	28996	24789	298887	27422	67195	210590
2002	33233	30285	338002	31005	104019	236345
2003	35512	35638	546975	29159	99730	213946

2004	34416	50272	306275	39733	110998	278025
2005	44543	61686	344296	49143	101489	330358
2006	45265	69256	420801	54505	112100	330845
2007	53558	82722	470457	62811	119471	381828
2008	64573	97478	452705	76559	128063	420608
2009	82764	121172	464153	87225	136054	426325
2010	87674	127062	595944	98642	152445	417232
2011	117537	147403	741717	112816	160841	411935
2012	126085	158950	806929	133975	176071	447218
2013	143538	155145	886485	134725	208358	487328
2014	147875	155931	903793	151876	223995	514227
2015	148312	170960	984584	165384	256127	545212
2016	148296	175488	1055880	189754	318172	586479
2017	173753	205465	1101055	200812	288987	598685
2018	177711	216041	1159188	219452	293231	641280

Fuente: MINCETUR/INEI (2020) Nota. Elaboración propia

De acuerdo a la información obtenida en el gráfico anterior, ahora se pretende saber cuál es el % participación de los 6 países elegidos en comparación con los demás países del mundo que llegan al Perú. Como referencia se obtuvo dicha información a través de la data oficial de Mincetur titulada “Llegada de turistas internacionales según país de residencia” la cual fue medida desde el año 2004 hasta el año 2018.

A continuación, se presenta la siguiente gráfica:

Figura 14. Participación de los principales países con mayor demanda para el Perú desde el año 2004 al 2018.
Elaboración Propia

De acuerdo a la figura anterior, se puede observar los datos estadísticos sobre el porcentaje de participación de la demanda turística internacional de los principales países elegidos al Perú. El último informe está comprendido entre los años 2004 - 2018 el cual se puede identificar que el turista extranjero reside en Latinoamérica y la mayor demanda provino de Chile, el cual representó un 28%, la segunda mayor demanda provino de EEUU con un 16%, seguido de Ecuador con 7%, luego Colombia con 5%, Argentina 5% y por último Brasil con 4% aproximadamente de turistas que ingresaron al Perú en el periodo indicado.

Asimismo, a fin de conocer más a detalle los principales países con mayor turistas internacionales que llegan al Perú según país de residencia, se expondrá indicadores relevantes de cada uno de los países elegidos.

- **Demanda turística de Chile al Perú:**

Tabla 4. Demanda turística chilena

Población	Tasa de inflación (precios al consumidor)	PBI per cápita real en US\$ (PPC: Paridad de Poder de Compra)	Tasa de desempleo (%)	Exportaciones (Millones)
18 186 770	2,2%	\$ 24 600	6,7%	\$ 69.23 mil

Fuente: CIA World Factbook (2020)

Chile el país liderado por su máxima autoridad Sebastián Piñera, muestra indicadores de una nación estable y económica. Es considerado el primer país sudamericano en ser emisor de demanda turística hacia el Perú representando un 28% de participación del total de arribos internacionales al país receptor. A continuación, se presenta un gráfico de la evolución del flujo de turístico chileno al Perú:

Figura 15. Número de arribos de turistas chilenos al Perú entre los años 1996 -2018. Adaptado de MINCETUR/ INEI (2020)

De acuerdo al gráfico anterior, se puede apreciar que el flujo de la demanda se incrementó de 131,646 mil a 1,159,188 millones de turistas chilenos al mercado peruano durante los años 1996 al 2018. En la última década ha presentado un crecimiento sostenido de turismo de alrededor del 40%. Asimismo, el top 3 de los destinos preferidos por los chilenos son Tacna, Arequipa y Lima. (PROMPERÚ, 2020).

- **Demanda turística de Estados Unidos al Perú:**

Tabla 5 Demanda turística de Estados Unidos de América

Población	Tasa de inflación (precios al consumidor)	PBI per cápita real en US\$ (PPC: Paridad de Poder de Compra)	Tasa de desempleo (%)	Exportaciones (Billones)
332,639,102	2,1%	\$ 59,800	4,4%	\$ 1.553

Fuente: CIA World Factbook (2020)

Estado Unidos, el país liderado por su máxima autoridad Donald Trump, muestra indicadores de un país desarrollado. Es un país de América del Norte, que ocupa el segundo lugar en ser emisor de mayor demanda turística hacia el Perú, representando un 15% de participación del total de arribos internacionales al país receptor. A continuación, se presenta un gráfico de la evolución del flujo de turistas estadounidenses al Perú:

Figura 16. Número de arribos de turistas estadounidenses al Perú entre los años 1996 -2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020).

De acuerdo al gráfico anterior, se puede apreciar que el flujo de la demanda pasó de 147, 808 a 641,280 miles de turistas estadounidenses al mercado peruano durante los años 1996 al 2018. En la última década ha presentado un crecimiento sostenido de turismo de alrededor del 66%. Asimismo, el top 3 de los destinos preferidos por los estadounidenses son Lima, Cusco y Puno. (PROMPERÚ, 2020)

- **Demanda turística de Ecuador al Perú:**

Tabla 6. Demanda turística de Ecuador

Población	Tasa de inflación (precios al consumidor)	PBI per cápita real en US\$ (PPC: Paridad de Poder de Compra)	Tasa de desempleo (%)	Exportaciones (Millones)
16,904,867	0,4%	\$ 11 500	4,6%	\$ 19.62 mil

Fuente: CIA World Factbook (2020)

Ecuador, el país liderado por su máxima autoridad Lenín Moreno, muestra la tabla anterior indicadores que se vieron empañado por una inestabilidad política a inicios del 2000, sin embargo en la última década se aprobó una nueva constitución que mejoro las condiciones del país. Es el tercer país sudamericano en ser emisor de mayor demanda turística hacia el Perú, representando un 8% de participación del total de arribos internacionales al país receptivo. A continuación, se presenta un gráfico de la evolución del flujo de turístico ecuatoriano al Perú:

Figura 17. Número de arribos de turistas ecuatorianos al Perú entre los años 1996-2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020).

De acuerdo al gráfico anterior, se puede apreciar que el flujo de la demanda incrementó de 50, 789 a 293, 231 miles de turistas ecuatorianos al mercado peruano durante los años 1996 al 2018. En la última década ha presentado un crecimiento sostenido de turismo de alrededor del 44%. Asimismo, el top 3 de los destinos preferidos por los ecuatorianos son Lima, Cusco y Arequipa. (PROMPERU, 2020),

- **Demanda turística de Colombia al Perú:**

Tabla 7. Demanda turística de Colombia

Población	Tasa de inflación (precios al consumidor)	PBI per cápita real en US\$ (PPC: Paridad de Poder de Compra)	Tasa de desempleo (%)	Exportaciones (Millones)
49,084,841	4,3%	\$ 14 400	9,3%	\$ 39.48 mil

Fuente: CIA World Factbook (2020)

Colombia, el país liderado por su máxima autoridad Iván Duque, muestra indicadores favorables que se destacan en el ámbito internacional. Es la cuarta economía más grande de América Latina, y también el cuarto país sudamericano en ser emisor de mayor demanda turística hacia el Perú, representando un 5% de participación del total de arribos internacionales al país receptor. A continuación, se presenta un gráfico de la evolución del flujo de turístico colombiano al Perú.

Figura 18. Número de arribos de turistas colombianos al Perú entre los años 1996 - 2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020)

De acuerdo a la figura anterior, se puede apreciar que el flujo de la demanda incrementó de 21,788 a 219,452 miles de turistas colombianos al mercado peruano durante los años 1996 al 2018. En la última década ha presentado un crecimiento sostenido de turismo de alrededor del 35%. Asimismo, el top 3 de los destinos preferidos por los colombianos son Lima, Ica y Cusco. (PROMPERU, 2020)

- **Demanda turística de Argentina al Perú:**

Tabla 8 Demanda turística de Argentina

Población	Tasa de inflación (precios al consumidor)	PBI per cápita real en US\$ (PPC: Paridad de Poder de Compra)	Tasa de desempleo (%)	Exportaciones (Millones)
45,479,118	25,7%	\$ 20 900	8,4%	\$ 58.45 mil

Fuente: CIA World Factbook (2020)

Argentina, el país liderado por su máxima autoridad Alberto Fernández, en cuanto a su situación económica presenta equilibrios precarios por la pérdida del valor del peso argentino y su rápida inflación en los últimos años. Es el quinto país sudamericano en ser emisor de mayor demanda turística hacia el Perú, representando casi un 5% de participación del total de arribos internacionales al país receptor. A continuación, se presenta un gráfico de la evolución del flujo de turístico argentino al Perú:

Figura 19. Número de arribos de turistas argentinos al Perú entre los años 1996 – 2018 Adaptado de Mincetur (2019).

De acuerdo al gráfico anterior, se puede apreciar que el flujo de la demanda paso de 127,062 a 216, 041 millones de turistas argentinos al mercado peruano durante los años 2010 al 2018. Lo que representa alrededor del 70 % de crecimiento turístico acumulado sostenible. Asimismo, el top 3 de los destinos preferidos por los argentinos son Lima, Cusco y Puno. PROMPERU (2020).

- **Demanda turística de Brasil al Perú:**

Tabla 9. Demanda turística de Brasil

Población	Tasa de inflación (precios al consumidor)	PBI per cápita real en US\$ (PPC: Paridad de Poder de Compra)	Tasa de desempleo (%)	Exportaciones (Millones)
211,715,973	3,4%	\$ 15 600	12,8%	\$ 217, 2 mil

Fuente: CIA World Factbook (2020)

Brasil, el país liderado por su máxima autoridad Jair Bolsonaro, muestra indicadores de una economía hundida por el alto desempleo y alta inflación, y solo salió de la recesión en 2017. Es el sexto país sudamericano en ser emisor de mayor demanda turística hacia el Perú, representando casi un 4% de participación del total de arribos internacionales al país receptor. A continuación, se presenta un gráfico de la evolución del flujo de turístico brasileño al Perú:

Figura 20. Número de arribos de turistas brasileños al Perú entre los años 1996 – 2018. Adaptado de MINCETUR/INEI (2020).

De acuerdo a la figura anterior, se puede apreciar que el flujo de la demanda paso de 18,762 a 177,711 miles de turistas brasileños al mercado peruano durante los años 1996 al 2018. En la última década ha presentado un crecimiento sostenido de turismo de alrededor del 36 %. Asimismo, el top 3 de los destinos preferidos por los brasileños son Lima, Cusco y Puno. (PROMPERU, 2020)

En resumen, se puede sintetizar que 5 de los países que llegaron al Perú son considerados países vecinos. Sin embargo, es admirable la introducción de mercado y el crecimiento sostenido de un país que se encuentra al otro lado del hemisferio como es Estados Unidos, con una posición del 2do puesto de los turistas internacionales con mayor demanda para el Perú.

1.2 ANTECEDENTES EPISTEMOLOGICOS

En esta sección, se presentará los antecedentes; el cual está conformado trabajos de investigación previamente estudiados por profesionales de diversas partes del mundo. Este apartado se encuentra dividido en: fuentes internacionales y nacionales. Cabe mencionar que dentro de las fuentes internacionales se encuentran agrupadas en América (14), África (5). Asia y Europa (6).

1.2.1 Antecedentes Internacionales

Considerando que, en la presente investigación de tesis se medirá la variable dependiente de la demanda turística medida por el número de llegadas de turistas internacionales; y se busca analizar las variables independientes como los factores que influenciaron en el turismo receptivo durante un periodo de tiempo en específico.

Por esta razón, se seguirá los lineamientos de otros recursos científicos que cuentan con la medición de los antecedentes por países estudiados similares a la realidad peruana y también de otros países del mundo.

En cuanto al análisis de los factores que influyeron en flujo de llegada de turistas internacionales, se ha recogido información de diversos autores que en sus trabajos han aplicado diversos métodos de investigación y de esta manera encontrar las variables explicativas más apropiadas que expliquen la variable dependiente.

Trabajos de investigación de América:

Rabahy (2020) en su investigación sobre: “Análisis y perspectivas del turismo en Brasil”, se analizan estadísticas desde una perspectiva económica. En donde el autor de la revista hace referencia al turismo receptor de Brasil, y cómo han afectado los diferentes determinantes de la demanda al turismo tales como: los ingresos, los precios y el tipo de cambio. Asimismo, sobresalen tres análisis del turismo en Brasil: la importancia del turismo interno, los impactos del turismo en la distribución regional del ingreso y las oportunidades del turismo receptor.

De Lima Andrade (2004) en su investigación “Análisis económico de la demanda del turismo doméstico en Brasil”, estudia el modelo econométrico del turismo de 30 destinos turísticos (incluidos las ciudades receptoras), también el autor explica como variables independientes a la distancia como proxy del costo de viaje, ingreso medio per cápita y número de atractivos. Finalmente, dichas variables explican un 63% de la demanda del turismo doméstico en Brasil.

López (2018) en su artículo de investigación “Inbound tourism and economic growth in México”. Explica el flujo de llegadas a México el cual con la llegada de turistas internacionales estimula la economía de dicho país. Las variables explicativas PBI real de México. El Modelo ARLD estimado con series de tiempo trimestral durante los años 1993 - 2107. Finalmente considera otros factores como oportunidad de mejora como el cuidado del patrimonio turístico nacional y seguridad para el desarrollo de la demanda turística.

Gardella, Lupo, & Aguayo (2005) en su investigación del paper “Mercado turístico argentino- análisis de su demanda internacional”, en esta investigación se estudia el flujo de turistas internacionales en Argentina, durante el periodo 1985 al 2001, en donde primordialmente su investigación se basa en la demanda turística sobre la evolución de la economía de los países limítrofes Chile, Paraguay, Brasil y Uruguay. Esencialmente, se comprobó las variables de PBI, índice de precios al consumidor, como influenciadores del flujo turístico hacia Argentina. Además de otras variables que dan soporte al turismo como estabilidad sociopolítica, económica y seguridad ciudadana.

De acuerdo con el paper titulado “Estimación de la demanda del turismo en la Comunidad Andina de Naciones de los autores” tiene como objetivo destacar la estimación de la demanda en los países de la Comunidad Andina de Naciones por ello la investigación proporciona una visión general del modelo de Bass, que consiste en la expansión y difusión de la información por los turistas que hayan visitado un lugar, y como de esta forma se puede recomendar a más turistas a que visiten los países conformados por la CAN y por ende generar mejores oportunidades como fuente ingresos a los países. (Ayaviri, Quispe, & Sanchez, 2017)

SANCHEZ & CRUZ (2016) los autores en su investigación titulada "Determinantes económicos de los flujos de viajeros a México" estudian la llegada de los turistas internacionales específicamente de los visitantes de Estados Unidos, ya que depende económicamente de este país. Entre sus variables explicativas esta el PBI de EE. UU, ingresos por turismo y el tipo de cambio. Se utiliza un Modelo Estructural de Vectores Autorregresivos, SVAR. De acuerdo con los resultados modelo, es posible explicar gran parte de los cambios en la llegada de visitantes a México con únicamente dos de las principales variables económicas.

Humérez (2014) en su tesis titulada, "Determinantes del turismo receptor en Bolivia", se explica cuáles fueron los principales determinantes del flujo de llegadas de extranjeros a Bolivia durante el periodo mencionado. Las conclusiones de esta tesis fueron que Bolivia atrae de forma natural a los extranjeros debido a que posee su propia riqueza turística y que existen 3 principales factores que atraen de forma proporcional al turismo como seguridad, inversión en el turismo y la educación, y que en los últimos años se ha registrado cambios importantes que han favorecido satisfactoriamente al sector turismo.

Guzmán et al. (2011) en su artículo de revista titulado "Factores determinantes de la demanda internacional del turismo en México" analiza el flujo de llegada por los turistas internacionales a nivel mundial. Los años estudiados comprenden una serie anual entre 1980 - 2009. Entre las variables explicativas se encuentra al IPC utilizado como variable proxy al costo de vida en el país destino; PBI de EE.UU y Canadá; y finalmente usaron la variable dependiente rezagada en el periodo anterior. El modelo estructurado es autorregresivo doble logarítmico. Finalmente, las variables si son significativas en el desarrollo del sector turístico de México.

Según Lamboggia (2014) en su tesis titulada "Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en américa latina: el caso del ecuador", dicho recurso académico tiene dos objetivos principales, el primero de ellos, ha sido el análisis del impacto del turismo sobre el crecimiento económico de los países latinoamericanos y de Ecuador. El segundo objetivo ha sido explicar cuáles son los factores determinantes del turismo partiendo del estudio de las teorías existentes, durante el período 1995-2010. Además, el caso se estudió a 18 países de América Latina durante el periodo estudiado. En otras palabras, se estudió el efecto que tienen los ingresos del turismo y el crecimiento de los mismos, en el crecimiento

económico de los países de América Latina. Finalmente, se centraron en concreto al caso de Ecuador. Para la realización de ambos estudios el autor utilizó la metodología de datos de panel, en donde a su vez aplicó el método de mínimos cuadrados con variables dummy cruzadas.

Según los investigadores Galvis & Aguilera (1999) en su trabajo sobre economía regional, titulado, “Determinantes de la demanda por turismo hacia Cartagena, 1987-1998”

Dicho documento tiene como propósito estudiar los factores que determinantes de la demanda de turismo nacional e internacional hacia la ciudad de Cartagena. En donde se utilizaron variables explicativas como la tasa de cambio real, utilizada como proxy de los precios relativos, y la capacidad de gasto nacional y extranjera, medida por el producto interno bruto (PIB), como determinantes de la demanda turística. En donde, usaron un modelo de cointegración estacional.

Bonilla & Moreno (2010) en su trabajo de investigación titulado, “Determinantes de la Demanda de Turismo en Colombia 2004 - 2007: Seguridad, Comercio y otros Factores” indican que el turismo es un sector con gran dinamismo. Además, mencionan como países Latinoamericanos destacados a México y Perú en dicho sector. Asimismo, Colombia también se ha encontrado en incremento en el número de llegadas de turistas: es por ello que el fin de su investigación fue identificar los principales factores que influyeron en la llegada mensual de viajeros extranjeros a Colombia en el periodo 2004 – 2007, por medio de la estimación de modelos de panel de datos. Haciendo uso de variables del micro y macro entorno. Además de otras variables geográficas y culturales. Pudiendo resaltar como resultado que factores como el número de llegadas del periodo inmediatamente anterior y el índice de intercambio comercial influyen de manera positiva a la demanda turística colombiana.

Croes & Venegas (2005) en su artículo científico titulado “An econometric study of tourist arrivals in Aruba and its implications”, los autores analizan el flujo de llegada a Aruba mediante el turismo receptivo de los países EEUU, Holanda y Venezuela. Consideran específicamente al último país debido a que se plantea hacer una comparación entre países ricos y pobres. Las variables independientes elegidas son la renta, el tipo de cambio y los precios efectivos. El modelo econométrico aplicó el método estadístico Box – Cox y se estimó funciones lineales y co - lineales. Finalmente destacan que las variables son significativas y más atractivas para Venezuela, en comparación de EEUU y Holanda.

Según los autores, Archibald y LaCorbinière (2008), en su artículo científico, “Analysis of tourism competitiveness in the Caribbean: a gravity model approach” el cual, utilizan datos de 22 países del Caribe entre 1980 y 2002; se utilizó dicho modelo de gravedad turística dinámica para evaluar la competitividad ya que es un marco ideal para modelar la demanda de bienes o servicios. Asimismo, los resultados sugieren que los principales determinantes de las llegadas fueron el viaje de destino, capacidad de atracción (ingresos de destino), capacidad de generación de viajes de origen (ingresos del mercado de origen), precios relativos del mercado destino, tipo de cambio y tarifas aéreas.

Según los autores Mordecki, Leiva, & Nathalie (2019), en su trabajo de investigación titulado. “La demanda turística de México y Uruguay”, indican que el principal fin de esta investigación es estimar la demanda turística de México y Uruguay, dos países muy distintos, pero para ambos países es fundamental para su economía el turismo. Asimismo, los autores Intentaron hacer un análisis si los determinantes del tienen vínculo con el tamaño del país, o si por ser un país vecino es la determinante principal. Entonces, se estudió entre la cantidad de turistas de Estados Unidos que visitan México y turistas argentinos que visitan Uruguay. Además, de los turistas receptores y el tipo de cambio real bilateral entre el de origen y el país destino.

Trabajos de investigación de Africa:

Wamboye & Nyaronga (2020) en el recurso académico titulado “¿Cuáles son los determinantes del turismo internacional en Tanzania?” estos autores explican que se basaron en estudiar este tema, ya que los trabajos sobre las llegadas de turistas de Tanzania eran sólo dos, es por ello que vieron la oportunidad de contribuir en la literatura sobre el turismo; investigando los determinantes relevantes de la demanda internacional de turismo utilizando datos para los quince principales países de origen de los turistas de Tanzania durante el período 2000-2016. Resultados, basados en varias técnicas de estimación de datos de panel, indican que los ingresos de los turistas y el desarrollo de infraestructura en Tanzania son los dos determinantes principales de la demanda turística internacional para Tanzania.

De acuerdo Deluna (2014), en su paper “Determinants of international tourism demand for the Philippines”, sostiene que la llegada de turistas a Filipinas durante los años 2001 al 2012 aumentó considerablemente y por tanto su investigación se basa en analizar los factores

determinantes que afectan a la demanda turística de Filipinas durante los años mencionados. Entre las principales variables que detectaron fueron ingresos, precios relativos, tamaño de mercado y distancia. Asimismo, esta investigación evalúa otras variables de soporte como el lenguaje y los vuelos directos.

Según Mohamed & Mohamed (2011), en su artículo académico titulado, “Los determinantes de la demanda turística internacional de Egipto: Evidencia de datos de panel” el principal fin de este artículo es reconocer los primordiales determinantes del flujo turístico internacional hacia Egipto. En donde, los autores han usado datos de panel anual, el cual, incluye el número de llegadas de turistas de la mayoría importantes países generadores de turismo hacían Egipto durante el período 1990-2008. Asimismo, se utiliza como variable dependiente, el número de turistas que llegan a Egipto. Además, se usaron variables explicativas como el ingreso, medido por el PBI de los turistas internacionales, el precio, medido por el tipo de cambio efectivos real e índices de precios al consumidor (IPC); y también la apertura comercial como el valor total de importación y exportación de bienes y servicios entre Egipto y el país de origen dividido por el PIB de Egipto.

Saayman y Saayman (2008) en su investigación “Determinants of inbound tourism to South África”, señala que Sudáfrica en los últimos diez años, ha mostrado un impacto significativo con la llegada de turistas extranjeros al país destino, y que por lo tanto es importante comprender los factores determinantes que influyeron sobre esa demanda. Para ello se realizó un análisis de cointegración en un marco multivariante donde los autores rescatan que los precios relativos, ingresos y costo de viaje son los principales factores que determinaron el turismo receptivo hacia Sudáfrica.

Saayman & Naudé (2005) en su investigación titulada “Determinants of tourist arrivals in Africa: a panel data regression análisis”, sostiene una visión general sobre los factores determinantes de la llegada de turistas internacionales a 43 países africanos, en el periodo 1996 - 2000. De esta forma sostienen que los ingresos, precios relativos, costo de transporte y tipo de cambio son algunos de los factores primordiales que influyen de forma general sobre el viaje hacia África, Asimismo también los autores hacen hincapié sobre los factores de la infraestructura, estabilidad política, marketing y el nivel de desarrollo en el destino que son factores importantes que destacan sobre cada continente de forma más específica.

Trabajos de investigación de Europa y Asia:

Abedtalas & Toprak (2015) en su trabajo de investigación titulado “Los determinantes de la demanda turística en Turquía”; dichos autores aplican un estudio aplicado a los datos de llegada de los principales turistas entrantes a Turquía: Francia, Alemania, Reino Unido, USA y los países bajos durante los años 1986 al 2012. Esta investigación usa un enfoque de retardo distribuido autorregresivo (ARDL) para prueba de integración, en donde estimaron el modelo a largo plazo y el modelo de corrección de errores para la demanda turística. En el análisis de los resultados se refieren a que los factores determinantes del flujo de turistas entrantes son los ingresos per cápita e intercambio efectivo real. Asimismo, identificaron que los acontecimientos políticos desempeñaron un papel relevante que difería de un país a otro.

Chang & Aguayo (2003) en su investigación: “Modelo econométrico de la demanda turística internacional en China” describen que China se encuentra entre los principales destinos turísticos. Y ello fue el motor para que los autores llegasen a plantear un modelo econométrico, a través de datos de panel, sobre la demanda turística de dicho país entre los años 1996 al 2000, centrándose en estudiar los principales países con mayor demanda turística a China: Japón, Corea, Rusia y Estados Unidos. Asimismo, se tomaron como variables explicativas de la demanda turística variable endógena retardada, con el fin de recopilar información sobre el impacto de difusión causado por los turistas que han viajado en los años anteriores. Además, para medir la sensibilidad de los turistas usaron la variable explicativa del Índice de Precios. Finalmente, los autores incluyeron una variable ficticia DCA que tiene que ver con la crisis de Asia y Rusia entre 1997 y 1998 con el propósito de recoger el impacto ocasionado según las condiciones económicas del período estudiado.

Según los autores Álvarez, González, Otero, & Trigo (2014), en su trabajo de investigación; titulado: “Modelización econométrica de la demanda de turistas británicos a España”; señalan que hicieron una construcción de un modelo el cual les permita conocer cuáles son los determinantes más importantes para explicar la demanda del turismo británico a España, y de esta manera, cuantificar cuán sensible es la demanda ante cambios en estos determinantes. Como determinantes económicos se consideraron la renta de los británicos, la evolución de los precios ajustados por el tipo de cambio en España y Portugal.

Padilla (1988) se basa en la teoría del consumidor y en el enfoque Box-Jenkins para series temporales, con el fin de estudiar la demanda turística en España. En particular, aborda los efectos que tienen los precios relativos y el ingreso de la demanda turística. Los resultados que obtuvo señalan que existe una estrecha relación con los precios en el sentido señalado por la teoría económica, pero también muestran un nexo débil con el ingreso.

Garín & Pérez (2000), en su artículo científico titulado “An econometric model for international tourism flows to Spain”, los autores destacan los principales determinantes económicos de la demanda internacional de servicios turísticos en España. Se utiliza un estudio de data panel de 17 países durante el periodo de 1985 al 1995. Las principales variables independientes estudiadas son la renta real per cápita, tipo de cambio y los precios reales. Asimismo, también se agrega al modelo la variable ficticia de la Guerra del Golfo. El estudio concluye que todas las variables independientes si fueron importantes.

Hor & Thaiprasert (2015) en su estudio “Analysis of International Tourism Demand for Camboya.”, explican que su estudio tiene una estructura de un conjunto de data panel de 26 países durante el 1996 -2012, el cual intenta explicar la llegada de demanda turística internacional en Camboya a través de los 5 continentes. Las variables explicativas que se encuentran son el PBI per cápita de los países de origen, los precios relativos, y el costo de transporte. Los resultados señalan que el modelo apropiado es el de efectos aleatorios para Europa y América del Norte, mientras que el modelo de efectos fijos es apropiado para los continentes Asia y Oceanía.

Según los autores EILAT & EINAV (2004) en su trabajo de investigación titulado: “Determinants of international Tourism: a tridimensional panel data análisis”, afirman que el turismo internacional, como otras formas de comercio de servicios, está incentivado por factores de producción. En este trabajo ejemplo se usa una técnica de estimación que se aplica a un gran conjunto de datos tridimensionales de flujos turísticos. En donde se muestra que una técnica de estimación, el cual combina con una gran cantidad de datos en conjunto (panel de datos).

