

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ECONOMÍA



**VII PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL PARA EL EXAMEN DE
HABILITACIÓN PROFESIONAL EN ECONOMÍA**

**“DINÁMICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y EL PRODUCTO BRUTO INTERNO
DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA 2000 – 2017”**

TESINA PARA HABILITACIÓN PROFESIONAL

AUTOR: CORTEZ VARGAS, MARTÍN JESÚS

ASESOR: DR. RODRÍGUEZ OLAZO, ELMER WILLIAMS

CAJAMARCA – PERÚ

2019

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
Capítulo I: Marco contextual.....	5
1.1. Situación problemática	5
1.2. Planteamiento del problema.....	5
1.2.1. Detección del problema.....	5
1.2.2. Factores asociados.....	6
1.2.3. Datos que verifiquen dicho problema	7
1.2.4. Formulación del problema.....	7
1.2.4.1. Problema general	7
1.2.4.2. Problemas auxiliares	7
1.3. Justificación	7
1.3.1. Justificación teórico – científica y epistemológica	7
1.3.2. Justificación práctica – técnica	8
1.3.3. Justificación académica	9
1.3.4. Justificación personal	9
1.4. Objetivos de la investigación	9
1.4.1. Objetivo general.....	9
1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.5. Idea a defender	9
Capítulo II: Marco teórico.....	10
2.1. Antecedentes de la investigación	10
2.2. Bases teóricas.....	12
2.2.1. Sector turismo.....	12
2.2.1.1. Conceptualización del sector turismo	12
2.2.1.2. Escuelas que fundamentan el turismo.....	13
2.2.1.2.1. Escuela económica del turismo.....	13
2.2.1.2.2. Escuela humanística del turismo.....	13
2.2.1.2.3. Escuela sociológica del turismo.....	14
2.2.1.3. Enfoques básicos para el estudio del turismo.....	14
2.2.1.4. Elementos del turismo.....	16
2.2.1.4.1. Elementos indirectos	16
2.2.1.4.2. Elementos directos	16
2.2.1.5. Actividad turística.....	18

2.2.1.6. Formas de turismo	18
2.2.1.7. Importancia del turismo en la economía	20
2.2.2. Crecimiento económico.....	21
2.2.2.1. Conceptualización del crecimiento económico	21
2.2.2.2. Cronología de las teorías del crecimiento económico	21
2.2.2.3. Teorías del crecimiento regional	22
2.3. Definición de términos básicos	23
2.4. Idea a defender	24
Capítulo III: Marco metodológico	25
3.1. Tipo y nivel de investigación	25
3.2. Objeto de estudio.....	25
3.3. Unidades de análisis y unidades de observación	25
3.4. Diseño de la investigación	