1.2.2 Antecedentes Nacionales

Becerra & Manani (2018) en su tesis titulada “El flujo de turistas extranjeros que llegan al Perú por motivo de negocios, el índice de libertad comercial e índice libertad de inversión son las principales variables que influyen en el crecimiento del flujo de divisas por concepto de turismo de negocios en el Perú”, rescatan la importancia de utilizar el modelo econométrico para analizar el crecimiento de divisas por concepto de turismo del Perú. La variable explicativa de la apertura comercial resulta del componente de índice de libertad de inversión y comercial y demuestra que es el principal determinante del flujo de divisas por turismo de negocio durante el periodo 2003 - 2016.

Morocho (2009) en su tesis titulada: “Determinantes del flujo turístico internacional hacia el Perú” señala que el Perú es un país anfitrión rico en tradición, cultura e historia; asimismo se hace mención que en el periodo del (2002 – 2007) la economía peruana ha emprendido un ciclo de recuperación, motivo por el cual hace referencia que el ingreso por parte de los agentes (turistas) internacionales es un aspecto que está ganando relevancia en la economía nacional. En su investigación utiliza el modelo de Econometría para explicar el flujo turístico internacional hacia el Perú. También, se analiza las variables macroeconómicas que influyen significativamente en las decisiones de los turistas internacionales para visitar Perú durante el periodo 1997- 2007. El modelo a estimar es econométrico y utiliza las variables PBI, donde considera los ingresos de EE UU por ser el principal país de turistas emisor hacia Perú; asimismo también considera el tipo de cambio, el contexto social y la estacionalidad como los principales factores determinantes para visitar el país.

Mendoza (1998), en su revista de investigación “Análisis económico del turismo receptivo en el Perú” durante la época 1990 - 1997. El autor sostiene que el análisis económico de la evolución del turismo receptivo se da en función a variables explicativas tales como PBI per cápita (porque es el país de donde provienen el mayor flujo de turistas), precios relativos, tipo de cambio y el atentado terrorista. Asimismo, se hace hincapié en esta última variable cualitativa debido a que Perú por sus antecedentes como país de riesgo mientras mayor sea la violencia terrorista, la probabilidad de que el turista extranjero sufra algún daño es mayor, por lo que éste disminuirá su preferencia por el Perú.

Quispe (2007) en su investigación de tesis titulada como “Estudio de la demanda turística en el mundo, América, el Perú y en la Región Puno” estudia el comportamiento, los ingresos y la composición del flujo turístico a nivel mundial entre los años 1980- 2005, en América entre los años 1996-2005, en el Perú entre los años 1997- 2005 y en Puno en los años 1996-2004. El modelo utilizado es Regresión Lineal por mínimos cuadrados. Dentro de sus variables explicativas destaca el tipo de cambio, las divisas y el PBI Real como factor determinante de la demanda turística.

1.3 BASES TEÓRICAS

Haddad & Andrade (1989) indican que los modelos de bases teóricas, además de ser fundamentos teóricos prácticos, son capaces de sintetizar fenómenos o situaciones complejas. Para dichos autores, un modelo es una abstracción de lo real, que debe poseer herramientas lo suficientemente sencillas para el adecuado análisis de los problemas implicados; con la finalidad de que se comprendan los temas difíciles del tema estudiado, a fin de que tenga relevancia para comprender las circunstancias complejas del fenómeno o situación.

Además, se deben tomar en cuenta algunos criterios para evaluar la calidad de los modelos propuestos. En primera instancia, el modelo debe mostrar viabilidad y definición. Además, tener la capacidad de resistir los numerosos cuestionamientos. De igual manera, debe considerarse que haya relación con el fenómeno estudiado. (Fretchling, 1996)

Con la finalidad de obtener información y entender el contexto de la línea de investigación de las estrategias de internacionalización relacionado al tema en cuestión, en este apartado se desarrollará la búsqueda de las principales teorías por medio de modelos propuestos por diferentes autores y de acuerdo a ello poder extraer un análisis más profundo en relación al tema.

1.3.1 Teorías del Comercio Internacional

Las teóricas de libre comercio son aquellas que se encuentran vinculadas en el desarrollo de internacionalización como herramienta de aprendizaje, el cual se alinea al aprendizaje y el incremento de recursos relacionados al mercado exterior. (Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2007)

Bajo (1991) en su libro titulado “Teorías del comercio Internacional”, sostiene que el fin de estudiar estas teorías no es otro que el de brindar un mayor panorama, tratando de hacer comprender el propósito de los intercambios internacionales de bienes y servicios, es decir, de los factores y que fue lo que motivó a emprender este intercambio.

A continuación, se presentará 2 teorías, ligadas al comercio internacional, para un mayor entendimiento del tema tratado.

1.3.1.1. Teoría de la ventaja competitiva

La presente investigación considera los factores críticos que determinan la competitividad según la Teoría del Diamante (Porter, 1990). Esta teoría muestra un modelo que consigue determinar la postura de comparación entre una nación en relación a la competencia internacional. Se puede utilizar para analizar la competitividad de los territorios, en este caso de países con determinados productos, o destinos turísticos competitivos, que dependen de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar constantemente.

La teoría de ventaja competitiva del autor menciona los siguientes factores básicos o heredados para las regiones o los países: i. Tierra ii. Ubicación iii. Recursos naturales iv. Mano de obra v. Tamaño de la población local

Sin embargo, Porter explica que el crecimiento sectorial sostenido difícilmente se podrá construir siempre sobre la base de los factores básicos o heredados, antes mencionados.

Ante ello, el autor sostiene que la existencia de 4 factores avanzados determina la ventaja competitiva de una nación y que el análisis de la combinación de dichos factores debe funcionar adecuadamente para lograr el éxito competitivo del sector, ya que se refuerzan unos a otros. Estos factores podrían estar influenciados por el gobierno y el azar. A continuación, se muestra la siguiente figura:

Figura 21. Competitividad de las Naciones. Adaptado del libro de Porter (1990)

1.3.1.2. Teoría de la ventaja comparativa y absoluta

La teoría de la ventaja absoluta que propone Adam Smith, indica que un país si se especializa en la producción y exportación de un bien con mayor eficiencia de los demás, es decir, si posee un menor costo; se afirmará que dicho país tiene una ventaja absoluta. Según Smith, si un país posee ventajas absolutas en la producción de todos los bienes, no habría libre comercio (García, 2010). Asimismo, David Ricardo en respuesta a la teoría brindada por Smith plantea su teoría llamada también teoría Ricardiana; en esta teoría se sostiene que un país tiene una ventaja comparativa en su producción, cuando tiene un precio relativo menor comparado con el de otro país. En ese sentido en la condición del libre comercio podrá exportarlo y transformarse en el importador del otro bien que no fue tan eficiente. Y con el tiempo, se especializará en la producción del bien el cual tenga ventaja comparativa, en otras palabras, destinará una mayor cantidad de recursos productivos a la producción del mismo (Pérez, 2006).

Por mucho tiempo, el aspecto macroeconómico de las ventajas comparativas se mantuvo en realizar una comparación sobre los atributos de cada país para la competitividad en el sector turístico. Según lo mencionado anteriormente, se infiere que los países receptores más competitivos sobre destinos turísticos serán los que se provean de una mejor dotación de los factores utilizados de manera más profunda en esta actividad, lo cuales pueden ser: la mano de obra, el clima ideal, la riqueza, accesibilidad y la diversidad de recursos naturales y culturales, entre otros”. (Flores, 2009, pág. 65)

1.3.2 Teorías de internacionalización

1.3.2.1 Modelo de Uppsala

Este modelo explica que las empresas y /o una organización buscarán internacionalizarse mediante el desarrollo gradual de un proceso donde utilizan los recursos vinculados con las actividades realizadas en un país extranjero a medida de que van ganando experiencia y confianza en el mercado internacional. (Johanson & Wiedersheim, 1975).

El modelo explica pasos menores o mayores de desarrollo en la llamada cadena de establecimiento y está constituida por 4 etapas:

1. Actividades no regulares de exportación. (La empresa realiza una exportación de prueba)
2. Exportaciones a través de representantes independientes. (La empresa contrata un representante extranjero para negociar)
3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero. (La empresa adquiere licencias o franquicias)
4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero. (La empresa establece su producción en el extranjero).

1.3.2.2 Modelo de Dawyer y Kim

Este modelo propuesto por Dwyer y Kim, establece vínculos específicos, entre ellas se encuentra estudiar la competitividad del turismo.

Figura 22. Modelo Dawyer y kim Adaptado del libro de Dawyer y Kim (2003)

Según los autores Dawyer y Kim, explican su modelo, mediante siete elementos:

- Recursos básicos:

Conformada por recursos creados y heredados. En cuanto a los recursos creados, explican que la infraestructura del turismo, por ejemplo: compañías que ofrecen alojamiento a las personas, alimentación, tiendas, agencias de viaje; eventos, entretenimiento. Mientras que los heredados son aquellos que como bien dice la palabra son herencia del propio país, los cuales pueden ser la cultura y la naturaleza.

- Factores y recursos de apoyo:

Son aquellos que conforman en general la infraestructura, por ejemplo: puentes, servicios de agua, luz; aeropuertos, terrapuentes; entre otros. Asimismo, lo conforman, la acogida y amabilidad de las personas locales de poder brindar ayuda al turista. Además, los vínculos de mercado (mismo idioma, cultura o religión) y por último la accesibilidad del país destino (en donde ven involucrados la seguridad y las leyes locales)

- Condiciones situacionales:

Aquellos factores que pueden ayudar a incrementar o disminuir la competitividad del país destino.

- Gestión del destino:

Lo definen factores, los cuales incentivan a la mejora y fortalecimiento de la calidad y efectividad de los factores de apoyo, ocasionando que el país local se adecue a los cambios del entorno. Asimismo, la gestión del destino se encuentra vinculada con 5 actividades: mercadeo del destino, planificación, desarrollo y planificación del destino.

- Condiciones de la demanda: la percepción que tiene el turista con respecto al destino turístico.

- Modificadores situacionales: explica sobre la ubicación del destino turístico, es decir, abarca el entorno micro y macro; básicamente muestra cómo afectan con respecto a la competitividad del mismo.

- Competitividad del destino: es el producto de la medición del volumen de llegadas al país destino. (Gutierrez & Narvaez, 2015)

1.3.2.3 Fuerzas del micro y macro entorno

(Kotler & Armstrong, 2007), señalan que existen fenómenos cercanos a la empresa, los cuales afecta de cierta manera la facultad para atender a los clientes.

De acuerdo con Nicolau (2011), para que una organización turística salga a flote es necesario que se adapte al entorno; con mucha más razón por el motivo de que existen muchos factores que no se pueden controlar; y ello, puede limitar los vínculos que existen entre los clientes y la compañía. De esta manera, se muestra la importancia del entorno y cómo estos factores pueden ser tomados para la toma de decisiones.

Asimismo, para que una compañía pueda sobresalir frente a la competencia debe adaptarse continuamente, también cubrirse frente a amenazas que puedan presentarse en el camino. (Nicolau, 2009).

Cabe resaltar que el entorno está conformado por el Macroentorno y el microentorno:

Con respecto al microentorno, se encuentra conformado por la misma empresa, la competencia, los mercados de clientes, los intermediarios, proveedores y el público; se encuentran involucrados dentro del microentorno o entorno específico. Asimismo, en el macroentorno se encuentra todas aquellas fuerzas exteriores, tales como: el Entorno Demográfico, económico, político, tecnológico, cultural y natural.

Figura 23. Fuerzas del micro y macro entorno. Adaptado del libro de Kotler y Armstrong (2014)

El propósito de toda compañía relacionada al turismo es fortalecer relaciones de intercambio adecuados con los clientes. Sin embargo, para poder cumplir dicho propósito, es necesario que la organización se encuentre vinculada con intermediarios y proveedores. Asimismo, para que la compañía cumpla sus expectativas, se encontrará influenciada por los grupos de interés y de la competencia. (Nicolau, 2009)

1.3.2.4 Modelos de Enfoque Espacial

Es importante saber que el turismo se encuentra fuertemente vinculado con la definición de “espacio”; ya que muy aparte de presentar aspectos propios del fenómeno turístico; los modelos propuestos por diferentes autores referentes al enfoque del espacio tienen gran difusión. Asimismo, se puede afirmar que los modelos de enfoque espacial son aquellos que tienen elementos constitutivos relacionados al espacio, ejemplo de ello son: el origen y el destino. Varios modelos que enfoque espacial estudian las mencionadas variables geográficas. Además, otro factor recurrente en este tipo de modelo es el desplazamiento que brindan los turistas de origen hasta el destino. (Oliveira, 2007)

(Fernandez, 1985) explica el turismo proponiendo un modelo muy sencillo que se basa entre el vínculo entre origen y destino.

Según, Oliveira (2007) estudia los caminos que usan los turistas para poder desplazarse, en donde menciona 3: ruta de acceso, de regreso y recreativa.

Las 2 primeras rutas descritas; de acceso y de regreso son rutas sin atributos atractivos, es decir, sólo tienen como fin el desplazamiento. Mientras que, la ruta recreativa por lo contrario a las anteriores rutas, representa gran atractivo por la demanda turística. A continuación, se muestra el modelo (Figura 24), el cual explica la probabilidad de hacer una combinación entre todas las mencionadas rutas: de acceso, regreso y recreativa

Figura 24. Modelo teórico de enfoque espacial. Adaptado del libro de Mariot (2003).

En contraste, con el modelo de Mariot y Fernández; el autor hace hincapié en que los turistas al desplazarse entre origen y destino final, en el camino puedan visitar más de un lugar; en donde establece un destino como primario y los otros lugares como secundarios:

Figura 25. Modelo teórico de enfoque espacial. Adaptado del libro de Palhares (2002).

1.3.3 Normativas relacionadas

1.3.3.1 Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) de la OMC entró en vigor en enero de 1995. El AGCS se fundó con el mismo fin el cual fue creado el comercio mercancías, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT): el cual fue iniciar un sistema transparente de reglas comerciales internacionales. Asimismo, este acuerdo se creó garantizando un trato equitativo y justo a todos los participantes (bajo el principio de la no discriminación); con el objetivo de expandir el comercio de servicios, fomentar la actividad e incentivando el comercio y el desarrollo en todos sus miembros. Por consiguiente, el AGCS sigue siendo el único conjunto de normas multilaterales por el cual se rige el comercio internacional de servicios donde permite a los miembros de la OMC apertura sus

mercados a la competencia extranjera de manera flexible. Los compromisos contraídos por los miembros de la OMC en el Marco del AGCS son los siguientes:

Figura 26. Número de miembros de la OMC con compromisos, por sector servicios. Adaptado de OMC (2015)

De un total de 160 categorías del sector servicios, los miembros han incluido 50 sectores en su lista de compromisos. Se puede observar que el turismo es el principal sector liderado con más frecuencia en la lista de compromisos de los miembros de la OMC, seguido de la categoría de infraestructura (servicios financieros, telecomunicaciones y servicios prestados a las empresas). (OMC, 2015)

1.3.3.2 Ley General de Turismo

De acuerdo a la legislación peruana, el congreso ha dado la ley siguiente que ampara el sector turístico: Ley General del Turismo N°29408 donde manifiesta que es de interés nacional y funciona como política prioritaria para el Estado y tiene como finalidad en sus disposiciones generales promover y regular el desarrollo sostenible del servicio turístico, a su vez señala su importancia en cumplir con las normas en los 3 niveles de las regiones: Nacional, Regional y Local en conjunto con los diversos actores vinculados al turismo.

Entre las disposiciones generales se rigen los siguientes principios de la actividad turística:

- Desarrollo sostenible: Consiste en velar por el cuidado, encaminar la recuperación y conservación del patrimonio cultural, natural y social.
- Inclusión: Estimula la unión e integración de grupos sociales que fueron excluidos y vulnerables. Asimismo, el turismo busca incorporar a la sociedad en el ámbito social, económico, político y cultural de forma activa.
- No discriminación: Se vela por el respeto mutuo, la igualdad de género y diversidad cultural.
- Fomento de la inversión privada: La finalidad del Estado es invertir y así promover una adecuada infraestructura del servicio turístico para mejorar la calidad de vida de los visitantes y de esta forma generar mayor empleo.
- Descentralización: Consiste en incluir a los actores responsables de los 3 niveles de las regiones para el beneficio directo de la población
- Calidad: El plan es promover y mejorar la calidad de los destinos turísticos para la satisfacción de la demanda y proteger sus derechos.
- Competitividad: Consiste en mejorar las condiciones favorables del turismo a fin de crear una oferta turística competitiva.
- Comercio justo en el turismo: Se refiere distribución equitativa de los beneficios económicos obtenidos de la actividad turística en favor de la población.
- Cultura turística: Consiste en la interacción de la población y de los actores involucrados en el turismo para que permitan el desarrollo y fortalecimiento del sector turístico.

1.3.3.3 Comité Consultivo del Turismo

Considerando que la Ley N ° 26961 “Ley para el desarrollo de la actividad turística” creó el Comité Consultivo del Turismo (CCT) como órgano de comunicación entre el sector público y privado con el objetivo de lograr una visión conjunta sobre el sector turístico y en la cual incorpora a varios representantes de los gremios prestadores de servicios turísticos. Dentro de sus funciones está la coordinación con el sector privado que está integrado por:

CANATUR: La Cámara Nacional de Turismo del Perú, representa al sector empresarial privado, fundada con la finalidad de contribuir al desarrollo económico y social del país. Asimismo, propicia la competitividad y el desarrollo sostenible del sector turístico receptivo. Entre otras acciones, CANATUR está encargada de organizar de eventos donde se desarrollan y promocionan temas relacionados con la actividad económica para empresas y personas interesadas y vinculadas al emprendimiento en el turismo. (CANATUR,2020)

MINCETUR: El ministerio de comercio exterior y turismo uno de sus principales roles es regular o normar actividades de políticas de comercio exterior y turismo en el país. Otra de sus principales funciones es poner a disposición de todos los usuarios información y reportes estadísticos de todos sus programas y acciones relevantes del sector turismo para el desarrollo sostenible del mismo. (MINCETUR, 2020)

PROMPERU: La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo es un organismo técnico especializado en evaluar las estrategias y planes de promoción de bienes y servicios exportables, así como turismo receptivo, impulsando la imagen de Perú en materia turística y de exportaciones. (PROMPERU,2020)

AGENCIAS DE VIAJE: las agencias de viaje se encuentran dentro de los actores involucrados que determinan el flujo de llegada de los turistas.

CAPÍTULO 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

Según los especialistas de la OMT y OMC (2018), en su informe del panorama del turismo internacional resaltan que, el sector turismo crece a un ritmo mayor que el de comercio de mercancías, y esto se refleja en sus ingresos; por séptimo año consecutivo, el total de los ingresos por exportación de turismo internacional creció más rápido que los ingresos por las exportaciones de mercancías.

En la última década el turismo internacional ha presentado indicadores constantes de expansión frente a otros sectores, lo que convierte a este sector en una verdadera locomotora mundial de fortaleza y desarrollo. De esta manera, hoy en día, se busca fomentar el cuidado y gestionar de forma sostenible el turismo en beneficio de todos.

Figura 27. Ingresos de exportación por categoría de productos (USD miles de millones). Adaptado de OMT - OMC (2017)

En la figura anterior se observa que, la categoría del turismo internacional es sector es muy importante en la economía, ya que se encuentra en la tercera posición entre las categorías que generan mayores ingresos por exportaciones en el mundo, seguido de la categoría combustibles y productos químicos. Es decir, los ingresos de exportación del turismo internacional en 2017 representaron 1586 miles de millones dólares, por delante de las categorías de automoción y de agroalimentación. Se desprende que el sector turismo representa una fuente importante de divisas para muchos destinos del mundo.

De igual importancia, centrándonos ahora en la realidad del turismo en el Perú, se tomó en cuenta al Foro Económico Mundial (WEF) el cual presentó en su informe del índice de competitividad de viajes y turismo (TTCR) un análisis del Perú frente a 136 economías en el año 2017. Este artículo menciona cuales son los factores y políticas que permiten el desarrollo del sector de viajes y turismo. En el análisis de Latinoamérica señala que los principales países competidores que están en mejor posicionamiento que Perú son México con la ubicación (22), Brasil (27), Chile (48) y Argentina (50) en cuanto al desarrollo de competitividad en el sector turismo.

Sin embargo, en la lista también se menciona que los países de América central y del Sur aún son muy débiles en posicionamiento de competitividad frente a otros países debido a que existe una baja seguridad y protección ante el turista, asimismo se debe velar por crear un entorno más favorable para las empresas y desarrollar la infraestructura para enriquecer y mejorar la conectividad. De esta manera, el informe señala que Perú se ubica en la posición número 51 con debilidades y fortalezas. Como oportunidad de mejora muestra la baja competitividad de precios, baja infraestructura portuaria y terrestre, salud e higiene y sostenibilidad ambiental. Asimismo, se rescata entre sus principales fortalezas sus recursos naturales y culturales, también muestra buena posición por el lado de las políticas de apertura comercial con los demás países del mundo y finalmente las constantes innovaciones que se da en la infraestructura de servicios turísticos

A causa de las fortalezas anteriormente mencionadas, es importante destacar que el flujo de llegada de turistas extranjeros al Perú tuvo un incremento del 10% en el 2018 versus el año anterior. Sin embargo, aunque las cifras se muestran positivas y con tendencia positiva en los años futuros, en cuanto a la realidad del turismo, Perú frente a Latinoamérica se ubica en el sexto lugar del ranking latinoamericano con casi 4 millones de llegadas de turistas extranjeros, lo cual evidencia que Perú está próximo a igualar en cifras a sus países

competidores. Justamente allí nace la importancia de la tesis, en investigar cuáles fueron esos factores que influyeron en la demanda turística internacional en llegar a Perú en relación a otros países.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A lo largo de la investigación se ha podido observar, que si bien, el Perú ha crecido en cifras de llegadas de visitantes extranjeros en los últimos 20 años, consideramos que el país aún se encuentra en camino a ser un país más competitivo de turismo receptivo, ya que se ha podido comparar por estudios de Promperú que aún falta por mejorar, debido a que el Perú se encuentra en la posición 10 en la tabla de turismo receptivo, frente a los países competidores (PROMPERU 2018)

En el proceso de búsqueda de obtener información en turismo receptivo de Perú a nivel internacional, se ha podido notar que existen muchos artículos académicos de países lejanos a Perú con una cultura y costumbres distintas al país estudiado, donde existe otra realidad, lo que muestra un escaso número de trabajos académicos relacionados al estudio de turismo en el Perú. Ello evidencia que, existe un vacío de información a nivel internacional sobre el flujo de llegada de turistas, y siendo Perú un país con gran potencial y puesto en los ojos del mundo, por las grandes cualidades que posee, es necesario en aportar información valiosa para la toma de decisiones de todas aquellas entidades o personas, que se interesen en profundizar conocimientos sobre el sector turismo.

Ante la problemática mencionada, se espera estudiar el turismo receptivo en el Perú mediante las variables utilizadas en común por diversos autores, las cuales son PBI per cápita de los turistas internacionales, la apertura comercial y el tipo de cambio real las cuales son consideradas como influyentes para que lleguen turistas internacionales al país.

De esta forma, se eligieron estas variables ya que representaron un porcentaje significativo del 90% de los artículos académicos encontrados, donde explicaron el modelo satisfactoriamente mediante la llegada de turistas internacionales país estudiado.

A continuación, se presentarán los problemas, hipótesis y objetivos del presente trabajo de investigación, mostrados también de forma consolidada en la matriz de consistencia. (Ver Anexo N°2)

2.2.1 Problema General

¿De qué manera/ en qué medida factores como PBI per cápita, apertura comercial y tipo de cambio real, influyeron en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, durante el periodo 1996-2018?

2.2.2 Problemas Específicos

- ☐ ¿De qué manera el PBI per cápita de los turistas internacionales influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, en el periodo 1996 - 2018?
- ☐ ¿En qué medida, la apertura comercial influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, en el periodo 1996 - 2018?
- ☐ ¿En qué medida, el tipo de cambio real influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, en el periodo 1996 – 2018?

2.3 OBJETIVOS

2.3.1 Objetivo General

Determinar si el PBI per cápita, tipo de cambio real y la apertura comercial han sido factores influyentes en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, durante el periodo 1996-2018.

2.3.2 Objetivo Específico

1. Determinar si el PBI per cápita de los turistas internacionales fue un factor que influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú en el periodo 1996- 2018.
2. Determinar si la apertura comercial fue un factor que influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú en el periodo 1996- 2018.

3. Determinar si el tipo de cambio real fue un factor que influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú en el periodo 1996- 2018.

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis Principal

El PBI per cápita de los turistas internacionales, el tipo de cambio real y la apertura comercial, han sido los factores principales que han influenciado en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, durante el periodo 1996-2018.

2.4.2 Hipótesis Específicas

1. El PBI per cápita de los turistas internacionales, fue un factor influyente en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú durante el periodo 1996-2018.
2. La apertura comercial, fue un factor influyente en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú durante el periodo 1996-2018.
3. El tipo de cambio real, fue un factor influyente en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú durante el periodo 1996-2018.

2.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Arbaiza (2014) en su libro “Cómo elaborar una tesis de pregrado”, sustentó que la justificación consiste en explicar el motivo de realizar el estudio.

Este trabajo de investigación resulta de gran relevancia ser estudiado debido a que, el sector turístico es la tercera mayor categoría de exportaciones del mundo, con un porcentaje significativo del 10,4% del producto interior bruto (PIB) y es el eje responsable de 313 millones de trabajo en todo el mundo, también se considera que es un sector que realiza un aporte valioso a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En este

sentido, en las últimas décadas el sector turismo se ha convertido en un sector dinámico que promueve divisas y genera empleo, debido a que por noveno año consecutivo registro un crecimiento sostenido en cuanto a llegada de turistas internacionales a nivel mundial. (OMT, 2018)

Se considera al sector turístico como uno de los más completos, debido a que está integrado por diversos rubros de la economía como transporte, hotelería, restaurantes, agencias de viaje, recreación, entre otros por lo que ha sido considerado una de las industrias más grandes tanto a nivel mundial como en el Perú.

Por este motivo, se ha elegido estudiar el sector del turismo, específicamente el turismo receptivo como modo de exportación no tradicional, por ser un sector amplio y con un gran crecimiento en las últimas décadas en el Perú en el cual se considera relevante identificar cuáles son los determinantes que motivaron a esta demanda turística ingresar al país. Para ello, se explicará los principales indicadores sobre la evolución del sector turístico en Perú en el periodo estudiado, del año 1996 al 2018.

Tabla 10. Evolución del sector turístico en Perú en los años 1996-2004 (US\$ millones)

Año	Número de Turistas		Ingreso de Divisas (Mill. US\$)	Egreso de Divisas (Mill. US\$)	Divisas Per cápita		Balance (Saldo)		
	Entrada	Salida			Ingreso	Egreso	Turistas	Divisas Per cápita	
	1/	2/			US\$	US\$			
1996	590 545	532 328	670	350	1 135	657	58 217	320	477
1997	659 567	579 776	816	434	1 238	748	79 791	383	490
1998	735 191	615 857	845	453	1 149	735	119 334	392	414
1999	799 946	646 830	890	443	1 112	686	153 116	446	426
2000	852 745	764 602	837	423	981	553	88 143	414	428
2001	939 947	956 322	733	545	780	570	- 16 375	188	210
2002	1 113 800	1 239 660	787	606	707	489	- 125 860	181	218
2003	1 301 868	1 495 972	963	641	740	429	- 194 104	322	311

Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones/ Banco central de Reserva del Perú

Tabla 11. Evolución del sector turístico en Perú en los años 2004-2018

Año	Número de Turistas		Ingreso de Egreso de		Divisas Per cápita		Balance (Saldo)		
	Entrada	Salida	Divisas	Divisas	Ingreso	Egreso	Turistas	Divisas Per cápita	
	1/	2/	(Mill. US\$)	(Mill. US\$)	(US\$)	(US\$)	(Mill. US\$)	(US\$)	
2004	1 349 959	1 635 466	1 232	852	913	521	- 285 507	380	392
2005	1 570 566	1 841 235	1 438	969	916	526	- 270 669	469	389
2006	1 720 746	1 857 083	1 775	1 047	1 032	564	- 136 337	728	468
2007	1 916 400	1 914 886	2 007	1 243	1 047	649	1 514	764	398
2008	2 057 620	1 913 029	2 396	1 432	1 164	749	144 591	964	416
2009	2 139 961	1 890 508	2 440	1 403	1 140	742	249 453	1 037	398
2010	2 299 187	2 057 793	2 475	1 647	1 077	800	241 394	828	276
2011	2 597 803	2 131 899	2 814	1 768	1 083	829	465 904	1 046	254
2012	2 845 623	2 296 131	3 073	1 900	1 080	827	549 492	1 173	253
2013	3 163 639	2 363 879	3 916	2 118	1 238	896	799 760	1 797	342
2014	3 214 934	2 441 705	3 908	2 119	1 215	868	773 229	1 788	348
2015	3 455 709	2 594 881	4 140	2 527	1 198	974	860 828	1 613	224
2016	3 744 461	2 751 357	4 303	2 687	1 149	977	993 104	1 616	172
2017	4 032 339	2 875 312	4 573	2 916	1 134	1 014	1 157 027	1 657	120
2018	4 419 430	3 078 377	4 895	3 418	1 108	1 110	1 341 053	1 477	-3

Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones/ Banco central de Reserva del Perú.

A lo largo del periodo estudiado, según cifras mostradas líneas arriba se puede observar que se recibió mayor demanda receptiva que oferta emisiva, lo cual es positivo para la economía del Perú. Por tanto, se muestra una evolución constante respecto al sector turismo en el período del 1996 al 2018. Asimismo, se puede observar que en último año del periodo estudiado (2018), Perú fue el país anfitrión de 4.4 millones de turistas internacionales, lo que reflejó un 9.6% más que año anterior, y generó un ingreso de divisas de US\$ 4,895 millones, lo que significó un 7% más que en el año 2017. Por otro lado, en cuanto a los ingresos por divisas per cápita, también la cifra es creciente y en el mismo año la cifra ascendió en US\$ 1,108. Cabe mencionar que la tabla nos muestra la evolución del sector turismo representado por turistas internacionales y turistas peruanos residentes en el Perú y que la información de ingreso de divisas por turismo receptivo y de egreso de divisas por turismo emisor incluye los rubros viajes.

Una vez analizado la evolución del sector turístico en Perú, resulta necesario investigar el origen de procedencia de estos países por quienes está conformado el turismo receptivo al

país, es decir conocer la demanda turística internacional, para ello a continuación se muestra la siguiente gráfica:

Figura 28. Perú: Llegada de turistas internacionales de turistas internacionales según país de residencia. Adaptado de MINCETUR (2020)

De acuerdo a la figura mostrada, si bien es cierto son muchos los turistas que visitan el Perú de diferentes países de procedencia, se puede observar que solo 6 países representan el mayor porcentaje de mayor demanda turística para el Perú. Por tal motivo, esta investigación se basa en investigar sobre estos 6 países como Chile, Estados Unidos, Ecuador, Colombia, Brasil y Argentina en específico, ya que conforman aproximadamente más del 60% del flujo de turistas de mayor demanda para el Perú durante el periodo estudiado.

Entonces, luego de haber presentado la tabla de evolución del sector turístico en el Perú y después de haber elegido los países a estudiar en la presente investigación, se tiene por finalidad responder a la interrogante ¿Cuáles son los factores que influyeron en el desarrollo de la demanda turística del Perú en el periodo 1996- 2018?

Para ello, para responder a la pregunta se investigó en otros papers y tesis similares que trabajaron la variable dependiente de la demanda turística y fueron explicadas con las

variables explicativas como PBI per cápita de los turistas internacionales, el tipo de cambio real y la apertura comercial; las cuales explicaron positivamente el desarrollo del sector turístico y que si fueron factores determinantes para el desarrollo del flujo turístico.

Como complemento a la investigación se entrevistará a un experto en la carrera de Turismo de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) para conocer su apreciación sobre los factores que influyeron en el flujo de la demanda turística en el periodo mencionado.

Finalmente, el trabajo de investigación pretende ser una herramienta importante para las personas, profesionales y empresas interesadas en investigar e incursionar en la exportación del turismo receptivo. Asimismo, con los resultados de este estudio podrán ser de gran ayuda a responsables políticos en el proceso de toma de decisiones, de esta manera se podrá contribuir a la mejora de la industria del turismo en el país.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

En el presente capítulo se explicará la metodología a utilizar en la investigación. La metodología está compuesta por el diseño, alcance, instrumentación y procedimientos. En toda investigación es esencial conocer el método utilizado para demostrar la validez de la hipótesis planteada.

Según Gómez (2012) sostiene que, para alcanzar el conocimiento en cualquier rama de la investigación científica, el investigador debe tener una metodología de investigación que le permita actuar de forma ordenada, seria y sistemática.

De acuerdo con Behar (2008), la metodología de la investigación al ser un componente de desarrollo del conocimiento es convencional y estable, con puntos transversales y estandarizados los cuales facilitan que el conocimiento pueda ser comunicado de distintos contextos, en otras palabras, la metodología de investigación permite el desarrollo en todos los campos disciplinares de estudio. Es importante mencionar que el mismo autor señala que un conocimiento empírico se convierte en científico cuando se utiliza los métodos, herramientas y procesos correctos. También se incorpora concepto, teorías y leyes y con ello el conocimiento científico supera los hechos empíricos. El conocimiento científico resiste confrontación con la realidad, rechaza explicaciones metafísicas y utiliza fuentes de primera mano.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación científica es esencialmente como una típica investigación, sólo que más severa, organizada y la cual se trabaja con sumo cuidado. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2014)

Existen dos tipos de investigaciones: Básica y aplicada:

La investigación básica o pura es la que se tiene como fin agrandar los conocimientos teóricos contribuyendo al desarrollo de una determinada materia; asimismo tienen el propósito de estudiar algún aspecto de la realidad, la comprobación de hipótesis, la solución de determinados problemas sociales, etc. (Ander, 1995)

Se distingue de la investigación aplicada debido a que, se origina en el marco teórico y permanece en él sin mostrar interés directamente en sus aplicaciones posibles o consecuencias práctica. (Muntané, 2010)

Al buscar información para realizar la investigación, se pudo identificar que la demanda turística es estudiada por muchos investigadores de diferentes países a nivel mundial. Sin embargo, se encontró escasos recursos de investigación que hayan estudiado la demanda turística a nivel nacional, es decir en el Perú, es por ello que se ha definido la presente tesis como una investigación de tipo básica, debido a que nosotras como investigadoras queremos beneficiar a la sociedad con la comprobación de la hipótesis de la presente tesis en un futuro inmediato; asimismo se constituye en un tipo de investigación que es esencial para el beneficio socioeconómico en el largo plazo mas no tiene como propósito ser directamente normalmente aplicable al uso tecnológico. (Málaga, Vera, & Oliveros, 2008)

3.1.1 Enfoque de la investigación

El presente trabajo sigue una investigación no experimental, debido a que presenta variables que no han sido cambiadas y trata de explicar la razón de un fenómeno. (Hernández et al. 2014).

Hernández et al. (2014) en su libro indican que a lo largo del tiempo se han desarrollado interpretaciones y enfoques en búsqueda de conocimientos, dichos enfoques tienen el propósito de evaluar un fenómeno y precisar información que confirme la hipótesis planteada, ello requiere la evaluación de la misión del estudio para poder elegir que estilo es el adecuado. Asimismo, los mencionados autores, proponen 3 tipos de enfoques Cuantitativa, Cualitativa y mixta; y dependerá de la misión de la investigación para elegir el más apropiado.

El presente trabajo tiene un enfoque cuantitativo; debido a que se basa en un conjunto de procesos con secuencias y bastante orden, que es probatorio y estudia un fenómeno que ya sucedió. Además, parte de una idea que cada vez se va delimitando para formar objetivos y preguntas de investigación, luego se establece la hipótesis y se determinan variables y se traza un diseño para probar o no la hipótesis. Por último, se analizan las mediciones obtenidas utilizando método estadístico y se extrae las conclusiones. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2014).

3.1.2 Diseño de la investigación.

Según Hernández et al. (2014) se entiende por diseño a un plan o a una estrategia a seguir, cuyo desarrollo sirve para la obtención de la información requerida para una investigación y dar así respuesta al planteamiento establecido.

El estudio longitudinal es un diseño el cual se utiliza para recolectar datos sobre una población, sucesos, variables, contextos para evaluar el proceso de cambio, en dos o más momentos, que estén vinculados con el paso del tiempo y así hacer inferencias, consecuencias del problema de investigación.

El tipo de diseño longitudinal que se utiliza en la presente investigación, es de diseño panel, Es decir, es una combinación entre datos transversales y de series de tiempo. debido a que la población o los sucesos fueron observados y/o seguidos en diferentes los momentos. Un conjunto de datos de panel explica una serie de tiempo para cada miembro del corte transversal en un grupo de datos. (Hernández et al. 2014).

3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La operacionalización de las variables consiste en la descomposición o desagregado deductivo de las variables que forman parte del problema de investigación, comenzando desde lo más general transcurriendo hacia lo más específico; es donde, las variables se dividen en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices e ítems, si son complejas; pero solamente se dividen en indicadores, índices e ítems, si son concretas (Núñez, 2007)

La variable es aquello que se va a medir, a controlar y a estudiar en una investigación, también es un concepto clasificador debido a que asume diferentes valores, los cuales pueden ser o cuantitativos o cualitativos, así como además pueden ser definidas de manera conceptual y operacional (Núñez, 2007, pág. 167) Además, las variables, las cuales son las características o los atributos que se van a investigar se transforman en cuidadosamente redactadas preguntas que forman parte del instrumento de investigación a ser aplicado a la población o a la muestra del estudio (Moran & Alvarado, 2010)

Es importante mencionar que, si bien es cierto, en los trabajos investigados por otros autores, existen otras variables adicionales a las elegidas; en el presente trabajo se tuvo el criterio de elegir aquellas variables que son comúnmente usadas por la mayoría de trabajos investigados en los antecedentes.

Se ha definido la siguiente variable dependiente:

Y: Demanda turística internacional del Perú

La demanda turística internacional, se encuentra medido por el número de llegadas de turistas al Perú. Según investigaciones previas sobre el turismo, se ha identificado que el número de llegadas de turistas es un indicador apropiado de la demanda turística internacional (Ouerfell, 2008; Naude y Saayman 2005; Song y Li 2008; Song y Witt, 2003; Mohamed & Mohamed, 2011; Witt y Witt, 1995; Deluna & Jeon, 2014; Archibald & LaCorbinière, 2008; ; Mordecki, Leiva & Nathalie, 2019; Bonilla & Moreno, 2010; Galvis & Aguilera, 1999).

En la presente investigación, la variable dependiente hace referencia al número de llegadas de turistas internacionales al Perú, los cuales toma datos de 6 países que representan un 65% con mayor turismo receptivo estos son (Chile, Estados Unidos, Colombia, Ecuador, Brasil y Argentina)

Se contaron con las siguientes variables independientes:

X₁: PBI per cápita de los turistas internacionales

X₂: Apertura comercial

X₃: Tipo de cambio real

A continuación, se explicarán cada una de las variables independientes mencionadas y como fueron medidas en el trabajo.

- **PBI per cápita de los turistas internacionales**

Cerca del 90% de los trabajos estudiados por otros autores, los cuales estudian el mismo tema, miden los ingresos de los turistas, mediante el producto bruto interno per cápita del país de origen (Deluna & Jeon, 2014; Lamboggia Ortiz, 2014; Mohamed & Mohamed, 2011; Archibald & LaCorbinière, 2008; Mordecki, Leiva & Nathalie, 2019; Bonilla & Moreno, 2010; Galvis & Aguilera, 1999).

El ingreso de los turistas, estudiado por medio del PBI; mide la capacidad de los turistas para pagar los gastos relacionados con viajes y turismo en el extranjero (Wamboye, Nyaronga, & Sergi, 2020).

Tal como explica Witt y Witt (1995), existe dificultad para encontrar el ingreso real de cada viajero, pues de esta manera es preferible tomar el PIB per cápita de cada país como un proxy a dicha variable.

Además, muchos autores coinciden que al usar el PBI per cápita de los turistas internacionales, resulta ser una variable significativa y consistente como resultado del modelo (Mohamed & Mohamed, 2011; Wamboye & Nyaronga, 2020; Saayman y Saayman, 2008, Galvis & Aguilera, 1999). Cabe mencionar que, los datos del PBI per cápita de los turistas internacionales, son extraídos de Banco Mundial.

- **Tipo de cambio real**

Se define al tipo de cambio real como al coeficiente obtenido de la relación de lo que vale una moneda extranjera con respecto a lo que vale la moneda nacional. (Armas, Ize & Levy, 2006).

Los precios relativos, medidos por el tipo de cambio real, es otra variable comunmente usada en los estudios donde se desea explicar los determinantes de la demanda turistica (Ouerfell, 2008; Naude y Saayman 2005; Song y Li 2008; Song y Witt, 2003; Mohamed & Mohamed, 2011; Witt y Witt, 1995).

Además, muchos autores coinciden que, al usar el tipo de cambio real, resulta ser una variable significativa (Mohamed & Mohamed, 2011)

- **Apertura Comercial**

El turismo internacional es en común un gran generador de flujos de negocios internacionales. Y cada vez ha ido en incremento el número de viajes de negocios, en otras palabras, los arribos de turistas internacionales al país, pueden estar relacionadas con las actividades de comercio exterior del país de destino junto con los países de origen (Mohamed & Mohamed, 2011). Es por ello, que se ha incorporado como variable la apertura comercial, se medirá dicha variable como el valor total de importación y exportación de bienes y servicios entre el país destino y el país de origen dividido por el PBI.

Según el autor Mohamed & Mohamed (2011), defiende que el flujo turístico internacional podría darse en función a las actividades comerciales entre el país origen y sus socios económicos. Por otro lado, los autores (Bonilla & Moreno, 2010) sostienen que se crea un índice de intercambio comercial con las variables no tradicionales Exportaciones e Importaciones sobre una posible llegada de turistas internacionales debido a una visita de viajes con motivos de negocios.

La variable apertura comercial se ha estudiado mediante la siguiente fórmula:

- $$APERTURA\ COMERCIAL = [EXPORTACIONES\ (entre\ el\ país\ destino\ y\ el\ país\ de\ origen\ en\ año\ t) + IMPORTACIONES\ (entre\ el\ país\ destino\ y\ el\ país\ de\ origen\ en\ el\ año\ t)] / PBI\ del\ Perú$$

Nota: País destino = Perú; y los países de origen = los 6 mayores demandantes de turismo hacia el Perú.

Otras aplicaciones o complemento de la investigación:

Como complemento de la presente investigación, se han estudiado otras variables cualitativas, para obtener un mayor panorama en la investigación, el cual funciona como un valor agregado al estudio de los factores influyentes en la demanda turística del Perú.

Además, es de conocimiento que existen factores propios del país los cuales se consideran relevante mencionarlos, los cuales serán temas abordantes para las entrevistas que se realizarán como valor agregado:

- Apoyo gubernamental
- Santuario histórico Machu Picchu
- Recursos Naturales y culturales

Se ha estudiado el apoyo gubernamental, ya que el rol del estado ha mostrado gran dinamismo en el sector turismo, y no solo por las políticas de turismo que pueda establecer, sino que además tiene el poder de manejar temas importantes como fomentar la publicidad de productos y servicios en el territorio extranjero. Además, estimula la creación de proyectos que ayuden a mejorar la oferta, el financiamiento y la coordinación de diversas actividades como infraestructura, telecomunicaciones, transporte, entre otros. Además, contribuye al crecimiento de la demanda turística a nivel global. (Schulte, 2003).

Por otro lado, se estudió el santuario histórico de Machu Picchu: Desde 1968 inició la masificación turística en Machu Picchu cuando organismos internacionales y el Estado peruano fomentan el crecimiento turístico en el departamento de Cusco. Luego de ello, en 1983 fue nombrado como Patrimonio de la Humanidad de UNESCO, con ello se captó la atención de inversionistas que desarrollaran crecimiento el turismo, enfocándose en turistas extranjeros. (Hernández, 2012).

Asimismo, la tendencia de crecimiento se dio a raíz de que el Estado peruano difundió campañas internas y externas sobre el "concurso nuevas siete maravillas del mundo" y con ello lograr su nominación. Después de ese concurso, en 2009, el turismo se incrementó al doble y la cifra escaló durante el 2010 y 2011 (Aguilar, 2011). Según el Observatorio Turístico del Perú señala que la llegada de visitantes al santuario histórico de Machu Picchu incremento de 198 664 miles de turistas extranjeros a 1.221.146 (millones) durante el periodo estudiado. Debido al rápido crecimiento de llegada de turistas internacionales a Machu Picchu, se decidió estudiar dicha variable como factor determinante al tema elegido. A continuación, se presentará un gráfico de la evolución de las llegadas de visitantes extranjeros al Santuario Histórico de Machu Picchu durante el periodo estudiado comprendido entre los años 1996 - 2018.

Figura 29. Llegada de visitantes extranjeros (miles) al Santuario Histórico de Machu Picchu durante el periodo 1996 al 2018. Elaboración propia.

Para finalizar, se tuvo la oportunidad de entrevistar al director General de Políticas de Desarrollo Turístico, el Sr. David Maraví Vega; quien señala que gran porcentaje de turistas que llegan al Perú, tienen preparación universitaria superior. Además, indica que el turista internacional que llega al Perú es muy culto y se interesa mucho por factores culturales y naturales, destacando en la originalidad de los recursos que se posee en el país, a diferencia de otros países los cuales muestran sus recursos en base a una réplica.

Tabla 12. Cuadro de operacionalización de variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores/Ítems	Fórmula
X ₁ : PBI per cápita de los turistas internacionales	El PBI per cápita de los turistas, se define como el valor monetario de la totalidad de los bienes y servicios efectuados en un país o nación, el cual correspondería a cada persona en un año específico si esa riqueza se repartiera equitativamente (Panorama Educativo de México, 2009)	El PBI per cápita de los turistas internacionales se mide mediante el producto bruto Interno entre el número de habitantes del país del destino	PBI per cápita de turistas de los países con mayor demanda turística en el Perú, entre los años 1996 al 2018.	PBI per cápita de turistas de Estados Unidos, Chile, Colombia, Ecuador, A y Brasil, entre los años 1996 al 2018.	$\text{PBI per cápita} = \frac{\text{PBI del país}}{\text{Número de habitantes del país}}$
X ₂ : Apertura comercial	Se denomina apertura comercial a la relación del comercio en la producción, denominado también grado de apertura externa (OCDE, 2005; López, 2014).	La apertura comercial es obtenida por medio del porcentaje de los flujos del comercio exterior, tales como las exportaciones (X) y las importaciones (M) sobre el total del PBI, mediante la fórmula $(X+M) / \text{PIB} \times 100$ (López, 2014)	Número de exportaciones e importaciones entre Perú y los países de origen, entre los años 1996 al 2018.	Número de exportaciones e importaciones entre Perú y Estados Unidos, Chile, Colombia, Ecuador, Argentina y Brasil; entre los años 1996 al 2018.	$\text{Apertura comercial} = \frac{\text{Suma de la exportaciones e importaciones entre Perú y el país de origen}}{\text{PBI del país de destino (Perú)}}$

X ₃ : Tipo de cambio Real	El tipo de cambio real mide el valor de una moneda en términos de otra con respecto al Sol.	El tipo de cambio real de un país (país local) respecto de otro (país extranjero) es el precio relativo de los bienes del país extranjero expresados en términos de bienes locales.	Tipo de cambio real entre Perú y los países de origen; entre los años 1996 al 2018	Tipo de cambio real entre Perú los países de origen: Estados Unidos, Chile, Colombia, Ecuador, Argentina y Brasil; entre los años 1996 al 2018	El tipo de cambio real viene dado por: $e = (E \times P^*) / P$ Siendo: e: tipo de cambio real E: tipo de cambio nominal. P*: deflactor del PBI del país extranjero. P: deflactor del PBI local.
Y: Demanda turística.	La demanda turística se trata de un movimiento de personas hacia diversos lugares o destinos y de su estancia en ellos. (Flores Ruiz & De la O Barroso González, 2012)	La demanda turística se mide a través del número de turistas (Panosso y Lohmann, 2012).	Cantidad de turistas de los países con mayor demanda turística que llegaron al Perú, entre los años 1996 al 2018	Cantidad de turistas de Estados Unidos, Chile, Colombia, Ecuador, Argentina y Brasil; entre los años 1996 al 2018.	Demanda de turistas internacionales = Número de llegadas de turistas al Perú

3.3 PROCESO DE MUESTREO: TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

3.3.1 Población de estudio

Una población consiste en todos los sujetos o casos que forman parte de una serie de estudio, con especificaciones mediante las cuales tienen que estar situados de forma clara según lo que caracterice su lugar, su contenido y su tiempo; no se refiere específicamente a personas (Hernández et .al, 2014)

Según (Corral, Corral, & Franco, 2015) La población de estudios es representada por un conjunto de elementos o componentes del cual se toma la muestra. Por consiguiente, la población puede manifestarse en términos de:

- Las características de los elementos de la unidad de análisis (ejemplo: docentes, hombres, mujeres, colegios, comunidades, etc.)
- Amplitud del universo (número de elementos)
- Alcance o ámbito de estudio (lugar o ubicación)
- Tiempo (año, mes, día)

Bajo esta premisa, en la presente investigación se consideró como población de estudio al número de llegadas de todos los turistas internacionales de los 6 principales países (Chile, EEUU, Ecuador, Colombia, Brasil y Argentina) que conforman la mayor participación de la demanda turística para el Perú durante los años del periodo 1996 al 2018. Dicha información se obtuvo de la base cuantitativa confiable de la Superintendencia Nacional de Migraciones elaborada por Mincetur.

3.3.2 Tamaño de la muestra

La muestra se considera censal cuando es seleccionada toda la población como si se tratara de una muestra, siempre y cuando esta se considere manejable, es decir, tenga una cantidad de sujetos en la cual realizar un estudio. Por tanto, la muestra censal se refiere a todas las unidades de investigación, vale decir, población, pero que van a ser consideradas como una muestra; de ahí su denominación de censal, porque corresponde a ser de forma simultánea muestra, población y universo (Ramírez, 1997)

De este modo la muestra es seleccionada de la población anteriormente mencionada: Número de llegadas de todos los turistas internacionales de los 6 principales países con mayor demanda turística para el Perú entre los años 1996-2018

3.3.3 Mapeo de Actores Clave

El Mapeo de Actores Claves, conocido como MAC es una herramienta de gran beneficio para la gestión de proyectos de investigación y desarrollo donde diagnostica la compleja interacción y el desarrollo de los actores involucrados sociales en un entorno específico.

Según Gutiérrez (2001) el MAC se define como una esquematización del contexto social de la forma más real posible para entender la complejidad de las variables, y como consecuencia, organizar planes de acción.

Por otro lado, según Ceballos (2006) señala que no es simplemente hacer un listado de los participantes de un territorio, sino conocer sus objetivos y ejecutar planes de acción y entender por qué están dentro del territorio y su panorama en el corto plazo

A continuación, se presenta la gráfica del MAC que representa la problemática de la realidad:

Tabla 13 Mapeo de actores clave de la investigación

Grupo de actores	Actor	Rol en el proyecto de investigación	Relación predominante	Jerarquización de poder
Gobierno	PROMPERÚ	Apoyo del sector turístico para el desarrollo de la demanda internacional.	Establece una postura a favor de la investigación pues reúne información relevante para llevar a cabo para futuras estrategias competitivas en el sector.	Participación activa con un panorama visionario en el rubro del servicio destacando el turismo como modo de exportación.

Gobierno	MINCETUR	Organismo rector del Sector Comercio Exterior y Turismo	Establece una postura a favor de la investigación, pues nos brinda una amplia información de los factores influyentes del turismo en el Perú.	Alta contribución en el desarrollo de esta investigación, pues se tiene una visión clara de los objetivos de las políticas de desarrollo del turismo en el Perú.
UPC	DIRECTORA ACADÉMICA DE LA FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO UPC	Experto en el sector Turismo	Establece una postura a favor haciendo hincapié de un antes y después en el periodo del turismo estudiado en el Perú	Participación oportuna de la evolución del turismo en el Perú a lo largo del tiempo.
UPC	DECANO DE LA FACULTAD DE ECONOMÍA	Experto en Economía y Finanzas	Establece una postura positiva a la investigación, ya que, según su apreciación, comenta que las variables cuantitativas si están relacionadas a la hipótesis.	El actor contribuyó en el análisis cuantitativo de las variables elegidas

Sector empresarial privado	CANATUR	Contribuir con el desarrollo sostenible del sector turístico receptivo	Se asume una posición a favor, debido a que se obtendría información oportuna para llevar a cabo estrategias de desarrollo del Perú como destino turístico sostenible.	La contribución de este actor en la investigación es alta, puesto apoya a sus asociados y personas que realizan actividades vinculadas al turismo en el Perú.
-----------------------------------	---------	--	--	---

Fuente: Elaboración Propia.

3.4 INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS PARA EL RECOJO DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1 Etapa principal: Investigación cuantitativa

La técnica empleada para el recojo de información fue el análisis documental y su instrumento fue la hoja de cálculo. A continuación, se detalla brevemente cada una de las herramientas mencionadas:

El análisis documental es una técnica que se define como el proceso de lectura, síntesis y representación de un texto; en donde lo que se hace es transformar un documento primario en uno secundario, de forma que, partiendo del documento primario, se obtiene una nueva referencia documental que permita un mejor uso (Martos, Bermejo, & Muñoz, 2005). Entre ellos se consideró a fuentes confiables y de prestigio como Scopus, Elsevier, Proquest, Promperú, Mincetur; también se utilizó tesis internacionales y nacionales del sector turismo con el tema del análisis de los factores influyentes en la demanda internacional con la finalidad de fortalecer tanto nuestro marco teórico como teorías relacionadas a la presente investigación.

La hoja de cálculo es un instrumento de recojo de información presentado en la forma de una aplicación informática o programa computacional, siendo en Excel su presentación más común, mediante el cual se puede realizar manipulación de tanto datos numéricos como alfanuméricos colocados en la forma de tablas donde se puede realizar operaciones de cálculos matemáticos, usados para la contabilidad, para las finanzas, para la administración, para los negocios, como para cualquier otro uso. Son inmensas las posibilidades a realizar con este tipo de aplicación informática, pudiendo ser cálculos de los más complejos, desarrollo de fórmulas, desarrollo de gráficos de cualquier tipo y desarrollo de funciones diversas. Estas hojas de cálculos son tan versátiles que pueden usarse para el establecimiento de informes, bases de datos, clasificaciones de datos, gráficos de todo tipo, funciones, además de diversas operaciones entre las celdas. (Castillo, González, & López, 2012)

Cabe mencionar que, la fase de la investigación es de tipo retrospectivo, debido a que los datos recogidos se obtienen de registros ya establecidos en los cuales el investigador no tuvo participación, es decir, provienen de fuente secundaria (Supo, 2012).

En la presente investigación se cuenta con data estadística obtenida de portales públicos confiables y estadísticos como MINCETUR, INEI y el BANCO MUNDIAL.

Finalmente, una vez realizada la técnica de análisis documental junto con la recopilación de la información de la data de variables y estas organizadas en la hoja de cálculo, los datos fueron procesados en el instrumento metodológico del programa EViews, con la finalidad de modelar el modelo econométrico y así poder obtener conclusiones útiles para lograr los objetivos de la investigación.

3.4.2 Investigación cualitativa (complemento)

Como complemento a la presente investigación, se han incorporado herramientas cualitativas para dar un mayor soporte al trabajo, en donde se ha utilizado diversas fuentes documentarias enfocados en un fenómeno pasado y la técnica empleada para el recojo de información fue la entrevista y su instrumento fue la guía de entrevista.

La entrevista es una técnica que sirve para recabar datos, en la forma de una conversación propuesta para un determinado fin diferente del simple hecho de conversar. Es la comunicación interpersonal habida entre investigador y sujeto de estudio, para obtener respuestas verbales a interrogantes planteadas sobre un problema propuesto (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, 2013)

La guía de entrevista es un instrumento donde se plantea las metas de la entrevista y se puntualiza los pasos para lograrla, además se debe plantear preguntas claras, fáciles y cortas (Díaz et al., 2013).

En el presente trabajo de investigación se utilizó la herramienta de entrevista expertos en materia del turismo, como valor agregado, con el propósito de poder conocer la percepción acerca de las variables cualitativas y a su vez validar las que hemos incluido a modo de complemento, ya que la presente investigación toma dichas variables cualitativas como factores propios del Perú, los cuales podrían ser influyentes en la demanda turística del Perú

Entrevistas a modo general

Dicho instrumento basa su seguimiento en un guion de entrevista en el cual se plasman todos los tópicos que se desea abordar durante el proceso. El guion debe estructurarse con base en la hipótesis y los objetivos de la investigación. (Robles, 2011)

La entrevista se divide en estructurada, semiestructurada, y no estructuradas. En el caso de la investigación semiestructurada la entrevista se basa en un orden y una guía de asuntos y preguntas ya establecidas en donde el entrevistador tiene la capacidad de generar preguntas adicionales para precisar algún concepto o información. (Hernández et al., 2014)

Siguiendo el método científico, se realizará una entrevista semiestructurada a:

- Representante de PROMPERÚ
- Representante de MINCETUR
- Decano de la facultad de economía de UPC

- Directora de carrera de Turismo UPC
- Representante de CANATUR
- Representante de Agencia de viaje

Tabla 14. Perfil de entrevistados

Sujetos	Perfil profesional	Perfil académico
Daniel Maraví Vega Centeno	Director General de Políticas de Desarrollo Turístico en MINCETUR	Universidad Nacional de San Antonio de Abad del Cusco (UNSAAC)
	Director Planeamiento y Presupuesto	Maestría en Gerencia Social PUCP
	Gerente de Desarrollo Económico	Egresado PUCP
Marizoila Fontana Roos	Directora Académica de la Facultad de Administración en Hotelería y Turismo de UPC	Magíster en desarrollo internacional por The University of Queensland y magíster en servicio.
	Consultora en proyectos de desarrollo para el programa MELD	Licenciada en educación en (USIL)
	Consultora de administración de servicios	Bachiller en Administración Hotelera en USIL
Carlos Adrianzén Cabrera	Decano de la Facultad de Economía - director de la carrera	Doctor en Administración por la Universidad Politécnica de Cataluña. Postgrado en Gestión de Políticas Macroeconómicas y Gestión de Negocios en las universidades de Harvard y Pittsburgh Máster en Economía por la Boston University

Fuente: Elaboración Propia.

Procedimientos

Para conocer los resultados de la presente la investigación se utilizará los siguientes procesos:

- Analizar a cada uno de los participantes involucrados en el turismo como expertos en el sector para efectuar la estructura de la entrevista.
- Definir y desarrollar las preguntas para cada grupo de participantes a fin de responder los objetivos planteados.
- Comentar e interpretar con objetividad las respuestas acerca de las entrevistas realizadas.

3.5 LIMITACIONES Y PARÁMETROS

En el presente trabajo se contó con varias limitaciones. Por un lado, en cuanto a la aplicación de la herramienta cuantitativa de la investigación, cabe mencionar que la intención de este trabajo era realizar una metodología con un modelo de series de tiempo de forma mensual (mayor cantidad de datos para introducir en el programa), sin embargo, no se obtuvo información completa para todas las variables; específicamente sobre la variable dependiente (Número de llegadas de turistas internacionales al Perú). No se encontró data mensual desde el año 1996 por países, se hizo las averiguaciones correspondientes en este caso a Mincetur, sin embargo, no se obtuvo la data requerida. (ver anexo N°12). Es por ello que se decidió realizarla en un periodo anual. Por otro lado, el mundo se encuentra en una situación de crisis sanitaria por la pandemia de COVID-19. Lamentablemente, debido a la situación actual y la coyuntura por la cual atraviesa el país(pandemia) nos limitó de poder avanzar con las distintas actividades planificadas. Nosotras como investigadoras nos abstuvimos de poder asistir a las reuniones presenciales con los expertos, profesores, etc. debido a la cuarentena y de esta forma se tuvo que avanzar con la tesis de forma remota y también programar las entrevistas virtuales ajustándose al corto tiempo que los expertos nos pudieran ofrecer en estos meses complicados.

Finalmente, en la mayoría de los trabajos de investigación (papers y/o tesis) se observó que la metodología que usaron los autores se manejó mediante el programa estadístico E views, y nosotras no teníamos accesibilidad a dicho programa estadístico, y el cual cabe mencionar no ha sido de nuestro uso a lo largo de nuestra carrera. Sin embargo, nos pareció innovador y lo tomamos como reto implementar este tipo de metodología en dicho programa, pese a las complicaciones que tuvimos en el camino.

Otra limitación que se tuvo fue que el turismo actualmente se ha visto golpeado por la actual pandemia mundial, y se tuvieron complicaciones al contactar a los entrevistados que teníamos previsto, ya que se encuentran organizando estrategias para poder reincorporarse al mercado.

CAPITULO 4. DESARROLLO Y APLICACIÓN

En este capítulo se hace referencia al desarrollo y aplicación del enfoque cuantitativo; en donde incluye el estudio y verificación de los supuestos a analizar. Asimismo, se detalla el modelo y programa a utilizar con el fin de que se obtenga un modelo válido; tras el estudio previo de recursos de investigación, mencionados en el marco teórico del presente trabajo.

Por un lado, se comentará sobre la aplicación de la metodología teniendo un enfoque cuantitativo. De este modo, se explicará la relevancia del modelo utilizado de panel data dinámico - mínimos cuadrados ordinarios para luego proceder con la estimación del modelo en la herramienta E-Views y así lograr un modelo válido

Por otro lado, se comentará el desarrollo de la metodología en donde se realizarán diferentes pruebas a las variables seleccionadas con el fin de sustentar o rechazar la hipótesis para luego constatar que también se puede aplicar sobre el caso del Perú.

En la segunda parte, como complemento de la presente tesis se hace referencia a la aplicación cualitativa en la cual se ha utilizado entrevistas con su guía de preguntas y se detalla la información obtenida de los principales actores involucrados en el presente trabajo.

Finalmente, en el ultimo apartado se comentará sobre otras aplicaciones y desarrollo de la metodología de otras investigaciones de diferentes autores con el misma tema de investigación que la presente tesis.

4.1 Aplicación de la herramienta cuantitativa

Antes que nada se iniciara con la recolección de datos de las variables de fuentes secundarias como las páginas web del Banco Central de Reserva del Perú y del Instituto Nacional de Estadística e Informática, Banco Mundial y TradeMap para posteriormente aplicarlas con la metodología y validarlas en el programa estadístico elegido .

En la aplicación de la metodología para poder comprobar la hipótesis planteada y los objetivos se utilizará el modelo de panel data dinámico - mínimos cuadrados ordinarios. Cabe resaltar que, al revisar los antecedentes, se constata el uso de esta metodología econométrica obteniendo óptimos resultados, toda vez que es capaz de incorporar los comportamientos individuales de las variables bajo estudio y sus tendencias temporales, además de ser capaz de identificar la existencia y los comportamientos de una relación de largo plazo de la variable dependiente e independiente. (Proença & Soukiazis, 2005). Asimismo, utilizar este modelo y de forma anual posee varias fortalezas estadísticas como lo es la eliminación de la estacionariedad que podría causar problemas. Por otro lado, al usar datos panel, siendo la combinación de datos de series de tiempo y datos transversales, permite reducir el problema de la multicolinealidad, y de esta manera se estaría teniendo mayor precisión al estimar los parámetros. (Muñoz & Montero, 2007)

Panel data dinámico - (mínimos cuadrados ordinarios) o por sus siglas en inglés Panel Dynamic Least Squares (DOLS), es un modelo paramétrico en el que los coeficientes de primera diferencia rezagados se estiman explícitamente. Kirikkaleli et al (2018). Asimismo, según los autores (Yorucu & Kirikkaleli, 2017) explican mediante el empleo de

DOLS que los errores se extienden con rezagos, adelantos y valores contemporáneos de las variables.

Se realizará la corrida del modelo, mediante la herramienta E-Views, ya que con esta herramienta se podrá trabajar datos de manera rápida y eficiente. Asimismo, realizar análisis de las variables, donde se podrá generar pronósticos o simulaciones, tablas de alta calidad, etc.

Esta herramienta permite tener acceso a licencias estudiantiles cuyo propósito es brindar soporte académico para la investigación universitaria a través del aprovisionamiento paquetes informáticos de cálculo estadístico y construcción de modelos, así como de estadísticos de prueba. El software E-views posee especial idoneidad para los estudios que involucren variables macroeconómicas o microeconómicas, además de ofrecer tal cantidad de modelos disponibles que se hace posible desarrollar una búsqueda de modelos que satisfagan en mayor medida las condiciones requeridas para la obtención de un modelo econométrico robusto.

Para el desarrollo de la metodología se seguirán los siguientes pasos que se mencionarán a continuación:

Primero, se realizará un análisis con el uso de estadísticas inferenciales, mediante el grafico de tendencias, ayudaran a observar el comportamiento tendencial de las variables. Asimismo, mediante el uso de histogramas se podrá ver la normalidad de cada una de las variables estudiadas, también, se evaluará la autocorrelación por medio de correlogramas.

Segundo, se efectúan análisis bivariados entre la variable dependiente y las independientes, a fin de identificar comportamientos observables (relación positiva o negativa), o regularidades empíricas para el caso de variables con presencia de tendencia, tanto las correlaciones o comportamientos regulares no aportarán información de significancias, pero si proveerán de indicios para prevenir posteriores obtenciones de correlaciones espurias, o modelos inconsistentes. Ello es indicado en la literatura acorde a lo publicado por Engle y Granger (1987), y Johansen (1988). Estos autores desarrollaron test que permiten evidenciar la existencia de relaciones de largo plazo entre las variables constituidas por series temporales que poseen tendencia, de forma que se eviten las correlaciones espurias.

Tercero, tras comprobarse que las variables poseen raíz unitaria, será necesario utilizar para la especificación del modelo a rezagos de las variables explicativas; de modo más preciso, un rezago de la variable, toda vez que a través de las primeras diferencias se obtenga una variable estacionaria.

En el comienzo, para realizar el análisis de estacionariedad de cada una de las variables se utilizara el test de raíz unitaria y determinar el orden de integración en el modelo. Para el análisis formal de raíz unitaria en las series de niveles y primeras diferencias se utilizaron los siguientes test:

- LM, Pesaran and Sin
- Levin, Li & Shu
- ADF = Aumented Dickey Fuller
- PP = Philips Perron
- ADF-GLS = Dickey Fuller GLS

Acto seguido, para tener una mayor certeza de la estacionariedad de las variables del modelo se realizará la prueba del test de Hadri y de Heterocedasticidad

Para comprobar la existencia de relaciones de cointegración en los datos de panel se utilizarán las siguientes pruebas:

- Prueba de Kao (Engel-Granger)
- Test residual de Pedroni

Las pruebas propuestas por Kao (1999) son del tipo adf similares al enfoque estándar uniecuacional adoptadas en el procedimiento de Engle y Granger.

Las pruebas del test residual de Pedroni (1995 y 1999) tiene como finalidad relajar el supuesto de homogeneidad implantado en las pruebas de Kao.

Una vez comprobado que las variables poseen raíz unitaria y que existe relaciones de cointegración en los datos de panel, se procederá con la estimación de un panel dinámico bajo el método de cointegración, cuyo principal resultado será la ecuación de largo plazo entre las variables.

El modelo ecuacional a obtener sigue la especificación para modelos panel dinámicos con variables cointegradas según lo indicado por (Kao & Chiang, 2000)según se muestra:

$$y_{it} = x_{it}'\beta + z_{it}'\gamma + u_{it},$$

Donde las y_{it} representan la variable dependiente, las *betas* constituyen las pendientes, mientras que las z_{it} representan las variables determinísticas, y las u_{it} el término de error.

Debe señalarse las x_{it} son variables cointegradas de orden 1, que se corresponden a un comportamiento como el que señalado a continuación:

$$x_{it} = x_{it-1} + \varepsilon_{it}.$$

A continuación, se muestra el proceso de estimación del vector de parámetros para el modelo de Dynamic Ordinary Least Squares, o mínimos cuadrados ordinarios dinámicos:

$$\widehat{\beta}_{OLS} = \left[\sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T (x_{it} - \bar{x}_i)(x_{it} - \bar{x}_i)' \right]^{-1} \left[\sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T (x_{it} - \bar{x}_i)(y_{it} - \bar{y}_i) \right]$$

Para la realización del modelo se hará uso de las variables en logaritmos de base decimal con la finalidad de suavizar los datos y a su vez lograr la obtención de elasticidades de demanda cruzada.

Como parte de la evaluación de calidad del modelo se desarrollan pruebas a la significancia de los coeficientes del modelo a través de los p valores y asimismo, se ejecutará la prueba de coeficiente de determinación (R cuadrado ajustado), o también llamado coeficiente de determinación ajustado; con el fin de poder apreciar qué tan intensos o efectivos resultan ser las variables independientes: PBI per cápita de los turistas internacionales, tipo de cambio

real y la apertura comercial; en explicar la variable dependiente, es decir, la demanda turística internacional.

Posteriormente, se realizarán las pruebas de normalidad de errores del modelo destacando la prueba de Jarque Bera y los test de correlogramas para evaluar la posible presencia de autocorrelación. Para las pruebas de heterocedasticidad de residuos se utilizará el método gráfico de evaluación de dispersión de errores contra la variable dependiente. Los problemas de multicolinealidad son corregidos a través del uso del método de cointegración dado que elimina la posibilidad de tener correlaciones espurias.

Finalmente, se trabajará en preservar la confiabilidad y la validez de las variables estudiadas, con ello se podrá demostrar que los datos son verídicos y precisos para el uso y si se midió lo que se planteó. (Hernández, 2003)

4.2 Aplicación de la herramienta cualitativa (complemento)

Como se ha mencionado anteriormente, la parte cualitativa se añadió a la investigación para hacerla más enriquecedora y brinde un mayor soporte sobre los factores propios del país que se considera en este estudio como determinantes que han influenciado sobre de la demanda turística de los principales países para el Perú durante el periodo 1996-2018.

Para dar inicio a las entrevistas, primero se contactó vía correo, con el fin de hacer la propuesta de agendar la cita de manera remota y posteriormente se contactó vía teléfono para concentrar la reunión virtual. Cabe mencionar que se hizo hincapié que al margen de la actual situación coyuntural que atraviesa el Perú (Covid-19) se pretendió formular las preguntas a modo de conocer su apreciación de la evolución del turismo hasta el año 2018.

El formulario de preguntas realizado a los expertos en turismo fue el siguiente:

- ☐ ¿De qué manera usted considera que el apoyo Gubernamental ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú, en el periodo 1996 - 2018?
- ☐ ¿En qué medida usted cree que la gastronomía peruana ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú, en el periodo 1996 - 2018?

- ❑ ¿De qué manera usted considera que el Santuario Histórico Machu Picchu ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú en el periodo 1996-2018?
- ❑ ¿Qué otros factores adicionales usted considera que ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú en el periodo 1996- 2018?

De acuerdo a las entrevistas realizadas, se pudo obtener un resultado bastante similar en los dos actores expertos en Turismo, debido a que ambos consideraron que un factor determinante para el desarrollo de la demanda turística en el Perú fue erradicar el terrorismo y haber salido de la inseguridad como país para convertirnos en un país seguro. Asimismo, se validaron las variables cualitativas planteadas siendo el factor más determinante el Santuario Histórico de Machu Picchu como el más relevante para los entrevistados.

En relación con la pregunta sobre la variable Apoyo Gubernamental como factor determinante que ha influenciado en la demanda turística para el Perú en el periodo estudiado, los expertos indicaron que, si ha habido un apoyo del gobierno, que cada vez se viene trabajando, y ahora en los últimos años el gobierno si está considerando al turismo como tema prioritario para el desarrollo del país. Asimismo, lamentaron el hecho que gobiernos anteriores no le dieron el verdadero apoyo que ahora si se le está dando. También se menciona que aún falta por mejorar, pero que nos encontramos en ese proceso de desarrollo de la actividad turística.

Con respecto a la pregunta sobre la variable del Santuario Histórico de Machu Picchu los expertos coincidieron en que si es el factor más determinante del desarrollo de la demanda turística para el Perú durante el periodo estudiado. Por un lado, mencionan que desde siempre ha sido un atractivo y que esto continuará a lo largo de los años. Por otro lado, recalcan que el desarrollo de la infraestructura con hoteles y restaurantes de alta calidad, mejorar los accesos para llegar a las ruinas y en general a todo Cusco, mejorar la calidad de los servicios y el aporte del Gobierno han sido piezas clave para que se dé el turismo en Machu Picchu.

Con respecto al factor de la gastronomía se obtuvo dos respuestas distintas. Por un lado, (Fontana, 2020) aseveró que, si es un factor determinante en el desarrollo de la demanda turística internacional para el Perú, pero que es reciente desde la última década y sin duda un personaje influyente ha sido Gastón Acurio a tal punto de ser considerados entre los mejores

del arte culinario. Finalmente considera que falta descentralizarse de Lima para poder trabajar y hacer conocidos la gastronomía de otros departamentos. Por otro lado (Vega, 2020) considera que no es un factor determinante, pero lo que sí consideraría sería que es un plus que tiene el país al recibir a sus turistas. Él asegura que duda mucho que alguien pueda pagar 10 mil dólares y viajar a unos 10.000 kilómetros solo por comer un ceviche (plato destacado del Perú). Finalmente, considera que se viene al Perú por otros factores y que de paso el extranjero adicionalmente disfruta de la mejor gastronomía que pueda imaginarse.

Tabla 15. Resumen De Entrevistas

Preguntas	Daniel Vega de PROMPERU	Marizoila Fontana Directora de Turismo en UPC
¿De qué manera usted considera que el apoyo Gubernamental ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú, en el periodo 1996 - 2018?	Actualmente el Gobierno si tiene interés y es un tema prioritario el desarrollo de la actividad turística del país, si ha influido de manera positiva en el desarrollo de demanda turística para el Perú.	El apoyo del Gobierno y de que haya un fondo de inversiones más grande ha sido importante y ha ido mejorando en los últimos años. Si ha influido en el desarrollo de la demanda turística, aunque aún no es suficiente.
¿En qué medida usted cree que la gastronomía peruana ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú, en el periodo 1996 - 2018?	Considero que la Gastronomía no es un factor determinante. Sin embargo, sí cree que es un plus enriquecedor que tiene el Perú, importante más no determinante a la llegada de turistas internacionales	La gastronomía si ha influido en el turismo, pero a partir del 2008 porque antes de eso no se conocía mucho de la gastronomía del país. Y si considera que sea un factor que ha atraído a los turistas, debido a que el arte culinario del Perú ha sido reconocido y premiado como uno de los mejores y más importantes del mundo.
¿De qué manera usted considera que el Santuario Histórico Machu Picchu ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú en el periodo 1996- 2018?	El santuario histórico si es un factor y es importante reflexionar que si nosotros hacemos un cruce tomando en consideración que el turista que más llega es profesional y este valora, aprecia la cultura y su originalidad que no tienen otras maravillas del mundo.	Definitivamente el Santuario Histórico de Machu Picchu si es un factor determinante, que es histórico, es lo primero que se conoce y es lo más resaltante afuera y que es lo que siempre va ayudar al Perú.
¿Qué otros factores adicionales usted considera que ha influenciado en el desarrollo de la	Considero que el turismo cultural ha sido importante a través de sus factores internos (Promperú, Ministerios) y externos (crisis a nivel mundial) para	A inicios de los años 90 el país no podía salir de la crisis y no podía abrirse al mundo por la situación del terrorismo entonces nadie iba viajar al Perú y obviamente las cadenas internacionales no querían

demanda turística del Perú en el periodo 1996- 2018?	que sea atractivo el Perú. Asimismo, el haber salido de la inseguridad como país ha influenciado en el turismo.	invertir en el Perú por el tema del terrorismo (factor clave) para el desarrollo del turismo internacional. Asimismo, también ha sido relevante la inversión nacional y extranjera.
---	---	---

Nota. Elaboración propia

4.3 Otras aplicaciones o desarrollos de investigaciones

En la presente investigación se utilizó una data estadística anual de un periodo de 23 años (1996 al 2018) con un modelo de mínimos cuadrados ordinarios (MCOD), para datos de panel cointegrado; y se tomó 6 de los principales países de origen turístico para el desarrollo de la demanda turística en el Perú en donde en suma se consideró una cifra de aproximadamente un 65% de participación para ser considerado como muestra, siendo estos: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador y Estados Unidos.

En este estudio se trabaja 3 variables cuantitativas tales como PBI per cápita, tipo de cambio real y apertura comercial. De esta manera, para poder determinar aquellas características, de los principales países que participan en la demanda turística del Perú, fue pertinente considerar la lectura de diversos artículos científicos y papers para averiguar cuáles son esas características que pudieran ser relevantes conocer, saber cómo se relacionan con la demanda turística y como esta es replicada en otros países.

Para sustentar el proceso de metodología cuantitativa se analizó diferentes artículos científicos que se mencionan a continuación:

El artículo científico de Mohamed & Mohamed (2011), denominado “Los determinantes de la demanda turística internacional para Egipto: Panel de pruebas de datos”; este estudio se centró en 8 de los principales países de origen que influyeron en el flujo de la demanda internacional para Egipto de una serie anual del periodo 1990 - 2008 y en donde se cuentan con variables macroeconómicas para el estudio. La variable dependiente es la demanda de los principales turistas internacionales, y las variables independientes son: (a) el PBI per cápita de los turistas internacionales; (b) la apertura comercial; (c) el tipo de cambio. Para la

estimación de la ecuación se utilizó el software econométrico E-views para obtener el Fixed de Estimaciones del panel de efectos del modelo por Método SUR. Los datos estadísticos fueron extraídos del Banco central de Egipto, Banco Mundial y por el Ministerio de Turismo de Egipto.

De igual importancia que el paper anterior, también se analizó el artículo científico de “Los determinantes de la demanda turística en Turquía”; dichos autores realizaron un estudio aplicado a los datos de llegada de cinco países desarrollados como Francia, Alemania, Reino Unido, USA y los países bajos durante los años 1986 al 2012 a Turquía. Las variables tomadas son ingresos per cápita, nivel de precios (IPC) y tipo de cambio real efectivo. La información de la data de las variables fue extraída del Banco Mundial. Esta investigación analiza una serie anual y usa un enfoque de retardo distribuido autorregresivo (ARDL) para prueba de integración, en donde estimaron el modelo a largo plazo y el modelo de corrección de errores para la demanda turística. (Abedtalas & Toprak, 2015)

Otro paper de gran aporte para la investigación fue el denominado artículo “Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico de los países de América Latina especialmente el caso de Ecuador el objetivo fue encontrar cuales son los factores que determinan el turismo de Latinoamérica en el periodo 1995 – 2010. La data consta de 19 países de Latinoamérica y las variables que utilizan en el estudio son Ingresos, apertura comercial, nivel de precios, y la infraestructura. La metodología utilizada es la de datos de panel, y se aplica el método de mínimos cuadrados con variables dummy cruzadas, para obtener resultados más detallados y de esta manera evidenciar la conducta de las variables a nivel de cada país. (Lambogglia Ortiz, 2014)

En el caso del paper denominado “Determinantes de la demanda de turismo internacional en Tanzania” las variables extraídas en la investigación son IPC, ingreso de turistas, tipo de cambio y también incluyen la distancia y la infraestructura. El estudio usa datos panel de los 15 principales países con mayor demanda turística de origen turístico de Tanzania en el periodo 2000- 2016. El modelo es de regresión escalonadas con la técnica de estimación OLS y la información de la data se obtuvo del Banco de Tanzania, Oficina nacional de estadística

y de una encuesta del sector turístico de Tanzania en el periodo 2007 al 2017. (Wamboye & Nyaronga, 2020)

En el paper “Determinants of international tourism demand for the philippines” realizado por (Deluna & Jeon, 2014), analiza la llegada de turistas a Filipinas durante los años 2001 al 2012 donde el objetivo se basa en analizar los factores determinantes que afectan a la demanda turística de Filipinas durante los años mencionados. Las principales variables que se detectaron fueron ingresos, precios relativos, tamaño de mercado y distancia. Asimismo, se incluyen otras variables como lenguaje y los vuelos directos. Los datos estadísticos de las variables fueron extraídos del Banco Mundial, Anuario de la Junta Nacional de Coordinación Estadística y del departamento de Turismo de Filipinas. El modelo utilizado es el enfoque de modelo de gravedad. Asimismo, se estudió el comportamiento de la demanda de 24 países de muestra en el periodo mencionado anteriormente.

Por último, en el artículo de: La investigación de análisis de la competitividad turística en el caribe, tiene un enfoque de modelo de gravedad y utiliza la metodología del estimador del método generalizado de momentos (GMM) con la finalidad de explicar la correlación entre el regresor rezagado y el término del error. El modelo utiliza una data de serie de 22 países en el periodo de 1980 al 2002. Los datos fueron obtenidos del Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y de Estadísticas Financieras Internacionales. (Archibald & LaCorbinière, 2008)

CAPITULO 5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 ESTADÍSTICAS INFERENCIALES

Se realizarán las pruebas de estadísticas para cada variable, con el fin de observar su comportamiento, según los gráficos obtenidos del programa estadístico utilizado, E views y ante ello hacer un análisis sobre la metodología a utilizar.

5.1.1 Estadísticas inferenciales de las variables

Tendencias

Se han realizado pruebas de tendencia y comportamiento de cada una de las variables con respecto a los 6 países con mayor demanda turística estudiados (Estados Unidos, Chile, Colombia, Ecuador, Argentina y Brasil), en donde se aprecia que la variable demanda turística, tiene un comportamiento creciente y sostenido al igual que el PBI. Sin embargo, las variables apertura comercial y tipo de cambio real presentan un comportamiento no tendencial, pero si oscilatorio. (Ver Anexo N°14)

Normalidad

Se analizaron las características de cada variable del conjunto de datos con la prueba de Jarque-Bera la cual es una prueba de bondad de ajuste para comprobar si una muestra de datos tiene la asimetría y la curtosis de una distribución normal. (Ver Anexo N°15)

- La variable Demanda turística (LTUR), muestra el indicador Jarque - Bera con un valor de 3.972600, el cual es menor que 5.99 indicando que se acepta la hipótesis nula, por tanto los datos siguen una distribución normal, de igual forma la probabilidad 0.137, la cual es mayor que el 5%, lo que confirma la aceptación de la hipótesis nula, es decir si existe normalidad de la variable demanda turística.

- La variable PBI muestra el indicador Jarque - Bera con un valor de 8.408, la cual es mayor que 5.99, lo cual concluye que se rechaza la hipótesis nula, es decir, los datos no siguen una distribución normal. De igual forma, la probabilidad es 0.0149, la cual es menor que el 5%, lo que nos llevaría a rechazar la hipótesis nula.
- La variable Apertura comercial, tiene un valor de 16.53 la cual es mayor que 5.99, ello explica que se rechaza la hipótesis nula, por tanto, los datos no siguen una distribución normal, asimismo, se confirma dicho resultado con la probabilidad 0.0002, la cual es menor que el 5%, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula, es decir no existe normalidad de la variable Apertura Comercial.
- La variable Tipo de cambio real (LTC) tiene un valor de 146.74, lo cual es mayor que 5.99, ello nos dice que se rechaza la hipótesis nula, es decir los datos no siguen una distribución normal, asimismo se confirma dicho resultado con la probabilidad 0.0000, la cual es menor que el 5%, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula.

Autocorrelación por variable

Todas las variables presentan una dependencia significativa con su pasado ya que, para todas las variables, la autocorrelación parcial supera la banda de confianza para el primer rezago, indicando una alta probabilidad de estar frente a procesos autorregresivos de orden 1 (Ver Anexo N°16).

5.2 ANÁLISIS BIVARIADO

En este apartado se realizó el análisis bivariado de relación entre las variables. (Ver Anexo 17)

- * La dispersión de las variables PBI y LTUR (demanda turística) explican que se sigue una ligera relación positiva entre las mismas.
- * La dispersión de las variables LAP (Apertura Comercial) vs LTUR (demanda turística) el cual sigue una ligera relación positiva.
- * La dispersión de las variables PBI vs LTC (Tipo de Cambio) explican que no guardan algún tipo de relación entre las mismas.
- * La dispersión de las variables LTUR vs LTC por lo que indican que no guardan algún tipo de relación entre las mismas.
- * La dispersión de las variables LAP (Apertura Comercial) vs LTC (Tipo de Cambio) el cual nos dice que no guardan relación entre las mismas.

5.3 TEST DE RAÍZ UNITARIA

Este test se realiza con el fin de evaluar la estacionariedad de cada una de las variables:

Tabla 16. Test de Raíz Unitaria – Variable demanda turística

Panel unit root test: Summary
Series: LTUR
Date: 09/08/20 Time: 22:09
Sample: 1996 2018
Exogenous variables: Individual effects
Automatic selection of maximum lags
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 3
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu *	-1.09273	0.1373	6	128
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	1.74202	0.9592	6	128
ADF - Fisher Chi-square	3.48586	0.9910	6	128
PP - Fisher Chi-square	3.29793	0.9931	6	132

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios.

De acuerdo a la prueba Levin, Li & Shu el estadístico es 0.1373 el cual es mayor que el 0.05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *ltur* tiene raíz unitaria.

Asimismo, en la prueba de Lm, Pesaran and Sin el estadístico es 0.9592 el cual es mayor que 0.05 por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *ltur* tiene raíz unitaria.

Por otro lado, para la prueba de ADF – Fisher el estadístico es 0.991 el cual es mayor que 0.05 lo que lo hace no significativo por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *ltur* tiene raíz unitaria.

Finalmente, la prueba de PP – Fisher, el estadístico es 0.9931 el cual es mayor que el 0.05 lo que lo hace no significativo por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *ltur* tiene raíz unitaria.

Puesto que, todas las pruebas son coincidentes la variable tiene raíz unitaria y por lo tanto no es estacionaria.

A continuación, se evaluará la variable en primeras diferencias:

Tabla 17. Primera Diferencia – Variable demanda turística

Panel unit root test: Summary
Series: D(LTUR)
Date: 09/08/20 Time: 22:10
Sample: 1996 2018
Exogenous variables: Individual effects
Automatic selection of maximum lags
Automatic lag length selection based on SIC: 0
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel
Balanced observations for each test

Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-8.29227	0.0000	6	126
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-9.94320	0.0000	6	126
ADF - Fisher Chi-square	93.6927	0.0000	6	126
PP - Fisher Chi-square	112.621	0.0000	6	126

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se verifica que después de la primera diferencia la probabilidad en todas las pruebas resulta ser cero, es decir, menor al 0.05, por ello la variable demanda turística (ltur) resulta ser estacionaria.

De igual manera se considera necesario realizar la prueba del test de HADRI para definir la estacionariedad de la variable demanda turística, para tener mayor certeza de la misma.

Test de Hadri- Demanda turística

A continuación, se evaluará la estacionariedad de la variable LTUR con dicho test:

Tabla 18. Test de Estacionariedad de Hadri- Variable demanda turística

Null Hypothesis: Stationarity
Series: LTUR
Date: 09/08/20 Time: 22:11
Sample: 1996 2018
Exogenous variables: Individual effects
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel
Total (balanced) observations: 138
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
Hadri Z-stat	8.21175	0.0000
Heteroscedastic Consistent Z-stat	8.25488	0.0000

* Note: High autocorrelation leads to severe size distortion in Hadri test, leading to over-rejection of the null.

** Probabilities are computed assuming asymptotic normality

Intermediate results on LTUR

Cross section	LM	Variance HAC	Bandwidth	Obs
1	0.6710	2.018858	3.0	23
2	0.6773	1.321693	3.0	23
3	0.6652	1.829750	3.0	23
4	0.6681	1.106356	3.0	23
0	0.6816	0.626584	3.0	23
6	0.6510	2.133703	3.0	23

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se observa que la probabilidad en el test de Hadri y Heterocedasticidad son significativos, es decir, son menores que 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, tienen raíz unitaria, lo que significa que los datos no son estacionarios.

Verificando en primera diferencia:

Tabla 19. Test de Estacionariedad de Hadri en primera diferencia -variable demanda turística

Null Hypothesis: Stationarity
Series: D(LTUR)
Date: 09/08/20 Time: 22:12
Sample: 1996 2018
Exogenous variables: Individual effects
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel
Total (balanced) observations: 132
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
Hadri Z-stat	-0.87851	0.8102
Heteroscedastic Consistent Z-stat	-0.82601	0.7956

* Note: High autocorrelation leads to severe size distortion in Hadri test, leading to over-rejection of the null.

** Probabilities are computed assuming asymptotic normality

Intermediate results on D(LTUR)

Cross section	LM	Variance HAC	Bandwidth	Obs
1	0.1331	0.007371	2.0	22
2	0.1910	0.012643	5.0	22
3	0.0860	0.016178	1.0	22
4	0.0399	0.013035	0.0	22
0	0.1250	0.005117	1.0	22
6	0.1234	0.020105	3.0	22

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se aprecia que ahora los estadísticos para las pruebas de Hadri y Heterocedasticidad son 0.8102 0.7956 respectivamente, mayores que el 5%, lo que significa que no podemos rechazar la hipótesis nula, es decir, el panel data no tiene raíz unitaria, la variable demanda turística (ltur) se ha vuelto estacionaria después de la primera diferencia.

La mayoría de los métodos indican que la variable demanda turística (ltur) es no estacionaria por lo que la data panel de la variable tiene raíz unitaria.

Tabla 20. Test de Raíz Unitaria – Variable PIB

Variable LPIB

Panel unit root test: Summary

Series: LPIB

Date: 09/10/20 Time: 17:43

Sample: 1996 2018

Exogenous variables: Individual effects

Automatic selection of maximum lags

Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 3

Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-0.74006	0.2296	6	126
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	1.17097	0.8792	6	126
ADF - Fisher Chi-square	6.22804	0.9042	6	126
PP - Fisher Chi-square	3.46148	0.9913	6	132

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

De acuerdo a la prueba Levin, Li & Shu la probabilidad del estadístico es 0.2296 el cual es mayor que el 0.05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable *lpib* tiene raíz unitaria.

Asimismo, en la prueba de Lm, Pesaran and Sin el estadístico es 0.8792 el cual es mayor que 0.05 por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *lpib* tiene raíz unitaria.

Por otro lado, para la prueba de ADF – Fisher el estadístico es 0.9042, el cual es mayor que 0.05 lo que lo hace no significativo, por lo que se no rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *lpib* tiene raíz unitaria.

Finalmente, la prueba de PP – Fisher, el estadístico es 0.9913 el cual es mayor que el 0.05 lo cual lo hace no significativo, por lo que se no rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *lpib* tiene raíz unitaria.

Puesto que, todas las pruebas son coincidentes, la variable tiene raíz unitaria y por lo tanto no es estacionaria.

Aplicando primera diferencia a la variable dependiente LPIB:

Tabla 21. Primera Diferencia – Variable PIB

Panel unit root test: Summary

Series: D(LPIB)

Date: 09/10/20 Time: 17:46

Sample: 1996 2018

Exogenous variables: Individual effects

Automatic selection of maximum lags

Automatic lag length selection based on SIC: 0

Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Balanced observations for each test

Method	Statistic	Prob.**	Cross- sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-5.39605	0.0000	6	126
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-4.45775	0.0000	6	126
ADF - Fisher Chi-square	40.8064	0.0001	6	126
PP - Fisher Chi-square	40.9200	0.0001	6	126

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se verifica después de la primera diferencia la probabilidad en todas las pruebas resulta ser cero, es decir, menor al 0.05, por ello la variable *lpib* resulta ser estacionaria.

Sera necesaria la prueba del test de Hadri para definir la estacionariedad de la variable.

Test de Hadri Y Heterocedasticidad - Pbi Per Cápita

A continuación, se evaluará la estacionariedad de la variable LPIB con dicho test:

Tabla 22. Test de Estacionariedad de Hadri - variable PIB

Null Hypothesis: Stationarity
 Series: LPIB
 Date: 09/10/20 Time: 17:48
 Sample: 1996 2018
 Exogenous variables: Individual effects
 Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel
 Total (balanced) observations: 138
 Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
Hadri Z-stat	6.23338	0.0000
Heteroscedastic Consistent Z-stat	6.47742	0.0000

* Note: High autocorrelation leads to severe size distortion in Hadri test, leading to over-rejection of the null.

** Probabilities are computed assuming asymptotic normality

Intermediate results on LPIB

Cross section	LM	Variance HAC	Bandwidth	Obs
1	0.4819	0.885779	3.0	23
2	0.6065	0.786406	3.0	23
3	0.5804	0.784961	3.0	23
4	0.6204	0.813062	3.0	23
0	0.6837	0.145663	3.0	23
6	0.3923	0.639462	3.0	23

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se observa que la probabilidad en el test de Hadri y Heterocedasticidad es 0.000 y 0.000 respectivamente decir, son menores que 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula; tienen raíz unitaria, lo que significa que los datos no son estacionarios.

Verificando en primera diferencia:

Tabla 23. Test de Estacionariedad de Hadri en primera diferencia -variable PIB

Null Hypothesis: Stationarity
Series: D(LPIB)
Date: 09/10/20 Time: 17:56
Sample: 1996 2018
Exogenous variables: Individual effects
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel
Total (balanced) observations: 132
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
Hadri Z-stat	-0.55637	0.7110
Heteroscedastic Consistent Z-stat	-0.37330	0.6455

* Note: High autocorrelation leads to severe size distortion in Hadri test, leading to over-rejection of the null.
** Probabilities are computed assuming asymptotic normality

Intermediate results on D(LPIB)

Cross section	LM	Variance HAC	Bandwidth	Obs
1	0.1582	0.044859	2.0	22
2	0.1137	0.019602	2.0	22
3	0.1495	0.019999	1.0	22
4	0.1160	0.018861	1.0	22
0	0.2057	0.000468	1.0	22
6	0.1207	0.067031	1.0	22

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se aprecia que ahora los estadísticos para las pruebas de Hadri y Heterocedasticidad son 0.711 y 0.6455 respectivamente, mayores que el 5%, lo que significa que no podemos rechazar la hipótesis nula, es decir, el panel data no tiene raíz unitaria, la variable *lpib* se ha vuelto estacionaria después de la primera diferencia.

La mayoría de los métodos nos dicen que la variable dependiente *lpib* se ha vuelto no estacionaria por lo que la data panel de la variable tiene raíz unitaria.

Tabla 24. Test de Raíz Unitaria – Variable Apertura Comercial

Panel unit root test: Summary

Series: LAP

Date: 09/10/20 Time: 17:59

Sample: 1996 2018

Exogenous variables: Individual effects

Automatic selection of maximum lags

Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 4

Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-3.32667	0.0004	6	128
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-2.85646	0.0021	6	128
ADF - Fisher Chi-square	29.1120	0.0038	6	128
PP - Fisher Chi-square	24.2491	0.0188	6	132

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

De acuerdo a la prueba Levin, Li & Shu el estadístico es 0.0004 el cual es menor que el 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta que la variable dependiente *lap* no tiene raíz unitaria.

Asimismo, en la prueba de Lm, Pesaran and Sin el estadístico es 0.0021 el cual es menor que 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *lap* no tiene raíz unitaria.

Por otro lado, para la prueba de ADF – Fisher el estadístico es 0.0038 el cual es menor que 0.05 lo que lo hace significativo por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *lap* no tiene raíz unitaria.

Finalmente, la prueba de PP – Fisher, el estadístico es 0.0188 el cual es menor que el 0.05 lo que lo hace significativo por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *lap* no tiene raíz unitaria.

De modo que todas las pruebas son coincidentes la variable no tiene raíz unitaria y por lo tanto es estacionaria.

Primera diferencia a la variable LAP

Tabla 25. Primera diferencia – Variable Apertura comercial

Panel unit root test: Summary

Series: D(LAP)

Date: 09/10/20 Time: 18:05

Sample: 1996 2018

Exogenous variables: Individual effects

Automatic selection of maximum lags

Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1

Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-9.52718	0.0000	6	125
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-8.47961	0.0000	6	125
ADF - Fisher Chi-square	79.6114	0.0000	6	125
PP - Fisher Chi-square	79.7121	0.0000	6	126

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se verifica que después de la primera diferencia la probabilidad en todas las pruebas resulta ser cero, es decir, menor al 0.05, por ello la variable LAP resulta ser estacionaria.

Sera necesaria la prueba del test de Hadri para definir la estacionariedad de la variable.

Test de Hadri- Apertura Comercial

A continuación, se evaluará la estacionariedad de la variable LAP con dicho test:

Tabla 26 Test de Estacionariedad de Hadri - variable Apertura Comercial

Null Hypothesis: Stationarity

Series: LAP

Date: 09/10/20 Time: 18:06

Sample: 1996 2018

Exogenous variables: Individual effects

Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Total (balanced) observations: 138

Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
Hadri Z-stat	2.44088	0.0073
Heteroscedastic Consistent Z-stat	1.48412	0.0689

* Note: High autocorrelation leads to severe size distortion in Hadri test, leading to over-rejection of the null.

** Probabilities are computed assuming asymptotic normality

Intermediate results on LAP

Cross section	LM	Variance HAC	Bandwidth	Obs
1	0.4001	0.340050	3.0	23
2	0.2241	0.391590	3.0	23
3	0.1357	0.076778	3.0	23
4	0.3824	0.666702	3.0	23
0	0.2023	0.043144	3.0	23
6	0.1972	0.163777	2.0	23

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se observa que la probabilidad en el test de Hadri y Heterocedasticidad son 0.0073 y 0.0689, decir, una es menor y la otra mayor que el 0.05, por lo que no se sabe si se rechaza la hipótesis nula, es decir, es necesaria una última prueba.

Verificando en primera diferencia:

Tabla 27. Test de Estacionariedad de Hadri en primera diferencia -variable AP

Null Hypothesis: Stationarity
Series: D(LAP)
Date: 09/10/20 Time: 18:08
Sample: 1996 2018
Exogenous variables: Individual effects
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel
Total (balanced) observations: 132
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
Hadri Z-stat	3.65868	0.0001
Heteroscedastic Consistent Z-stat	2.17866	0.0147

* Note: High autocorrelation leads to severe size distortion in Hadri test, leading to over-rejection of the null.
** Probabilities are computed assuming asymptotic normality

Intermediate results on D(LAP)

Cross section	LM	Variance HAC	Bandwidth	Obs
1	0.1629	0.024505	1.0	22
2	0.4321	0.032078	0.0	22
3	0.1317	0.012218	1.0	22
4	0.5266	0.070838	2.0	22
0	0.1400	0.010693	1.0	22
6	0.4023	0.020720	17.0	22

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se aprecia que ahora los estadísticos para las pruebas de Hadri y Heterocedasticidad son 0.0001 y 0.0147 respectivamente, menores que el 5%, lo que significa que podemos rechazar la hipótesis nula, es decir, el panel data tiene no tiene raíz unitaria, la variable lap se ha vuelto estacionaria después de la primera diferencia.

La mayoría de los métodos nos dicen que la variable dependiente lap se ha vuelto estacionaria por lo que la data panel de la variable no tiene raíz unitaria.

Tabla 28 Test de Raíz Unitaria – Variable Tipo de Cambio real

Panel unit root test: Summary

Series: LTC

Date: 09/10/20 Time: 18:12

Sample: 1996 2018

Exogenous variables: Individual effects

Automatic selection of maximum lags

Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 3

Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-1.94844	0.0257	6	124
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Lm, Pesaran and Shin W-stat	-2.22791	0.0129	6	124
ADF - Fisher Chi-square	24.5073	0.0173	6	124
PP - Fisher Chi-square	12.6200	0.3973	6	132

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

De acuerdo a la prueba, Levin, Li & Shu el estadístico es 0.0257 el cual es menor que el 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *ltc* no tiene raíz unitaria.

Asimismo, en la prueba de Lm, Pesaran and Sin el estadístico es 0.0129 el cual es menor que 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *ltc* no tiene raíz unitaria.

Por otro lado, para la prueba de ADF – Fisher el estadístico es 0.0173 el cual es menor que 0.05 lo que lo hace significativo por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *ltc* no tiene raíz unitaria.

Finalmente, la prueba de PP – Fisher, el estadístico es 0.3973 el cual es mayor que el 0.05 lo que lo hace no significativo por lo que se no rechaza la hipótesis nula y se acepta que nuestra variable dependiente *ltc* tiene raíz unitaria.

Dado que todas las pruebas no son coincidentes serán necesarias otras pruebas para definir la estacionariedad de la variable.

Primera diferencia a la variable LTC:

Tabla 29 Primera diferencia – Variable Tipo de cambio real

Panel unit root test: Summary

Series: D(LTC)

Date: 09/10/20 Time: 18:16

Sample: 1996 2018

Exogenous variables: Individual effects

Automatic selection of maximum lags

Automatic lag length selection based on SIC: 0

Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Balanced observations for each test

Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-7.75299	0.0000	6	126
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-6.98084	0.0000	6	126
ADF - Fisher Chi-square	64.6096	0.0000	6	126
PP - Fisher Chi-square	64.2998	0.0000	6	126

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se verifica que después de la primera diferencia la probabilidad en todas las pruebas resulta ser cero, es decir, menor al 0.05, por ello la variable *ltc* resulta ser estacionaria.

Sera necesaria la prueba del test de Hadri para definir la estacionariedad de la variable.

Test De Hadri- Tipo De Cambio Real

A continuación, se evaluará la estacionariedad de la variable *LTC* con dicho test:

Tabla 30. Test de Estacionariedad de Hadri- variable Tipo de cambio real

Null Hypothesis: Stationarity
Series: LTC
Date: 09/10/20 Time: 18:16
Sample: 1996 2018
Exogenous variables: Individual effects
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel
Total (balanced) observations: 138
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
Hadri Z-stat	5.85315	0.0000
Heteroscedastic Consistent Z-stat	2.27304	0.0115

* Note: High autocorrelation leads to severe size distortion in Hadri test, leading to over-rejection of the null.

** Probabilities are computed assuming asymptotic normality

Intermediate results on LTC

Cross section	LM	Variance HAC	Bandwidth	Obs
1	0.0846	0.081346	3.0	23
2	0.3467	0.012554	2.0	23
3	0.1034	0.027642	3.0	23
4	0.4325	0.109062	3.0	23
0	0.2291	0.043058	3.0	23
6	0.6337	0.649288	3.0	23

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se observa que la probabilidad en el test de Hadri y Heterocedasticidad son 0.000 y 0.0115 respectivamente, decir, son menores que 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, la variable *ltc* tienen raíz unitaria, lo que significa que los datos no son estacionarios.

Verificando en primera diferencia:

Tabla 31. Test de Estacionariedad de Hadri en primera diferencia -variable TC

Null Hypothesis: Stationarity
Series: D(LTC)
Date: 09/10/20 Time: 18:18
Sample: 1996 2018
Exogenous variables: Individual effects
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel
Total (balanced) observations: 132
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
Hadri Z-stat	-0.93281	0.8245
Heteroscedastic Consistent Z-stat	-0.73236	0.7680

* Note: High autocorrelation leads to severe size distortion in Hadri test, leading to over-rejection of the null.

** Probabilities are computed assuming asymptotic normality

Intermediate results on D(LTC)

Cross section	LM	Variance HAC	Bandwidth	Obs
1	0.1370	0.014613	1.0	22
2	0.0688	0.002762	0.0	22
3	0.1190	0.005348	1.0	22
4	0.1169	0.011443	1.0	22
0	0.2346	0.009049	2.0	22
6	0.0562	0.028683	1.0	22

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se aprecia que ahora los estadísticos para las pruebas de Hadri y Heterocedasticidad son 0.8245 0.7680 respectivamente, mayores que el 5%, lo que significa que no podemos rechazar la hipótesis nula, es decir, el panel no tiene raíz unitaria, la variable *ltc* se ha vuelto estacionaria después de la primera diferencia.

La mayoría de los métodos nos dicen que la variable *ltc* se ha vuelto estacionaria por lo que la data panel de la variable no tiene raíz unitaria.

5.4 PRUEBAS DE COINTEGRACIÓN

Se hicieron las pruebas de Pedroni y Kao, lo cual, evidencia cointegración, denotando una vinculación de largo plazo entre las variables bajo estudio. Por tanto, se concluye que el modelo de estimación de panel de datos debe ser dinámico y no panel estático (ver Anexo N°18)

5.5 ESTIMACIÓN DEL MODELO: PANEL DINÁMICO

A continuación, se muestra el modelo obtenido. Puede apreciarse que las variables explicativas son estadísticamente significativas, siendo que sus p valores son menores al nivel de error del 5%. Asimismo, el R cuadrado y R cuadrado ajustado son cercanos a la unidad, señalando así que el 95% de la variabilidad existente en Ltur es explicada a través del modelo.

Tabla 32 Mínimos Cuadrados Ordinarios Dinámicos

Dependent Variable: LTUR				
Method: Panel Dynamic Least Squares (DOLS)				
Date: 09/06/20 Time: 20:48				
Sample (adjusted): 1998 2017				
Periods included: 20				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 120				
Panel method: Pooled estimation				
Cointegrating equation deterministics: LTC				
Fixed leads and lags specification (lead=1, lag=1)				
Coefficient covariance computed using default method				
Long-run variance (Bartlett kernel, Newey-West fixed bandwidth) used for coefficient covariances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LPIB	1.481914	0.064802	22.86828	0.0000
LAP	0.376957	0.188021	2.004864	0.0485
R-squared	0.967704	Mean dependent var		11.84951
Adjusted R-squared	0.949431	S.D. dependent var		1.010300
S.E. of regression	0.227192	Sum squared resid		3.922817
Long-run variance	0.050178			

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

La ecuación de estimación queda planteada de la siguiente forma:

$$L_{tur} = 1,481914(L_{pib}) + 0,376957(L_{ap}) + [CX = INDIVID]$$

Donde L_{te} es un regresor determinístico incluido en CX

A continuación, se mostrara una figura donde se apreciará que la estimación del modelo es la que mejor se ajusta a la data real:

Figura 30. LTUR Y LTUR ESTIMADO. Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Prueba de Normalidad del modelo

Figura 31. Histograma de Residuos. Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se observa una distribución normal de los residuos, evidenciado a través de la prueba de Jarque-Bera, cuyo p valor es mayor a 0.05, aceptando la hipótesis nula de normalidad de los residuos. Ello a su vez indica que los residuos poseen un comportamiento deseado.

Prueba de Autocorrelación del modelo

Tabla 33 Correlograma de los residuos

Date: 09/08/20 Time: 21:58
Sample: 1996 2018
Included observations: 120

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob*
1	0.416	0.416	21.254	0.000
2	-0.029	-0.243	21.355	0.000
3	-0.169	-0.068	24.932	0.000
4	-0.174	-0.086	28.734	0.000
5	-0.115	-0.042	30.410	0.000
6	-0.116	-0.117	32.149	0.000
7	-0.171	-0.151	35.927	0.000
8	-0.200	-0.152	41.167	0.000
9	-0.117	-0.063	42.976	0.000
		10	-0.076	-0.152	43.754	0.000
		11	0.025	-0.012	43.835	0.000
		12	0.125	0.002	45.951	0.000

*Probabilities may not be valid for this equation specification.

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se observa una persistencia leve del primer rezago de los residuos (no es muy pronunciada), la cual decae a lo largo del tiempo; descartando a través de esta prueba la presencia de autocorrelación en los residuos.

Prueba de Heterocedasticidad

Se observa gráficamente que no existe vinculación entre la variable dependiente estimada y el cuadrado de los residuos, de modo que se descarta gráficamente la heterocedasticidad, es decir se comprueba que los residuos son homocedasticos (Ver Anexo N°19)

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este último capítulo se presentan las conclusiones generales que se obtuvieron a partir de la investigación. Finalmente, la investigación culminará con las recomendaciones del mismo para las personas y actores involucrados interesados en obtener información de los factores influyentes del flujo del turismo internacional y puedan aprovechar este estudio.

CONCLUSIONES

- Existe evidencia de que nuestro modelo datos panel cointegrados presenta datos idóneos para aplicar el método Mínimos cuadrados ordinarios dinámico (DOLS), donde el modelo es capaz de otorgar información estadística sobre el comportamiento de largo plazo entre las variables explicativas y la variable dependiente (demanda turística). Además, dicho modelo permitió obtener resultados más detallados y evidenciar el comportamiento de las variables a nivel de cada país
- El Producto Bruto Interno per cápita de los turistas internacionales, el tipo de cambio real y la apertura comercial si son factores influyentes y significativos en el desarrollo de la demanda turística de los principales países (Chile, EE UU, Colombia, Ecuador, Argentina y Brasil) para el Perú durante el periodo 1996-2018, ya que el modelo estimado si cumple las características deseadas, siendo ello constatado a través de la significancia de los coeficientes a través del R cuadrado (96%) y con ello se confirma la hipótesis planteada.
- Al incrementarse en 1% el Producto bruto interno de los turistas internacionales, la demanda turística de los principales países para el Perú se incrementará en 1.48%.
- Al incrementarse en 1% la Apertura Comercial, la demanda turística de los principales países para el Perú se incrementará en 0.38%.
- En cuanto a la variable del tipo de cambio se puede destacar que esta variable si es un factor influyente en la demanda turística de los principales países para el Perú,

dicha influencia se constata a través de la obtención de un modelo estocástico de alta calidad, donde si bien el tipo de cambio no constituye una variable explicativa, adopta en su forma logarítmica el rol de una variable determinística; es decir, excluida del cálculo de elasticidades de largo plazo, pero cumpliendo el rol de establecer la tendencia que siguen las demás variables para la configuración de la tendencia de comportamiento temporal de la variable dependiente (demanda turística).

- La relación obtenida entre las variables explicativas El Producto Bruto Interno per cápita de los turistas internacionales y Apertura comercial explica que existe una relación positiva y estadísticamente significativa debido a que su p valor es menor a 5%.

RECOMENDACIONES

- En las futuras investigaciones que aborden la explicación de la demanda turística se sugiere ampliar la cantidad de variables explicativas de modo que se desarrolle modelos orientados a una explicación de carácter más microeconómico, y así abarque más elementos de elección utilizados por los visitantes extranjeros. Estas variables potenciales a incorporarse son: Distancia, Costo de la canasta básica, precio de pasajes, entre otros.
- Una ampliación de la cantidad de países demandantes estudiados tiene la capacidad de robustecer en mayor medida los hallazgos y confirmarlos, siendo el caso que se ha logrado obtener vínculos de largo plazo, es decir, estructurales.
- Implementar de mejor manera la recolección de la información del arribo de turistas internacional por parte MINCETUR, a fin que se detalle de manera específica los datos por países en forma mensual y así poder extender la serie.

- Estudiar el sector turismo evidencia y promueve la buena imagen del país, ya que constituye una garantía para el crecimiento y estimulación del conocimiento en futuros profesionales.

REFERENCIAS

- Abedtalas, M., & Toprak, L. (2015). The Determinants of Tourism Demand in Turkey. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 90-105. Obtenido de <https://ojs.amhinternational.com/index.php/jeb/article/view/597/597>
- Aguilar, M. (2011). Entre diálogos y repatriaciones. Reparación colonial por la memoria y preservación de Machu Picchu. *UNIANDÉS*, 211-234. Obtenido de <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/antipoda12.2011.11>
- Álvarez, M., González, M., Otero, M., & Trigo, A. (2014). *La modelización de la demanda de turismo de economías emergentes: El caso de la llegada de turistas británicos a España*. Universidad de Vigo, España. Obtenido de <http://webx06.webs4.uvigo.es/wp-content/uploads/2019/05/wp1404.pdf>
- Ander. (1995). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: LUMEN. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36539653/IT_Ander-Egg_1.pdf?1423229204=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTECNICAS_DE_INVESTIGACION_SOCIAL.pdf&Expires=1599958792&Signature=EIIt0dh7CHDpkZTdhy-QQmZ1jkO~7O9LVIEVqvJeJSwWRFlq8xCq4tCFMGU4lU
- Arana, D. (2011). El Saldo a Favor del Exportador y los servicios de hospedaje. *Asociación civil Derecho & Sociedad*, 247-251. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/13231>
- Arbaiza, L. (2014). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Universidad ESAN, Lima, Perú.
- Archibald, X., & LaCorbinière, J. (2008). Analysis of tourism competitiveness in the Caribbean: A Gravity model approach. *Review Seminar*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37235071/2._Analysis_of_Tourism_Competitiveness_in_the_Caribbean_A_Gravity_Model_Approach.pdf?1428427315=&response-content-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37235071/2._Analysis_of_Tourism_Competitiveness_in_the_Caribbean_A_Gravity_Model_Approach.pdf?1428427315=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAnalysis_of_Tourism_Competitiveness_in_the_Caribbean_A_Gravity_Model_Approach.pdf&Expires=1428427315=&Signature=EIIt0dh7CHDpkZTdhy-QQmZ1jkO~7O9LVIEVqvJeJSwWRFlq8xCq4tCFMGU4lU)

disposition=inline%3B+filename%3Danalysis_of_Tourism_competitiveness_in_t.pdf&Expires=15999593

- Armas, A., Ize, A., & Levy, E. (2006). *Dolarización financiera. La agenda de política. Fondo Monetario Internacional – Banco Central de Reserva*. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=H45WxzJ0bFgC&oi=fnd&pg=PR13&dq=Armas,+A.,+Ize,+A.,+%26+Levy,+E.+\(2006\).+Dolarizaci%C3%B3n+financiera&ots=FKV6H1v2UX&sig=Jsx696ume2xfGQKDNGr0QtQjjFU#v=onepage&q=Armas%2C%20A.%2C%20Ize%2C%20A.%2C%20%26%20Levy%2C%20](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=H45WxzJ0bFgC&oi=fnd&pg=PR13&dq=Armas,+A.,+Ize,+A.,+%26+Levy,+E.+(2006).+Dolarizaci%C3%B3n+financiera&ots=FKV6H1v2UX&sig=Jsx696ume2xfGQKDNGr0QtQjjFU#v=onepage&q=Armas%2C%20A.%2C%20Ize%2C%20A.%2C%20%26%20Levy%2C%20)
- Ayaviri, v., Quispe, G., & Sanchez, P. (2017). Estimación de la demanda del turismo en la Comunidad Andina de las Naciones. *Espacios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n31/a17v38n31p24.pdf>
- Bajo, O. (1991). Teorías del comercio internacional. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=99HyPYGM5EUC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Bajo,+O.+\(1991\).+Teor%C3%ADas+del+comercio+internacional&ots=cv0vn6xBfB&sig=jVo788Y5ZkKQlSolXw9dan5P6E#v=onepage&q=Bajo%2C%20O.%20\(1991\).%20Teor%C3%ADas%20del%20comercio%20internaci](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=99HyPYGM5EUC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Bajo,+O.+(1991).+Teor%C3%ADas+del+comercio+internacional&ots=cv0vn6xBfB&sig=jVo788Y5ZkKQlSolXw9dan5P6E#v=onepage&q=Bajo%2C%20O.%20(1991).%20Teor%C3%ADas%20del%20comercio%20internaci)
- Banco Mundial. (15 de Julio de 2020). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>
- BCRP. (2006). Tipo de cambio. *Memoria BCRP*. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2006/Memoria-BCRP-2006-3.pdf>
- Becerra, & Manani. (2018). El flujo de turistas extranjeros que llegan al Perú por motivo de negocios, el índice de libertad comercial e índice libertad de inversión son las principales variables que influyen en el crecimiento del flujo de divisas por concepto de turismo de negocio. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625669/Becerra_tc.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom. Obtenido de <http://www.rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>

- Bonilla, J., & Moreno, M. (2010). Determinantes de la demanda de turismo en Colombia 2004-2007. *Tesis de licenciatura*. Universidad del Rosario, Bogotá. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/1839>
- Boullón. (1990). *Planificación de Espacios Turísticos*. México: Edit Trillas. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Cámara Nacional de Turismo del Perú. (18 de Abril de 2020). Obtenido de <https://www.canaturperu.org/>
- Cardozo, P., Chavarro, A., & Ramírez, C. (2007). Teorías de Internacionalización. Panorama. 4-23. Obtenido de <https://journal.poligran.edu.co/index.php/panorama/article/view/264/244>
- Casas, Pastor, & Soler. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de Turismo*. Universidad de Murcia. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/160461>
- Castillo, A., González, E., & López, P. (2012). *Conceptos básicos sobre hojas de cálculo*. Universidad de Sonora, México. Obtenido de <https://ntic.uson.mx/plataforma/fotosntic/documentos/Conceptos%20de%20Hoja%20de%20calculo.pdf>
- Ceballos, M. (2006). Manual para el desarrollo del mapeo de actores. *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/manualpara-el-desarrollo-del-mapeo-de-actores-claves-mac/>
- Centro de Desarrollo Industrial. (2017). *Informe de competitividad de viajes Turismo 2017*. Perú. Obtenido de <http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeViajesyTurismo/>
- Chang, S., & Aguayo, E. (2003). Modelo econométrico de la demanda turística internacional en China. *Estudios Económicos Regionales y Sectoriales. AEEADE*. Obtenido de <https://www.usc.gal/economet/reviews/eers326.pdf>
- Chevillon, G., & Timbeau, X. (2006). "L'impact du taux de changé sur le tourisme en France". *Revue de l'OFCE* 98. Obtenido de <https://www.cairn.info/revue-de-l-ofce-2006-3-page-167.htm#>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2007). *COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO*. PROMPERÚ.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2016). Evaluación del Turismo Gastronómico en el Perú. Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//Uploads/temp/Uploads_mercados_y_segmentos_segmentos_1021_Evaluaci%C3%B3n%20de%20Turismo%20Gastronomico%20-%20TurismoIN.pdf

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2017). *Perfil del turista extranjero*. Lima: PROMPERÚ.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2018). Perfil del Turista Extranjero 2018. Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_41_PERFIL%20DEL%20TURISTA%20EXTRANJERO%202018_compressed.pdf

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2019). *El Turismo mundial: resultados 2018 y perspectivas 2019*. Lima.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (18 de Abril de 2020). Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/ppInstitucional.aspx>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (01 de Mayo de 2020). *Reporte de Argentina*. PROMPERÚ. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Paises/69/Argentina>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (01 de Mayo de 2020). *Reporte de Brasil*. PROMPERÚ. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Paises/42/Brasil>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (01 de Mayo de 2020). *Reporte de Colombia*. PROMPERÚ. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Sitio/Paises/8/Colombia>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (01 de Mayo de 2020). *Reporte de Ecuador*. PROMPERÚ. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Paises/79/Ecuador>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (01 de Mayo de 2020). *Reporte de Estados Unidos*. Lima: PROMPERÚ. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Paises/50/Estados%20Unidos>

- Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill. (2001). Turismo: principios e práctica. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=IWz2gBscMKYC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Corral, Corral, & Franco. (2015). Procedimiento de muestreo. *Revista ciencias de la educación*, 151-167.
- Croes, R., & Venegas, M. (2005). An econometric study of tourist arrivals in Aruba and its implications. *Elsevier*, 879-890.
- De la Hoz Correa, A. (2013). *Generalidades del Comercio Internacional*. Medellín: L.Vieco S.A.S.
- De Lima Andrade, J. R. (2004). Analisis economico de la demanda del turismo domestico en Brasil.
- Deluna, R., & Jeon, N. (2014). Determinants of International Tourism. Demand for the Philippines:. *MPRA*.
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *La entrevista, recurso flexible y dinámico*, 162-167.
- Dwyer, L., & Chulwon, K. (2003). Competitividad del destino: determinantes e indicadores.
- EILAT, Y., & EINAV, L. (2004). Determinants of international tourism: a three-dimensional panel data analysis. 1315 -1327. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45411417/AE2004.pdf?1462553682=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDeterminants_of_international_tourism_a.pdf&Expires=1599539648&Signature=V7BHvZN1ZC03F85NKfaH6D25RJXCvXjzANIRER2hzFOqvC~P3CTmIW2AqrUpLo
- Fernandez, L. (1985). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Flores Ruiz, D., & De la O Barroso González, M. (2012). La demanda turística internacional: Medio siglo de evolución. *Revista de Economía Mundial*, 127-149.
- Flores, D. (2009). Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos. 65.

- Fontana, M. (14 de 07 de 2020). (Y. Cardenas, & C. Cier, Entrevistadores)
- Fretchling, D. (1996). Practical tourism forecasting.
- Galvis-Aponte, L. A., & Aguilera-Díaz, M. M. (1999). *Determinantes de la demanda por turismo hacia Cartagena, 1987-1998*. Banco de la República. Obtenido de <https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/3029>
- García. (2010). *De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: una explicación al comercio internacional*. Universidad Nacional de Colombia.
- Gardella , R., Lupo, F., & Aguayo, E. (2005). "Mercado turístico argentino. Análisis de su demanda internacional ". *Estudios y perspectivas en turismo*, 127-141.
- Garín, & Perez. (2000). An econometric model for international tourism flows to Spain. *Applied Economics Letters*, 525-529.
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Guevara, D. (2019). El crecimiento de la gastronomía peruana con una palabra llamada "Boom".
- Gujarati, D., & Porter. (2010). *Econometría*. México: Mc Graw Hill.
- Gutiérrez. (2017). "La exportación de servicios en el Perú: realidad y perspectivas" . *Tesis de Licenciatura*. UPC, Lima.
- Gutierrez, M., & Narvaez, M. (2015). Lineamientos estratégicos para el desarrollo competitivo del sector turístico en Venezuela. *Redalyc*.
- Gutiérrez, P. (2001). Mapas sociales: métodos y ejemplos prácticos. *Diálogos*, 26-36.
- Guzmán, E., Garza, M., Rebollar, s., Hernández, J., & García, J. (2011). Factores determinantes de la demanda internacional del turismo en México. *Globalización, competitividad y gobernabilidad*, 30-49.
- Haddad, P., & Andrade, T. (1989). *Métodos de análisis regional*.
- Hall, C. M. (2001). Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos. *Contexto*,.
- Hausman, J. (1978). "Specification tests in econometrics". *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1251-1271.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, R., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: Mc Graw Hill.

- Hernández, F. (2012). Turismo y culturas originarias en América Latina. 1851-1694. Obtenido de http://argos.fhycs.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/607/Ava_n20_2012HF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hor, & Thaiprasert. (2015). Analysis of International Tourism Demand for Cambodia. *Springer International*.
- Humérez, J. (2014). *Determinantes del turismo receptor en bolivia: 2001-2012*. Universidad Mayor de San Andrés. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54667634/4_Determinantes_del_turismo.pdf?1507562872=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDeterminantes_del_turismo.pdf&Expires=159990044&Signature=VWryzH9TxCP5h9QAiLL7QTQ-TI1rzyJWl6RRucX2rTfZ5p3sGbV-K~q
- INEE. (2009). Panorama educativo de México. En Robles , Dander, Pedroza, Hernández , Escobar, Sánchez, . . . Torres, *Indicadores del sistema educativo nacional*.
- INEI. (2006). *Compendio Estadístico*. Lima. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0704/Libro.pdf
- JOHANSON, & WIEDERSHEIM. (1975). The internationalization of the firm four swedish cases. *The journal of managment studies*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49726254/FourSwedishCases.pdf?1476924486=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTHE_INTERNATIONALIZATION_OF_THE_FIRM_FOU.pdf&Expires=1599989854&Signature=LBTN6EwccffjCuLGzKO7Amj6vMWJhxDx-59sWRNbiAWIrzWZIFJ
- Kao, & Chiang. (2000). On the Estimation and Inference of a Cointegrated Regression in Panel Data. *Advances in Econometrics*, 161-178. Obtenido de [http://dx.doi.org/10.1016/S0731-9053\(00\)15007-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0731-9053(00)15007-8)
- Karimi, A., Faroughi , P., & Abdul Rahi, K. (2015). *Modeling and Forecasting of International Tourism Demand in ASEAN Countries*. American Journal of Applied Sciences.

- Kirikkaleli, D. S., Abderrahmane, Candemir, Mehmet, Ertugrul, & Murat, H. (2018). Long-run relationship between internet, electricity consumption and economic growth. *Investigación económica*. Obtenido de www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672018000100161&lng=es&tlng=en
- Kotler, & Armstrong. (2007). *MARKETING. Versión para Latinoamérica*.
- Kumar, S., & Leonard, A. (2012). *El arte del intercambio de conocimientos : guía de planificación centrada en los resultados para profesionales del desarrollo*. Instituto del banco mundial.
- Lamboggia Ortiz, J. C. (2014). Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso de Ecuador. *Tesis de Maestría*. FLACSOANDES. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>
- López, S. (2018). Inbound tourism and economic growth México . México .
- Málaga, J., Vera, G., & Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación científica. *Pensamiento y Armón* , 145-154.
- Marsano, J. (2018). *The Economic impact of tourism in Perú*. Lima.
- Martins, L., & Lopes, F. (2017).). *Un análisis empírico de la influencia de la macroeconomía.determinantes de la demanda mundial de turismo*. Gestión del turismo.
- Martos, F., Bermejo, J., & Muñoz, A. (2005). *Auxiliares administrativos de corporaciones locales del país vasco*. Sevilla: Editorial Mad.
- Mayorga, M., & Muñoz, E. (2000). La técnica de datos de panel. Una guía para su uso e interpretación.
- Mendoza, J. (1998). "Análisis económico del turismo receptivo en el Perú". UNMSM, Perú. Obtenido de https://economia.unmsm.edu.pe/org/arch_doc/JLeonM/publ/ensayos/Analisis_Economico_TurismoRPeru.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (15 de Abril de 2020). Obtenido de MINCETUR: <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content1.html>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (18 de Abril de 2020). Obtenido de MINCETUR: <https://www.gob.pe/mincetur>
- Mohamed , A., & Mohamed, A. (2011). The Determinants of International Tourism Demand for Egypt: Panel Data Evidence. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*.
- Moran, G., & Alvarado, D. (2010). Métodos de investigación. . *Pearson Educación*.
- Mordecki, G., Leiva, A., & Nathalie, D. (2019). Mexico and Uruguay inbound tourism demand. *Revista Brasileira de pesquisa en turismo* , 161- 182.
- Morocho. (2009). "Determinantes del flujo turístico internacional hacia el Perú". *Tesis de Licenciatura*. Universidad Nacional de Piura, Piura.
- Muntané. (2010). Introducción a la investigación básica . *Introducción a la investigación básica* .
- Muñoz, & Montero. (2007). "Turismo en las Islas Baleares: una dinámica modelo de demanda internacional utilizando datos de panel ". *Gestión turística*, 1224-1235.
- Naciones Unidas. (2010). Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios.
- Naudé, & Saayman. (2005). Determinantes de las llegadas de turistas a África: un análisis de regresión. *Tourism Economics*, 365-391.
- Nicolau, J. L. (2009). "Evaluación del entorno de marketing turístico". Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Obtenido de https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/090213_101324_E.pdf
- Núñez, M. (2007). Las variables: Estructura y función en la hipótesis. Investigación educativa. 163-179. Obtenido de Núñez, M. (2007). Las variables: Estructura y función en la hipótesis. Investigación educativa, 11(20), 163-179. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/viewFile/4785/3857>
- OCDE. (2005). Handbook on economics globalization indicator.
- Oliveira Santos, G. (2007). *Modelos teóricos aplicados al turismo*. Centro federal de educación tecnológica.
- Organización Mundial de Comercio. (19 de mayo de 2020). *Comercio de servicios*. Obtenido de Comercio de servicios: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/serv_s.htm

- Organización Mundial del Comercio. (2015). *Comercio mundial*. OMC. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report15_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (2019). Examen estadístico del comercio mundial. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2019_s/wts2019_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (2019). *Informe sobre el comercio mundial*. OMC. Obtenido de <https://ibce.org.bo/images/publicaciones/Inform-Comercio-Mundial-2019-OMC.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (2019). Tendencias del comercio mundial 2018 - 2019. *Examen estadístico del comercio mundial 2019*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2019_s/wts2019chapter03_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (15 de Abril de 2020). Obtenido de <https://www.wto.org/indexsp.htm>
- Organización Mundial del Turismo . (2019). *Panorama del turismo internacional*. UNWTO. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *El turismo internacional mantiene un fuerte impulso en 2018*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-10-10/el-turismo-internacional-mantiene-un-fuerte-impulso-en-2018>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Las llegadas de turistas internacionales . Obtenido de <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Panorama del turismo internacional* .
- Organización Mundial del Turismo. (20 de Abril de 2020). *Glosario de términos OMT*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Ouerfell. (2008). Co-integration Analysis of the Central and Eastern European Tourism Demand in Tunisia using Non-stationary Panel Data. *Athens Journal of Tourism*, 97-110.
- Padilla, R. (1988). La demanda de servicios turísticos en España.
- Palmieri, F. (2019). *Repensando las teorías del comercio internacional* .
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>.

- Pardinas, F. (2005). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Mexico.
- Pérez, M. (2006). La presentación de las ventajas comparativas: una nota pedagógica. *Revista de Economía Institucional*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v8n14/v8n14a13.pdf>
- Pinares Andagua, I., & Tintaya Huaraca, M. (2018). *Análisis de enfoque en la ampliación del sistema de transporte turístico como alternativa de mejora de accesibilidad al santuario de Machu Picchu y su impacto en el turismo receptivo - Cusco 2018*. Lima: Tesis de pregrado.
- Porter. (1990). *"The Competitive Advantage of Nations"*. HARVARD: Harvard business review.
- Porter, M. (2008). *Estrategia Competitiva. Las 5 fuerzas de Porter que le dan forma a la estrategia*. América Latina: Harvard Business.
- Proença, & Soukiazis. (2005). *Demand for Tourism in Portugal: A Panel Data Approach*. Centro de Estudos da União Europeia (CEUNEUEOP), COIMBRA. Obtenido de http://www4.fe.uc.pt/ceue/working_papers/israelias29.pdf
- Quispe, D. (2007). *Estudio de la demanda turística en el mundo, América, el Perú y en la región Puno*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Rabahy, W. (2020). Análisis turístico y perspectivas en Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*.
- Ramírez, T. (1997). Como hacer un proyecto de investigación.
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. *Cuicuilco*, 39-49. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004&lng=es&tlng=es.
- Rojas, R. (1991). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Mexico: P Y V EDITORES.
- Saayman, & Naudé. (2005). Determinants of tourist arrivals in Africa: a panel data regression analysis.
- Saayman, & Saayman. (2008). Los determinantes del turismo receptor a Sudáfrica. *Turismo Economía*.
- SANCHEZ, F., & CRUZ, J. (2016). Determinantes económicos de los flujos de viajeros a México. *Revista de Análisis Económico*, 3-36. Obtenido de

- https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-88702016000200001&script=sci_arttext&tlng=e
- Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social- ILPES , Santiago de Chile.
- Socatelli. (2013). La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. En Intermark, *Mercadeo Aplicado al Turismo*. Intermark. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>
- Song , H., & Li, G. (2008). *Modelado y pronóstico de la demanda turística: una revisión de investigaciones recientes*. . Turismo Gestión.
- Supo. (2012). Seminarios de investigación científica. . Perú: SINCIE.
- Trademap. (15 de Julio de 2020). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx
- TTCR. (2017). *Informe de competitividad de viajes y turismo* . Obtenido de <http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeViajesyTurismo/index.html>
- Valderrama, M. (2012). *Lineamientos para un Programa de Desarrollo de la Gastronomía Peruana*.
- Vega, D. (29 de 06 de 2020). (Y. Cardenas, & C. Cier, Entrevistadores)
- Wamboye, E., & Nyaronga, P. (2020). What are the determinant of international tourism in Tanzania. *World development perspectives*.
- Witt , C., & Witt, S. (1995). *Forecasting tourism demand: A review of empirical research*". *International Journal of Forecasting* .
- World Integrated Trade Solution . (15 de Julio de 2020). Obtenido de <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/PER/StartYear/1996/EndYear/2017/TradeFlow/Export/Partner/BY-COUNTRY/Indicator/XPRT-TRD-VL>
- Yorucu, & Kirikkaleli. (2017). Empirical modeling of education expenditures for balkans: evidence from panel fmols and dols estimations. *Revista de cercetare [i interven]ie social*, 88 -101.

ANEXOS

Anexo N°1 Matriz de Fuentes

TÍTULO	FUENTE	AUTOR	OBJETIVO	CONCLUSIÓN
¿Cuáles son los determinantes del turismo internacional en Tanzania?	Elsevier	Evelyn F. Wamboyea, Peter John Nyarongab, Bruno S. Sergi	Analizar los factores determinantes del turismo internacional en Tanzania durante los años 2000-2016	El estudio de datos panel de los 15 principales países de la demanda de turismo internacional para Tanzania destaca como factores determinantes al Índice de precio al consumidor, inflación y costo de transporte.
“Los determinantes de la demanda turística en Turquía”	Google Académico	Musallam Abedtalas, Lokman Toprak	Analizar el flujo de llegada de la demanda turística de Turquía de los principales países Francia, Alemania, Reino Unido, USA y los países bajos durante los años 1986 al 2012.	El modelo utiliza un enfoque ARDL para la demanda turística en Turquía. Los factores determinantes son los ingresos per cápita e intercambio efectivo real. También, se identifica acontecimientos políticos que desempeñaron un papel relevante en el país estudiado.
Los determinantes de la demanda turística internacional para Egipto	Google Académico	Mohamed Abbas Mohamed Ali Ibrahim	Explicar la importancia del turismo como forma de crecimiento a la economía egipcia	Se utiliza un modelo de panel de datos de efectos fijos para explicar el flujo de la demanda internacional para Egipto durante el periodo 1990 - 2008. Entre las principales variables que destacan el PBI, precios, tipo de cambio y la apertura comercial.
Determinantes del turismo entrante a Sudáfrica	Scopus	Saayman A. & Saayman M.	Identificar los diversos determinantes del turismo entrante a Sudáfrica desde diferentes mercados de origen (categorizados en continentes)	Se utiliza el análisis de cointegración con series trimestrales de 1993 - 2004. Los autores destacan que los ingresos, precios relativos y el costo de viaje son determinantes sólidos de las llegadas de turistas. También consideran que el clima y la capacidad desempeñan un papel importante.

Determinantes del turismo internacional en Filipinas	Google Académico	Roperto S. Deluna Jr and Narae K. Jeon	Analizar los factores determinantes que afectan a la demanda turística de Filipinas durante los años 2001-2012	Las principales variables que se detectaron fueron ingresos, precios relativos, tamaño de mercado y distancia como factores determinantes del turismo en Filipinas, Asimismo, se incluye el lenguaje y los vuelos directos como variables dummy.
“Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico de los países de América Latina especialmente el caso de Ecuador	Google Académico	Maestría en Economía y Gestión empresarial por Juan Lamboglia	Analizar cuáles son los factores que determinan el turismo de Latinoamérica en el periodo 1995 – 2010	Se utiliza el modelo de datos panel de 19 países de Latinoamérica y las variables explicativas que utilizan en el estudio son Ingresos, apertura comercial, nivel de precios, y la infraestructura como factor determinante de la demanda turística en Ecuador.
Análisis de la competitividad turística en el caribe	Google Académico	Xiomara Archibald, Jason LaCorbinière	Analizar la competitividad del caribe expresado por la demanda turística internacional de los principales destinos.	El modelo utilizado es de gravedad de las llegadas de turistas de EE. UU, Canadá, Europa y otros países del caribe que utilizan datos anuales durante el período de 1980 a 2002 para 22 países del Caribe. Las variables significativas son ingresos, precios relativos, tarifas aéreas.
“Análisis y perspectivas del turismo en Brasil”	Scielo	Wilson Abrahão Rabahy	Explicar el turismo de Brasil y analizar las estadísticas desde una perspectiva económica.	El estudio destaca los determinantes de la demanda al turismo en Brasil tales como: los ingresos, los precios y el tipo de cambio. También, sobresalen tres análisis del turismo en Brasil: la importancia del turismo interno, los impactos del turismo en la distribución regional del ingreso y las oportunidades del turismo receptor.

Determinantes del turismo receptor en Bolivia	Google Academico	Julio Humérez Quiroz	Analizar los principales factores determinantes del turismo receptivo en Bolivia durante los años 2001 -2012.	El estudio realiza estimaciones econométricas con datos de panel de los nueve departamentos de Bolivia. Los principales factores que afectan directamente el flujo de turismo receptor son: inversión en el sector turismo, educación y seguridad.
Estimación de la demanda del turismo en la Comunidad Andina de Naciones	Google Academico	Ayaviri, Quispe y Sánchez	Estimar la demanda turística en la Comunidad Andina de Naciones.	Se utiliza el modelo de Bass el cual describe la expansión y difusión de la información por los turistas que hayan visitado un lugar, y como de esta forma se puede recomendar a más turistas a que visiten los países conformados por la CAN.
Determinantes de las llegadas de turistas a Africa:	SCOPUS	Saayman & Naudé	Analizar los factores determinantes de la llegada de turistas internacionales a 43 países africanos, en el periodo 1996 - 2000	Se utiliza el modelo panel de datos para la estimación de la llegada de turistas a África .De esta forma los autores sostienen que los ingresos, precios relativos, costo de transporte y tipo de cambio son algunos de los factores primordiales.
Modelización econométrica de la demanda de turistas británicos a España	Universidad de Vigo	Álvarez, González, Otero y Trigo	Conocer cuáles son los determinantes más importantes para explicar la demanda del turismo británico a España	El estudio siguió un procedimiento de modelización econométrica basado en tres etapas. Primero se investiga si existe una relación a largo plazo entre la demanda de turismo y las variables explicativas económicas. La segunda, se modeliza esta relación a largo plazo. Finalmente, se hace una estimación puntual y por intervalo de los impactos de estos efectos sobre el turismo británico. Los determinantes significativos son la renta de los británicos, la evolución de los precios ajustados por el tipo de cambio en España y Portugal.

Análisis de su demanda internacional - Argentina.	Scielo	R. Gardella, F. Lupo y E. Aguayo	Analizar la evolución de la demanda turística internacional en Argentina durante los años 1985-2001	El estudio sigue una modelización econométrica donde demuestra la importancia que tiene el turismo procedente de Chile, Paraguay, Uruguay y Brasil, y destaca como factores determinantes PBI, índice de precios al consumidor, como influenciadores del flujo turístico hacia Argentina
“Modelo econométrico de la demanda turística internacional en China”	Google Académico	Chang y Aguayo.	Estudiar el crecimiento económico que ha tenido China en los últimos 20 años y la importancia del turismo como factor relevante en la demanda turística.	Se utiliza un modelo econométrico, a través de datos de panel para explicar la demanda turística en China entre los años 1996 al 2000. Los principales países con mayor demanda son Japón, Corea, Rusia y Estados Unidos. Entre los factores determinantes destacan el Índice de precios, la variable endógena de turistas que han viajado en años anteriores y una variable ficticia de crisis económica.
La demanda de servicios turísticos en España.	Google Académico	Padilla	Analizar los principales factores determinantes del turismo en España.	El estudio utiliza el enfoque Box-Jenkins para series temporales en donde explicar la demanda del turismo en España. Entre los factores significativos destacan los precios relativos y el ingreso de la demanda turística internacional.
El flujo de turistas extranjeros que llegan al Perú por motivo de negocios, el índice de libertad comercial e índice libertad de inversión son las principales variables que influyen en el crecimiento del flujo de divisas por concepto de turismo de negocios en el Perú	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Becerra y Mamani	Destacar la importancia del crecimiento de divisas por concepto de turismo del Perú.	Se utiliza un modelo econométrico donde La variable explicativa de la apertura comercial resulta del componente de índice de libertad de inversión y comercial y demuestra que es el principal determinante del flujo de divisas por turismo de negocio durante el periodo 2003 - 2016.

Determinantes del flujo turístico internacional hacia el Perú	Universidad Nacional de Piura	JUAN DANIEL MOROCHO RUIZ	Analizar las variables macroeconómicas que influyen significativamente en las decisiones de los turistas internacionales para visitar Perú durante el periodo 1997-2007	El modelo estimado es econométrico y utiliza las variables PBI, específicamente el autor considera que los ingresos de EE UU por ser el principal país de turistas emisor hacia Perú; asimismo también considera el tipo de cambio, el contexto social y la estacionalidad como los principales factores determinantes para visitar el Perú.
“Análisis económico del turismo receptivo en el Perú” Determinantes del flujo turístico internacional hacia el Perú	UNMSM	JUAN LEON MENDOZA	Analizar el turismo receptivo en el Perú durante la época 1990 - 1997.	El autor sostiene que la evolución del turismo receptivo se da en función a variables explicativas tales como PBI per cápita, precios relativos, tipo de cambio y el atentado terrorista.
Estudio de la demanda turística en el mundo, América, el Perú y en la Región Puno”	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO	DIANA MARGARET QUISPE ROQUE	Estudiar el comportamiento del flujo turístico receptivo en el mundo en 1980-2005, América en 1996-2005, Perú en 1997 2005 y en la Región puno en 1996 2004.	El modelo utilizado es Regresión Lineal por mínimos cuadrados en donde explica el flujo de la demanda en el mundo, América, Perú y la Región Puno. Dentro de las variables explicativas destaca el tipo de cambio, las divisas y el PBI Real como factor determinante de la demanda turística.

Anexo N°2 Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA “Análisis de los factores que influyeron en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, durante el periodo 1996-2018”				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGIA
Problema principal: ¿De qué manera/ en qué medida factores como PBI per cápita, apertura comercial y tipo de cambio real, influyeron en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú durante el periodo 1996-2018?	Objetivo general: Determinar si el PBI per cápita, tipo de cambio real y apertura comercial han sido factores influyentes en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú durante el periodo 1996-2018?	Hipótesis general: El PBI per cápita de los turistas internacionales, el tipo de cambio real y la apertura comercial han sido los factores principales que han influenciado en el desarrollo de la demanda turística para el Perú, durante el periodo 1996-2018.	Variable dependiente: Y: Demanda turística del Perú	Tipo y diseño de la investigación La investigación se basa en la teoría fundamentada y presenta un enfoque cuantitativo. Asimismo, se utiliza el Modelo Panel Dinámico.
Problemas específicos: a) De qué manera, el PBI per cápita de los turistas internacionales influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú en el periodo 1996 - 2018.	Objetivos específicos: a) Determinar si el PBI per cápita de los turistas internacionales fue un factor que influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú en el periodo 1996- 2018.	Hipótesis específicas: a) El PBI per cápita de los turistas internacionales, fue un factor influyente en el desarrollo de la demanda turística para el Perú durante el periodo 1996-2018.	Variables independientes: X1: PBI per cápita de los turistas internacionales. X2: Tipo de cambio real X3: Apertura	Unidad de estudio: Demanda turística con mayor participación para el Perú durante los años del periodo 1996 al 2018.

<p>b) ¿En qué medida, la apertura comercial influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú, en el periodo 1996 - 2018?</p> <p>c) ¿En qué medida, el tipo de cambio real influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú para el Perú, en el periodo 1996 – 2018?</p>	<p>b) Determinar si la apertura comercial fue un factor que influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú en el periodo 1996- 2018.</p> <p>c) Determinar si el tipo de cambio real fue un factor que influyó en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú en el periodo 1996- 2018</p>	<p>b) La apertura comercial, fue un factor influyente en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú durante el periodo 1996-2018.</p> <p>c) El tipo de cambio real, fue un factor influyente en el desarrollo de la demanda turística de los principales países para el Perú durante el periodo 1996-2018.</p>	<p>comercial</p>	<p>Población de estudio:</p> <p>Número de llegadas de todos los turistas internacionales de los 6 principales países (Chile, EEUU, Ecuador, Colombia, Brasil y Argentina) con mayor demanda turística para el Perú durante los años del periodo 1996 al 2018</p>
---	---	--	------------------	---

Anexo N°3 Demanda turística hacia el Perú.

Demanda Turística: Número de llegada de turistas internacionales al Perú.						
Años	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	USA	Argentina
1996	18762	131646	21788	50789	147808	26596
1997	20549	169452	31973	52475	165611	26273
1998	23672	191188	35767	49542	186969	30775
1999	23018	216733	33731	55502	207985	26350
2000	25032	200289	31658	68177	227206	27985
2001	28996	298887	27422	67195	210590	24789
2002	33233	338002	31005	104019	236345	30285
2003	35512	546975	29159	99730	213946	35638
2004	34416	306275	39733	110998	278025	50272
2005	44543	344296	49143	101489	330358	61686
2006	45265	420801	54505	112100	330845	69256
2007	53558	470457	62811	119471	381828	82722
2008	64573	452705	76559	128063	420608	97478
2009	82764	464153	87225	136054	426325	121172
2010	87674	595944	98642	152445	417232	127062
2011	117537	741717	112816	160841	411935	147403
2012	126085	806929	133975	176071	447218	158950
2013	143538	886485	134725	208358	487328	155145
2014	147875	903793	151876	223995	514227	155931
2015	148312	984584	165384	256127	545212	170960
2016	148296	1055880	189754	318172	586479	175488
2017	173753	1101055	200812	288987	598685	205465
2018	177711	1159188	219452	293231	641280	216041

Elaboración propia. Fuente: MINCETUR (2020) / INEI (2006).

Anexo N°4 PBI per cápita

PIB per cápita (US\$ a precios actuales) de los turistas internacionales						
Años	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	USA	Argentina
1996	5166.164	5349.804	2620.539	2155.517	29967.713	7721.355
1997	5282.009	5745.374	2827.380	2356.371	31459.139	8213.127
1998	5087.152	5446.581	2566.024	2293.890	32853.677	8289.506
1999	3478.373	4957.778	2209.931	1578.934	34513.562	7774.736
2000	3749.753	5074.902	2520.481	1445.279	36334.909	7708.101
2001	3156.799	4574.594	2439.682	1894.615	37133.243	7208.372
2002	2829.283	4446.251	2396.627	2172.102	38023.161	2593.404
2003	3070.910	4772.563	2281.402	2425.852	39496.486	3349.806
2004	3637.462	6194.853	2782.623	2691.278	41712.801	4277.721
2005	4790.437	7598.525	3414.466	3002.137	44114.748	5109.851
2006	5886.464	9464.550	3741.093	3328.883	46298.731	5919.012
2007	7348.031	10502.355	4714.073	3567.836	47975.968	7245.448
2008	8831.023	10751.480	5472.536	4249.019	48382.558	9020.873
2009	8597.915	10208.907	5193.241	4231.616	47099.980	8225.137
2010	11286.243	12808.035	6336.709	4633.590	48467.516	10385.964
2011	13245.612	14637.240	7335.111	5200.556	49886.818	12848.864
2012	12370.024	15351.551	8050.058	5682.045	51610.605	13082.664
2013	12300.325	15842.941	8218.034	6056.331	53117.668	13080.255
2014	12112.588	14670.997	8114.084	6377.092	55047.726	12334.798
2015	8814.001	13574.172	6175.876	6124.492	56822.519	13789.060
2016	8710.097	13753.594	5871.224	6060.093	57927.517	12790.242
2017	9925.386	14999.370	6377.851	6213.501	59957.726	14591.863
2018	9001.234	15924.794	6718.585	6295.935	62996.665	11683.950

Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial (2020)

Anexo N°5 Tipo de cambio real

Años	Índice de Tipo de cambio real entre Perú y el país de origen					
	Argentina	Ecuador	Chile	USA	Colombia	Brasil
1996	209.569	64.453	107.166	78.450	91.698	111.020
1997	210.935	67.218	111.952	97.680	99.058	110.849
1998	218.175	69.121	109.875	101.660	96.148	108.848
1999	240.784	56.691	114.907	116.000	97.306	81.901
2000	237.296	69.507	111.928	119.080	88.412	86.173
2001	231.425	92.693	97.474	120.640	85.264	71.282
2002	100.082	104.393	91.708	122.700	83.837	63.252
2003	110.466	108.978	91.157	121.400	75.197	65.389
2004	108.110	105.995	98.639	118.000	82.538	68.997
2005	113.401	102.770	105.401	116.000	93.312	84.625
2006	116.384	103.369	111.678	96.200	93.250	95.524
2007	117.359	99.275	111.099	94.900	105.054	104.082
2008	110.947	95.091	108.041	87.000	105.505	104.474
2009	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
2010	97.067	95.714	102.974	93.900	106.952	109.357
2011	95.306	94.303	105.877	91.400	107.212	115.905
2012	87.839	91.570	100.040	86.200	105.002	96.831
2013	80.577	93.719	99.662	87.100	102.592	92.592
2014	67.112	98.798	92.245	90.100	100.543	91.775
2015	73.881	111.276	91.006	97.700	83.905	77.425
2016	62.357	115.830	93.285	101.200	82.364	81.605
2017	65.250	109.302	93.460	97.200	83.449	86.320
2018	53.249	108.491	96.508	99.000	85.699	78.133

Elaboración propia. Fuente: Compendio estadístico INEI.

Anexo N°6 Cuadro de Exportaciones

Año	Exportaciones (en millones de dólares)					
	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	USA
1996	37731.000	239252.000	123162.000	120306.000	70300.000	1159534.000
1997	48310.000	256082.000	132240.000	154564.000	111222.000	1597564.000
1998	28438.000	180307.000	138451.000	143362.000	106375.000	1835160.000
1999	29369.000	172795.000	173250.000	103902.000	50202.000	1725680.000
2000	23661.000	216012.000	260036.000	138025.000	94282.000	1735856.000
2001	20492.000	227057.000	281942.000	150405.000	120373.000	1693609.000
2002	13206.000	193749.000	254563.000	157517.000	138744.000	1998085.000
2003	19321.000	231229.000	412574.000	188804.000	156476.000	2434506.000
2004	36342.000	357542.000	719065.000	261751.000	206568.000	3730489.000
2005	53537.000	453201.000	1129375.000	346605.000	295000.000	5257260.000
2006	74011.000	814541.000	1429921.000	505780.000	327287.000	5707487.000
2007	119667.000	932363.000	1695383.000	617192.000	379221.000	5585918.000
2008	147290.000	895412.000	1840831.000	708731.000	504123.000	5835264.000
2009	83975.000	508112.000	752216.000	643785.000	576465.000	4603773.000
2010	151445.000	949798.000	1373277.000	798220.000	815811.000	6134377.000
2011	192935.000	1288244.000	1948068.000	1045370.000	837985.000	6272046.000
2012	194473.000	1406166.000	2029682.000	921384.000	929130.000	6671977.000
2013	162794.000	1757142.000	1685433.000	854741.000	967287.000	7819227.000
2014	180972.000	1595284.000	1543480.000	1230350.000	865713.000	6253910.000
2015	131593.000	1071802.000	1069123.000	870689.000	703415.000	5020220.000
2016	128351.000	1204084.000	1007532.000	710422.000	651031.000	6235293.000
2017	157592.000	1591479.000	1041053.000	673472.000	812671.000	6935897.000
2018	179617.000	1687234.000	1212370.000	747495.000	849575.000	7837624.000

Elaboración propia. Fuente: Trademap (2020) / WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTION (2020).

Anexo N°7 Cuadro de Importaciones

Año	Importaciones (en millones de dólares)				
	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	USA
1996	363417.000	284525.000	677148.000	44425.000	2089269.000
1997	375271.000	311224.000	613265.000	240244.000	2271226.000
1998	381503.000	285580.000	440807.000	206383.000	2233221.000
1999	301786.000	300612.000	422521.000	197253.000	1879520.000
2000	377621.000	395238.000	399686.000	329937.000	1736910.000
2001	327707.000	428467.000	378566.000	348224.000	1691491.000
2002	489461.000	419007.000	456494.000	436359.000	1440472.000
2003	549379.000	429256.000	498671.000	650644.000	1565757.000
2004	698456.000	470723.000	779439.000	667904.000	1981512.000
2005	1028360.000	615632.000	772644.000	914221.000	2220133.000
2006	1597224.000	863985.000	950688.000	1092107.000	2515691.000
2007	1879292.000	880679.000	983565.000	1514480.000	3584155.000
2008	2417838.000	1183437.000	1282953.000	1775992.000	5647494.000
2009	1680677.000	997218.000	947225.000	1022060.000	4315354.000
2010	2182769.000	1050495.000	1327367.000	1423353.000	5828209.000
2011	2439665.000	1342915.000	1467712.000	1877982.000	7429787.000
2012	2579168.000	1243921.000	1563235.000	2012460.000	7931972.000
2013	2324817.000	1327324.000	1467096.000	1930304.000	8804519.000
2014	1994461.000	1279144.000	1243530.000	1775921.000	8799923.000
2015	1931717.000	1210303.000	1292182.000	991316.000	7853500.000
2016	2127055.000	1152252.000	1176473.000	1079827.000	7092639.000
2017	2452729.000	1200675.000	1482458.000	1569427.000	8070160.000
2018	2414395.000	1366734.000	1588814.000	1922063.000	9204681.000

Elaboración propia. Fuente: Trademap (2020) / WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTION (2020).

Anexo N°8 Cuadro de PBI

Año	PBI (Perú) Millones de \$
1996	55252.414
1997	58147.523
1998	55501.468
1999	50187.325
2000	51744.749
2001	52030.159
2002	54777.554
2003	58731.030
2004	66768.703
2005	76060.606
2006	88643.193
2007	10217.098
2008	12055.060
2009	12082.299
2010	14752.894
2011	17176.174
2012	19264.900
2013	20117.547
2014	20078.936
2015	18980.530
2016	19189.594
2017	21100.721
2018	22204.497

Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial (2020)

Anexo N°9 Apertura Comercial

Apertura comercial entre Perú y el país extranjero						
Año	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	USA
1996	5.7274421	10.90756	7.3786278	14.432926	2.0763799	58.799295
1997	7.0326127	10.85778	7.6265331	13.204845	6.0443848	66.534048
1998	7.2192865	10.122435	7.6399961	10.525289	5.6351302	73.302223
1999	5.303889	9.4561925	9.4418661	10.489162	4.9306274	71.834871
2000	6.9007002	11.472333	12.663584	10.391605	8.1983004	67.113399
2001	9.1391995	10.662355	13.653793	10.166623	9.0062574	65.060343
2002	11.079191	12.472445	12.29646	11.209172	10.498881	62.773103
2003	9.2765613	13.291236	14.333649	11.705482	13.74265	68.111576
2004	8.9330924	15.815763	17.819546	15.593983	13.097034	85.549078
2005	10.229119	19.47869	22.942323	14.715226	15.898125	98.308354
2006	9.8866587	27.20756	25.877971	16.430681	16.012442	92.767168
2007	12.165255	27.519115	25.213245	15.667433	18.534627	89.752226
2008	14.344922	27.48431	25.087125	16.52156	18.914174	95.252599
2009	7.9354602	18.115667	14.479314	13.168107	13.230305	73.819786
2010	8.5499362	21.233577	16.429129	14.407933	15.177795	81.08637
2011	11.833485	21.703955	19.160164	14.63121	15.81241	79.772324
2012	11.136378	20.687022	16.992577	12.897129	15.269168	75.805995
2013	8.5894021	20.29054	14.975767	11.541352	14.403302	82.633067
2014	7.129815	17.878163	14.057637	12.320772	13.156245	74.97326
2015	5.2221355	15.82421	12.009285	11.395209	8.9287865	67.825924
2016	5.4068001	17.35909	11.254975	9.8329072	9.0197738	69.453954
2017	6.2947186	19.166208	10.62394	10.217329	11.289178	71.116324
2018	6.3189947	18.472064	11.615233	10.521783	12.482327	76.751592

Elaboración propia. Fuente: Trademap (2020) / WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTION (2020).

Anexo 10. Base de Datos Panel

Año	País	Turista	PBI per cápita	AP	TC
1996	_Bra	18762.000	5166.164	10.908	111.020
1997	_Bra	20549.000	5282.009	10.858	110.849
1998	_Bra	23672.000	5087.152	10.122	108.848
1999	_Bra	23018.000	3478.373	9.456	81.901
2000	_Bra	25032.000	3749.753	11.472	86.173
2001	_Bra	28996.000	3156.799	10.662	71.282
2002	_Bra	33233.000	2829.283	12.472	63.252
2003	_Bra	35512.000	3070.910	13.291	65.389
2004	_Bra	34416.000	3637.462	15.816	68.997
2005	_Bra	44543.000	4790.437	19.479	84.625
2006	_Bra	45265.000	5886.464	27.208	95.524
2007	_Bra	53558.000	7348.031	27.519	104.082
2008	_Bra	64573.000	8831.023	27.484	104.474
2009	_Bra	82764.000	8597.915	18.116	100.000
2010	_Bra	87674.000	11286.243	21.234	109.357
2011	_Bra	117537.000	13245.612	21.704	115.905
2012	_Bra	126085.000	12370.024	20.687	96.831
2013	_Bra	143538.000	12300.325	20.291	92.592
2014	_Bra	147875.000	12112.588	17.878	91.775
2015	_Bra	148312.000	8814.001	15.824	77.425
2016	_Bra	148296.000	8710.097	17.359	81.605
2017	_Bra	173753.000	9925.386	19.166	86.320
2018	_Bra	177711.000	9001.234	18.472	78.133
1996	_Chi	131646.000	5349.804	7.379	107.166
1997	_Chi	169452.000	5745.374	7.627	111.952
1998	_Chi	191188.000	5446.581	7.640	109.875
1999	_Chi	216733.000	4957.778	9.442	114.907
2000	_Chi	200289.000	5074.902	12.664	111.928
2001	_Chi	298887.000	4574.594	13.654	97.474
2002	_Chi	338002.000	4446.251	12.296	91.708
2003	_Chi	546975.000	4772.563	14.334	91.157
2004	_Chi	306275.000	6194.853	17.820	98.639
2005	_Chi	344296.000	7598.525	22.942	105.401
2006	_Chi	420801.000	9464.550	25.878	111.678
2007	_Chi	470457.000	10502.355	25.213	111.099
2008	_Chi	452705.000	10751.480	25.087	108.041
2009	_Chi	464153.000	10208.907	14.479	100.000

2010	_Chi	595944.000	12808.035	16.429	102.974
2011	_Chi	741717.000	14637.240	19.160	105.877
2012	_Chi	806929.000	15351.551	16.993	100.040
2013	_Chi	886485.000	15842.941	14.976	99.662
2014	_Chi	903793.000	14670.997	14.058	92.245
2015	_Chi	984584.000	13574.172	12.009	91.006
2016	_Chi	1055880.000	13753.594	11.255	93.285
2017	_Chi	1101055.000	14999.370	10.624	93.460
2018	_Chi	1159188.000	15924.794	11.615	96.508
1996	_Col	21788.000	2620.539	14.433	91.698
1997	_Col	31973.000	2827.380	13.205	99.058
1998	_Col	35767.000	2566.024	10.525	96.148
1999	_Col	33731.000	2209.931	10.489	97.306
2000	_Col	31658.000	2520.481	10.392	88.412
2001	_Col	27422.000	2439.682	10.167	85.264
2002	_Col	31005.000	2396.627	11.209	83.837
2003	_Col	29159.000	2281.402	11.705	75.197
2004	_Col	39733.000	2782.623	15.594	82.538
2005	_Col	49143.000	3414.466	14.715	93.312
2006	_Col	54505.000	3741.093	16.431	93.250
2007	_Col	62811.000	4714.073	15.667	105.054
2008	_Col	76559.000	5472.536	16.522	105.505
2009	_Col	87225.000	5193.241	13.168	100.000
2010	_Col	98642.000	6336.709	14.408	106.952
2011	_Col	112816.000	7335.111	14.631	107.212
2012	_Col	133975.000	8050.058	12.897	105.002
2013	_Col	134725.000	8218.034	11.541	102.592
2014	_Col	151876.000	8114.084	12.321	100.543
2015	_Col	165384.000	6175.876	11.395	83.905
2016	_Col	189754.000	5871.224	9.833	82.364
2017	_Col	200812.000	6377.851	10.217	83.449
2018	_Col	219452.000	6718.585	10.522	85.699
1996	_Ecu	50789.000	2155.517	2.076	64.453
1997	_Ecu	52475.000	2356.371	6.044	67.218
1998	_Ecu	49542.000	2293.890	5.635	69.121
1999	_Ecu	55502.000	1578.934	4.931	56.691
2000	_Ecu	68177.000	1445.279	8.198	69.507
2001	_Ecu	67195.000	1894.615	9.006	92.693
2002	_Ecu	104019.000	2172.102	10.499	104.393
2003	_Ecu	99730.000	2425.852	13.743	108.978
2004	_Ecu	110998.000	2691.278	13.097	105.995
2005	_Ecu	101489.000	3002.137	15.898	102.770

2006	_Ecu	112100.000	3328.883	16.012	103.369
2007	_Ecu	119471.000	3567.836	18.535	99.275
2008	_Ecu	128063.000	4249.019	18.914	95.091
2009	_Ecu	136054.000	4231.616	13.230	100.000
2010	_Ecu	152445.000	4633.590	15.178	95.714
2011	_Ecu	160841.000	5200.556	15.812	94.303
2012	_Ecu	176071.000	5682.045	15.269	91.570
2013	_Ecu	208358.000	6056.331	14.403	93.719
2014	_Ecu	223995.000	6377.092	13.156	98.798
2015	_Ecu	256127.000	6124.492	8.929	111.276
2016	_Ecu	318172.000	6060.093	9.020	115.830
2017	_Ecu	288987.000	6213.501	11.289	109.302
2018	_Ecu	293231.000	6295.935	12.482	108.491
1996	_Usa	147808.000	29967.713	58.799	78.450
1997	_Usa	165611.000	31459.139	66.534	97.680
1998	_Usa	186969.000	32853.677	73.302	101.660
1999	_Usa	207985.000	34513.562	71.835	116.000
2000	_Usa	227206.000	36334.909	67.113	119.080
2001	_Usa	210590.000	37133.243	65.060	120.640
2002	_Usa	236345.000	38023.161	62.773	122.700
2003	_Usa	213946.000	39496.486	68.112	121.400
2004	_Usa	278025.000	41712.801	85.549	118.000
2005	_Usa	330358.000	44114.748	98.308	116.000
2006	_Usa	330845.000	46298.731	92.767	96.200
2007	_Usa	381828.000	47975.968	89.752	94.900
2008	_Usa	420608.000	48382.558	95.253	87.000
2009	_Usa	426325.000	47099.980	73.820	100.000
2010	_Usa	417232.000	48467.516	81.086	93.900
2011	_Usa	411935.000	49886.818	79.772	91.400
2012	_Usa	447218.000	51610.605	75.806	86.200
2013	_Usa	487328.000	53117.668	82.633	87.100
2014	_Usa	514227.000	55047.726	74.973	90.100
2015	_Usa	545212.000	56822.519	67.826	97.700
2016	_Usa	586479.000	57927.517	69.454	101.200
2017	_Usa	598685.000	59957.726	71.116	97.200
2018	_Usa	641280.000	62996.665	76.752	99.000
1996	_Arg	26596.000	7721.355	5.727	209.569
1997	_Arg	26273.000	8213.127	7.033	210.935
1998	_Arg	30775.000	8289.506	7.219	218.175
1999	_Arg	26350.000	7774.736	5.304	240.784
2000	_Arg	27985.000	7708.101	6.901	237.296
2001	_Arg	24789.000	7208.372	9.139	231.425

2002	_Arg	30285.000	2593.404	11.079	100.082
2003	_Arg	35638.000	3349.806	9.277	110.466
2004	_Arg	50272.000	4277.721	8.933	108.110
2005	_Arg	61686.000	5109.851	10.229	113.401
2006	_Arg	69256.000	5919.012	9.887	116.384
2007	_Arg	82722.000	7245.448	12.165	117.359
2008	_Arg	97478.000	9020.873	14.345	110.947
2009	_Arg	121172.000	8225.137	7.935	100.000
2010	_Arg	127062.000	10385.964	8.550	97.067
2011	_Arg	147403.000	12848.864	11.833	95.306
2012	_Arg	158950.000	13082.664	11.136	87.839
2013	_Arg	155145.000	13080.255	8.589	80.577
2014	_Arg	155931.000	12334.798	7.130	67.112
2015	_Arg	170960.000	13789.060	5.222	73.881
2016	_Arg	175488.000	12790.242	5.407	62.357
2017	_Arg	205465.000	14591.863	6.295	65.250
2018	_Arg	216041.000	11683.950	6.319	53.249

Nota. Elaboración propia.

Anexo N°11 Llegada de visitantes al Santuario Histórico de Machu Picchu

Año	Extranjeros	Nacionales	Total
1980	100.534	45.032	145.566
1981	96.060	37.214	133.274
1982	77.234	46.548	123.782
1983	65.570	54.552	120.122
1984	72.069	51.450	123.519
1985	67.545	59.169	126.714
1986	77.966	63.686	141.652
1987	89.726	101.162	190.888
1988	116.911	70.431	187.342
1989	97.594	51.842	149.436
1990	72.867	47.682	120.549
1991	41.112	36.183	77.295
1992	39.724	54.851	94.575
1993	58.090	69.525	127.615
1994	111.083	96.539	207.622
1995	159.590	88.951	248.541
1996	198.664	98.334	296.998
1997	189.030	105.002	294.032
1998	227.709	106.854	334.563
1999	286.600	95.591	382.191
2000	352.294	68.096	420.390
2001	294.437	126.433	420.870
2002	308.814	148.284	457.098
2003	333.805	190.003	523.808
2004	338.402	218.477	556.879
2005	475.315	204.636	679.951
2006	480.741	210.884	691.625
2007	548.168	251.900	800.068
2008	616.111	242.100	858.211
2009	581.880	233.388	815.268
2010	472.742	227.089	699.831
2011	670.959	300.683	971.642
2012	762.469	351.965	1.114.434
2013	804.348	372.960	1.177.308
2014	842.191	298.986	1.141.177
2015	911.053	371.462	1.282.515
2016	996.764	422.743	1.419.507
2017	1.070.684	340.595	1.411.279
2018	1.221.146	349.665	1.570.811
2019	1.174.435	368.601	1.543.036

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú. Fuente: Ministerio de Cultura/ Dirección Regional de Cultura- Cusco.

Anexo N°12 Solicitud de data

DATA ANUAL POR PAÍS TURISTAS INTERNACIONALES/ ALUMNAS UPC

Javier Martin Kosas del Portal <jrosas@mincetur.gob.pe>

Sáb 18/07/2020 19:42

Para: carla.cier <carla.cier07@gmail.com>

CC: u201211284 (Cier Caveró, Carla Cecilia) <u201211284@upc.edu.pe>; Yerusca Cardenas

Estimadas alumnas

Reitero que la informacion por pais esta disponible desde 2004.

La informacion mensual, agregada, si esta disponible desde año 2000 (pero no por paises), sino con mucho gusto.

Saludos,
Javier Rosas

From: carla.cier <carla.cier07@gmail.com>

Sent: Saturday, July 18, 2020 8:06 PM

To: Javier Martin Rosas del Portal <jrosas@mincetur.gob.pe>

Cc: u201211284 (Cier Caveró, Carla Cecilia) <u201211284@upc.edu.pe>; yerussa.cardenas@ilkoperu.com.pe
<yerussa.cardenas@ilkoperu.com.pe>

Subject: Re: DATA ANUAL POR PAÍS TURISTAS INTERNACIONALES/ ALUMNAS UPC

Estimado Sr. Javier,

Solicite mediante contacto web desde el año 2000 y efectivamente me la enviaron. Sin embargo como haré una regresión lineal necesitamos más años de antigüedad. Podría quizás gestionar a una persona que me envíen directamente la data desde 1996 porfavor.

Anexo N°13 Entrevistas a Expertos

I. Nombre del entrevistado: Daniel Maraví Vega Centeno

Puesto: Director General de Políticas de Desarrollo Turístico en MINCETUR

- Según su opinión, ¿Cuáles considera que fueron los factores determinantes del desarrollo de la demanda turística en el Perú durante el periodo 1996-2018?

Considerando el último año sobre la llegada de turistas internacionales alrededor de 4.7 millones de turistas internacionales hay que considerar que han llegado al país por diversos factores y por distintos puntos de ingresos. Entonces aproximadamente el 40% de esta población es propiciada por el turismo cultural que es un turismo de esparcimiento, tours, agencia de viajes. Es importante destacar la llegada de chilenos al país es por motivo el turismo por salud, ya que allí se concentra más de 1 millón de turistas. Ecuador también ha incrementado su turismo por visita salones de juegos, por compras, etc. Asimismo, es importante distinguir a los turistas que llegan a Lima por negocios, transacciones y que ocupan hoteles de 4 o 5 estrellas. Si nos enfocamos en nuestro potencial y nos ocupamos de nuestro fuerte que es el turismo cultural hay que identificar factores internos y externos que han incidido en el crecimiento. Dentro de los factores internos ha sido importante el rol de Promperú y además ha sido avalada por 3 años consecutivos como la mejor agencia de promoción de Sudamérica. También es importante mencionar los factores externos como la crisis del medio oriente favorece al Perú, ya que tenemos un destino cultural que compite con el medio oriente y ha trasladado a estos turistas a visitar el país. Dentro del Perú, la actividad turística ha generado impactos positivos económicos favorables para la población y también una mejor calidad de atención de servicios lo cual ha sido atractivo para nuevos segmentos. El desarrollo de esta calidad de servicios ha favorecido, ya que antes había pocos hoteles de 5 estrellas donde no se encontraba buen estándar calidad y por ende no llegaba turistas. Entonces al mejorar esta calidad de servicios y su oferta ha impulsado el desarrollo de conectividad del turismo. Otro factor determinante es haber salido de la inseguridad como país y convertirnos en un país seguro, donde hay una mejor infraestructura y una conectividad favorable para llegar a más ciudades aunque aún no es suficiente. Por otro lado, hay que reconocer el trabajo del Ministerio de cultura, reconocer la puesta en valor de nuestros monumentos arqueológicos y eso ha propiciado ampliar la oferta turística lo que ha incidido en la permanencia de turistas. También es importante destacar el trabajo de ministerio del ambiente el cual ha fomentado el turismo por naturaleza, ya que ha desarrollado parques

naturales atractivos porque es un potencial enorme que tenemos como país. Como país los dos elementos que más nos caracteriza son los recursos naturales y culturales; con ello permite el desarrollo de otros sectores como el turismo de aventura y otro aspecto como la gastronomía. Ahora se busca incrementar no solamente la llegada de turistas, sino el periodo de permanencia y generar la oportunidad para que puedan visitar otros destinos.

- ¿De qué manera usted considera que el apoyo Gubernamental ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú, en el periodo estudiado?

Si, la actividad turística en el Perú ha sido realizada por el esfuerzo de algunos principalmente por el sector privado. El modelo turístico, por ejemplo, que se desarrolla en el cusco todavía fue diseñado como hace 50 años por gente visionaria que en ese momento lo veía como el típico City tour valle sagrado y Machu Picchu, con tres días de visita y daba por finalizado la visita. Machu Picchu por eso fue diseñado por un punto de ida y vuelta no se pensó en un circuito, pero hay que reconocer que hace no menos de 4 años el turismo se ha constituido en una prioridad de estado en una prioridad del gobierno y ahora el gobierno sí lo está considerando como tema prioritario para nuestro desarrollo. Lamentablemente gobiernos anteriores no le dieron el verdadero apoyo que ahora si se está dando. Hoy en día, ya es una política de estado y de desarrollo de la actividad turística.

- ¿Qué opina de los principales países que llegan al Perú?

Países limítrofes: El principal emisor de turistas es Chile, pero es un turismo que se estanca en Tacna, lo ideal sería que suban y conozcan un poco más de Perú. Con el objetivo en concreto de viajar por salud y compras. Ahora en Arica se ha inaugurado el centro comercial más grande de Chile a fin de que la gente no suba a Perú y se quede en ese lugar. Aún no se sabe si será un centro comercial que va ser libre de impuestos porque el tema de precios nos hace competitivos. El Perú todavía es barato. La calidad de atención en salud es buena calidad y precios bajos y por eso los chilenos van a Tacna.

EL segundo emisor es norteamericanos, también importante la presencia de mexicanos, también está creciendo un poco los canadienses y en Europa para nosotros son importantes los españoles, ingleses, franceses, italianos y alemanes. Y en el oriente medio los japoneses, después coreanos y pocos chinos. Es importante trabajar la oferta de acuerdo a esta demanda

mencionada. Es importante reconocer que de acuerdo al perfil del turista que nos visita en general nos visita un turista de un segmento académico alto. Mayormente gente profesional con maestría más del 50% que visita el Perú tiene maestría o doctorado y eso significa que el fuerte es el turismo cultural.

- ¿En qué medida usted cree que la gastronomía peruana ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú, en el periodo estudiado?

En mi perspectiva, dudo mucho que la gastronomía sea un factor que atraiga a un segmento de turistas al igual que el turismo de aventura. La gastronomía es un plus que tenemos en el Perú, ya que no creo que haya un señor que viaje 10 mil kilómetros y gaste 10 mil dólares para comer un ceviche. Se viene a visitar Machu Picchu, chan chan, Caral y adicionalmente disfruta de la mejor gastronomía que haya podido imaginarse. La diversificación de la oferta nos hace más competitivos, debido a que por ejemplo de 100 turistas que hacen turismo de aventura, yo considero que un 60% visita Machu Picchu y un 40% disfruta de turismo de aventura. Aquí se da un plus el producto principal y esa diversificación de la oferta nos hace más competitivos. Por ejemplo, Si voy al Perú voy a la selva, puedo hacer andinismo, puedo hacer cultura, tengo gastronomía. Nuestro potencial turístico es espectacular. Y esos elementos hacen que la gente vea al Perú como un turismo más interesante.

- ¿De qué manera usted considera que el Santuario Histórico Machu Picchu ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú en el periodo estudiado?

El santuario histórico si es un factor y es importante reflexionar que si nosotros hacemos un cruce tomando en consideración que el turista que más llega es profesional y este valora y aprecia la cultura. Y estos turistas aprecian la originalidad que no lo encontramos en otros países, por ejemplo, en México vemos las pirámides, restos arqueológicos espectaculares, pero no tienen la originalidad. Ellos (México) han restaurado, en cambio en el Perú la restauración es muy profesional y se respeta la originalidad y se respeta la tecnología ancestral. Si voy a otros lugares estoy viendo restauraciones, pero más que ello es una reparación, mientras que nosotros mostramos una originalidad incomparable. Por ello hicimos que el estudio de nivel de satisfacción de turismo y si se le pregunta si el santuario esta de acorde a sus expectativas más del 60% responde que está por encima de sus

expectativas. Ese es otro elemento que debemos explotar y que nos da mucha competitividad que es la originalidad de nuestro patrimonio cultural.

- ¿Cuál es el rol de Mincetur en la promoción del turismo?

MINCETUR: Nosotros nos encargamos del diseño de estrategias, políticas y estudios, investigaciones para la toma de decisiones y trabajamos en la artesanía. Reconocemos que el turismo es la actividad es una de las más articuladores de todos los sectores y dependemos de todos ellos. En Mincetur hemos generado dos espacios, uno de ellos la mesa ejecutiva de turismo donde participan todos los sectores y el sector privado a fin de identificar y resolver problemas temas vinculados al capital humano, la salubridad, impuestos, tax free. Y adicionalmente hemos implementado la mesa de conectividad, hemos sentado a todos los aeropuertos y empresas áreas para desarrollar temas de como ir mejorando nuestra conectividad area. Otro tema que es importante en el turismo es el riesgo por la informalidad, nosotros hemos implementado la estrategia de turismo seguro y trabajar en la inseguridad en sí (asaltos, corredores de seguro, etc). También contamos con la promoción de inversiones, turismo invierte, trabajamos en el diseño de circuitos a nivel nacional y la articulación con los artesanos mejorando sus niveles de competitividad.

II. Nombre del entrevistado: Marizoila Fontana

Puesto: DIRECTORA ACADÉMICA DE LA FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO EN UPC.

- Según su opinión, ¿cuáles considera que fueron los factores determinantes del desarrollo de la demanda turística en el Perú?

A inicios de los años 90 el país no podía salir de la crisis y no podía abrirse al mundo por la situación del terrorismo entonces nadie iba viajar al Perú y obviamente las cadenas internacionales no querían invertir en el Perú por el tema del terrorismo. La mayoría de las cadenas hoteleras han abierto en el país una vez se acabó con el terrorismo entonces eso es lo primero que se debe plantear sobre la situación socioeconómico social que estábamos viviendo. Una vez que paso esto (inestabilidad como país) y la economía del país empezó a mejorar y también los gobiernos empezaron a darle importancia es donde el país comienza a generar una situación de tranquilidad donde la situación invitaba a diferentes proyectos, organizaciones extranjeras y financieras optaron por apostar en el país. Por ejemplo, cadenas como telefónica, Saga, Ripley empresas grandes de hotelería como Marriot, todo esto recién empieza a darse por la situación de tranquilidad económica a nivel del país una vez que están empresas apuestan y también por lado del gobierno se apuesta por el turismo junto como la industria del servicio genera trabajo y sobre todo es un gran contribuidor de Pbi al país entonces esto hace que empiece a verse el Perú como país tranquilo porque puede verse la oferta por fuera una persona de Asia, EE.UU. que está acostumbrado viajar está esperando conocer no solamente conocer Machu Picchu entonces hay una cantidad de factores que se dan antes para llegar allí desde el avión, pasando aeropuerto, el transporte para llegar a un hotel decente, ya que en ese momento las cadenas hoteleras eran pequeñas, también se necesitaba el tema de provincias toda esta inversión a nivel de la industria del servicio es la que ha ayudado a que se genere este tema de boom de la hotelería entre los 90 a inicios de los 2000. El boom de la gastronomía empieza más tarde con un movimiento que genera sin querer Gastón Acurio, de alguna manera el influyo el que venga de estudiar del extranjero y tenga que se tenga más renombre y el boom se inicia en el 2007 y esto ayuda al turismo. De nada sirve el boom de la gastronomía, sin contar con buen hotel de calidad, sin un terrorismo, sin que la vayan a secuestrar entre el lapso de salir del aeropuerto e ir a su hotel.

Y obviamente esto va de la mano de una inversión nacional y extranjera y un N° de empresas han ayudado a que el tema de turismo mejore y estemos posicionados donde estamos ahora.

- ¿En qué medida usted cree que la gastronomía peruana ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú, en el periodo estudiado?

La gastronomía si ha influido en el turismo, pero a partir del 2008 porque antes de eso no se conocía mucho de la gastronomía del país y se conoce después de que las cadenas hoteleras invirtieran en el país. Bueno, a la gastronomía todavía le falta muchísimo, pero una de las cosas que más ha atraído a los turistas es el hecho es que el Perú ha sido reconocido y premiado como uno de los restaurante más importantes del mundo, es el mejor en Latinoamérica, el tema que han venido diferentes personas a hacer reportajes acerca de nuestra gastronomía y se pueda conocer en el mundo y eso hace que mucha gente venga y no se concentre solamente en Machu Picchu sino que también se muestre una oferta gastronómica entre los mejores del mundo. Es decir la gastronomía ha influido en el turismo, pero en los últimos años. Sin embargo, la gastronomía solo se ha concentrado en Lima, siempre lamentablemente tenemos un tema con la descentralización, ya que solo se concentra en desarrollar departamentos como Lima, Arequipa y Cusco, sin embargo en las demás provincias como Iquitos, Huaraz, etc el nivel de la gastronomía aún es pobre debido a que no se da una buena calidad de servicio. Lamentablemente el plato (comida) no es todo, no importa que sea el mejor del mundo, si no se da una buena atención, hay un conjunto de factores, por ejemplo, que hay toda una infraestructura, una logística detrás de ello y no se ha llegado en todo el Perú.

- ¿De qué manera usted considera que el Santuario Histórico Machu Picchu ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú en el periodo estudiado?

El santuario histórico de Machu Picchu si es un factor determinante, es lo primero que se conoce y lo más resaltante afuera. Definitivamente ha ayudado el tema de los accesos, por ejemplo, antes había solo un tren que lleve a la ruina, ahora hay 3, antes había un solo horario, etc. es todo un tema logístico que ha ayudado a que se pueda dar el turismo. Ahora hay hoteles

muy cerca de la ruina me refiero a Aguas Calientes, antes no se tenía protocolos para el ingreso a la ruina. Las políticas que se han dado para patrimonio culturales y naturales han ayudado a que se establezcan mejores controles. Por ello, es un factor histórico que va a ayudar siempre y ha sido el primer factor histórico. Es por ello que se debe mejorar no solamente Machu Picchu sino el turismo en Cusco para seguir creciendo en otros países el país.

- ¿De qué manera usted considera que el apoyo Gubernamental ha influenciado en el desarrollo de la demanda turística del Perú, en el periodo estudiado?

Si, el tema del apoyo del gobierno y de que haya un fondo de inversiones más grande para el turismo ha sido importante y ha ido mejorando en los últimos años, aunque todavía no es suficiente. El tema de las normas, políticas y regulaciones que se ha dado a través del ministerio de turismo y a nivel general ha influido. Por ejemplo, empezando por el número de personas que puedan ingresar a la ciudadela el tema que ya está regulado por el gobierno, los horarios, etc. de que haya un mejor cuidado, un mejor control ha ayudado a fomentar el turismo. El tema de los protocolos, donde un hay un guía calificado, que está controlado por el ministerio donde hay reglas, todo ello lo ha regulado el gobierno. Todos los comerciales que saca Promperú, Mincetur y no solo de Machu Picchu sino de mostrar toda la riqueza que se tiene en el país general si ha ayudado.

Anexo N°14 Gráficos de comportamiento y tendencias.

Anexo N°15 Pruebas de Normalidad

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Anexo N°16 Prueba de Autocorrelación por variable

Se evaluará la autocorrelación de las variables mediante el uso del correlograma.

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se aprecia que la correlación parcial de la variable demanda turística (LTUR) se encuentra dentro de la banda de confianza en todos los rezagos a excepción del rezago 1, lo que nos indica que la variable esta correlacionada con todos los rezagos a partir del segundo.

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

En el correlograma se aprecia que la correlación parcial de la variable PBI se encuentra dentro de la banda de confianza en todos los rezagos a excepción del rezago 1, lo que nos indica que la variable esta correlacionada con todos los rezagos a partir del segundo.

Date: 09/08/20 Time: 21:24
Sample: 1996 2018
Included observations: 138

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.904	0.904	115.30	0.000
		2	0.834	0.087	213.99	0.000
		3	0.764	-0.014	297.60	0.000
		4	0.684	-0.096	365.09	0.000
		5	0.627	0.068	422.24	0.000
		6	0.573	0.008	470.32	0.000
		7	0.521	-0.009	510.41	0.000
		8	0.477	-0.003	544.16	0.000
		9	0.431	-0.020	571.92	0.000
		10	0.401	0.066	596.21	0.000
		11	0.376	0.023	617.71	0.000
		12	0.354	0.016	636.95	0.000

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se aprecia que la correlación parcial de la variable Apertura Comercial (LAP) se encuentra dentro de la banda de confianza en todos los rezagos a excepción del rezago 1, lo que nos indica que la variable esta correlacionada con todos los rezagos a partir del segundo.

Date: 09/08/20 Time: 21:25
Sample: 1996 2018
Included observations: 138

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.813	0.813	93.170	0.000
		2	0.644	-0.048	152.13	0.000
		3	0.448	-0.182	180.87	0.000
		4	0.266	-0.099	191.10	0.000
		5	0.113	-0.047	192.96	0.000
		6	0.005	0.001	192.97	0.000
		7	-0.009	0.172	192.98	0.000
		8	-0.017	-0.026	193.02	0.000
		9	-0.016	-0.060	193.06	0.000
		10	-0.012	-0.026	193.08	0.000
		11	-0.008	-0.002	193.09	0.000
		12	-0.009	0.007	193.11	0.000

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se aprecia que la correlación parcial de la variable LTC se encuentra dentro de la banda de confianza en todos los rezagos a excepción del rezago 1, lo que nos indica que la variable está correlacionada con todos los rezagos a partir del segundo.

Anexo N°17 Gráfico de Dispersión Bivariados

Producto Bruto vs Turismo (LPIB vs LTUR)

Apertura Comercial vs Turismo (LAP vs LTUR)

Tipo de cambio vs Turismo (LTC vs LTUR)

Tipo de cambio vs Turismo (LTC vs LPIB)

Tipo de cambio vs Turismo (LTC vs LAP)

Fuente: elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Anexo N°18 Pruebas de Cointegración

Pedroni Residual Cointegration Test

Series: LTUR LPIB LTC LAP

Date: 09/08/20 Time: 22:03

Sample: 1996 2018

Included observations: 138

Cross-sections included: 6

Null Hypothesis: No cointegration

Trend assumption: No deterministic trend

Automatic lag length selection based on SIC with a max lag of 4

Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Alternative hypothesis: common AR coefs. (within-dimension)

	Statistic	Prob.	Weighted Statistic	Prob.
Panel v-Statistic	1.189789	0.1171	1.113823	0.1327
Panel rho-Statistic	-0.847668	0.1983	-0.876306	0.1904
Panel PP-Statistic	-2.829479	0.0023	-2.731543	0.0032
Panel ADF-Statistic	-2.842391	0.0022	-2.748945	0.0030

Alternative hypothesis: individual AR coefs. (between-dimension)

	Statistic	Prob.
Group rho-Statistic	-0.067183	0.4732
Group PP-Statistic	-2.936219	0.0017
Group ADF-Statistic	-2.877688	0.0020

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

De acuerdo al test residual de Pedroni se puede observar que de las 11 pruebas estadísticas 6 de probabilidad son significativas (menores que 0.05) lo que nos dice que podemos rechazar la hipótesis nula, lo que significa que nuestras variables están asociadas a largo plazo.

Se procede a verificar una segunda prueba de cointegración:

Pedroni Residual Cointegration Test
 Series: LTUR LPIB LTC LAP
 Date: 09/08/20 Time: 22:05
 Sample: 1996 2018
 Included observations: 138
 Cross-sections included: 6
 Null Hypothesis: No cointegration
 Trend assumption: Deterministic intercept and trend
 Automatic lag length selection based on SIC with a max lag of 3
 Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Alternative hypothesis: common AR coefs. (within-dimension)				
	Statistic	Prob.	Weighted Statistic	Prob.
Panel v-Statistic	3.833886	0.0001	2.492571	0.0063
Panel rho-Statistic	0.091701	0.5365	0.033168	0.5132
Panel PP-Statistic	-3.727499	0.0001	-2.994021	0.0014
Panel ADF-Statistic	-5.116493	0.0000	-3.726162	0.0001
Alternative hypothesis: individual AR coefs. (between-dimension)				
	Statistic	Prob.		
Group rho-Statistic	0.154961	0.5616		
Group PP-Statistic	-5.866640	0.0000		
Group ADF-Statistic	-6.238819	0.0000		

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se observa que 8 estadísticos de los 11 son significativos (menores que 0.05), por lo que podemos rechazar la hipótesis nula, sugiriendo la presencia de cointegración.

A continuación, el tercer test de cointegración:

Pedroni Residual Cointegration Test
 Series: LTUR LPIB LTC LAP
 Date: 09/08/20 Time: 22:06
 Sample: 1996 2018
 Included observations: 138
 Cross-sections included: 6
 Null Hypothesis: No cointegration
 Trend assumption: No deterministic intercept or trend
 Automatic lag length selection based on SIC with a max lag of 4
 Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

Alternative hypothesis: common AR coefs. (within-dimension)				
	Statistic	Prob.	Weighted Statistic	Prob.
Panel v-Statistic	-0.802128	0.7888	-0.955969	0.8305
Panel rho-Statistic	-0.037484	0.4850	-0.286934	0.3871
Panel PP-Statistic	-1.020094	0.1538	-1.707207	0.0439
Panel ADF-Statistic	-1.847403	0.0323	-2.593379	0.0048
Alternative hypothesis: individual AR coefs. (between-dimension)				
	Statistic	Prob.		
Group rho-Statistic	0.878146	0.8101		
Group PP-Statistic	-1.903828	0.0285		
Group ADF-Statistic	-3.384185	0.0004		

Se observa que la mayoría son no significativos siendo estos mayores que 0.05, por lo que se acepta la hipótesis nula.

Entonces podemos sostener de acuerdo a los resultados de los primeros tres test de Pedroni en la cual 2 de ellos se rechaza la hipótesis nula, es decir, que las variables siguen una asociación a largo plazo y que están cointegradas.

Ahora para sostener dicha hipótesis vamos a evaluarla con la prueba de Kao (Engel-Granger):

Kao Residual Cointegration Test
 Series: LTUR LPIB LTC LAP
 Date: 09/08/20 Time: 22:08
 Sample: 1996 2018
 Included observations: 138
 Null Hypothesis: No cointegration
 Trend assumption: No deterministic trend
 Automatic lag length selection based on SIC with a max lag of 5
 Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel

	t-Statistic	Prob.
ADF	-2.913618	0.0018
Residual variance	0.021909	
HAC variance	0.025767	

Augmented Dickey-Fuller Test Equation
 Dependent Variable: D(RESID)
 Method: Least Squares
 Date: 09/08/20 Time: 22:08
 Sample (adjusted): 1997 2018
 Included observations: 132 after adjustments

Fuente: Elaborado en EViews en base a procedimientos propios

Se aprecia que la probabilidad del estadístico es significativa (menor que 0.05), motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la cointegración de las variables.

Por tanto, de acuerdo a los test realizados se evidencia la cointegración, denotando una vinculación de largo plazo entre las variables bajo estudio. Por tanto, se concluye que el modelo de estimación de panel de datos debe ser dinámico y no estático.

Anexo N° 19 Prueba gráfica de heterocedasticidad

Se observa gráficamente que no existe vinculación entre la variable dependiente estimada y el cuadrado de los residuos, de modo que se descarta gráficamente la heterocedasticidad.

Mínimos cuadrados ordinarios para los Residuos al cuadrado:

Dependent Variable: RESIDCUAD2
 Method: Panel Least Squares
 Date: 09/10/20 Time: 22:00
 Sample (adjusted): 1998 2017
 Periods included: 20
 Cross-sections included: 6
 Total panel (balanced) observations: 120

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LTURF	-0.006255	0.004013	-1.558674	0.1218
C	0.106799	0.047738	2.237183	0.0272
R-squared	0.020173	Mean dependent var		0.032690
Adjusted R-squared	0.011870	S.D. dependent var		0.047150
S.E. of regression	0.046870	Akaike info criterion		-3.266361
Sum squared resid	0.259220	Schwarz criterion		-3.219903
Log likelihood	197.9817	Hannan-Quinn criter.		-3.247494
F-statistic	2.429464	Durbin-Watson stat		1.294086
Prob(F-statistic)	0.121752			

Con la ecuación previa se confirma a través del análisis del R cuadrado que no existe vínculo entre el cuadrado de los residuos de la estimación y la variable dependiente estimada, además de que el coeficiente asociado a LTUR (estimado) resultan ser no significativos pues su p valor 0.12 es mayor al nivel de significancia del 5%; descartando la presencia de heterocedasticidad.

Anexo N°20 Resumen de coeficientes

Individual deterministic and short-run coefficients							
	LTC	D(LPIB(1))	D(LAP(1))	D(LTC(1))	D(LPIB)	D(LAP)	D(LTC)
1	-0.678512	0.110826	0.684808	-0.597660	0.105961	-1.081789	0.626609
2	-0.293547	1.954905	0.205559	-2.184603	0.846387	-1.868548	0.436277
3	-0.470430	0.245185	-0.164229	-0.780416	-0.293387	-1.248572	0.111622
4	-0.290803	0.173568	1.139001	-0.379789	0.529374	-0.608709	0.266686
0	-1.049869	3.777078	-0.041493	-2.017298	-0.289342	1.016864	-0.445310
6	-0.617275	0.938226	0.351624	-0.085185	0.060829	-0.141484	0.461323

Finalmente se habilita la matriz resumen de coeficientes de corto plazo de las variables y para cada país bajo estudios donde se detallan los coeficientes de la variable determinística y de las primeras diferencias, que al estar en forma logarítmica pueden interpretarse como tasas de crecimiento de corto plazo.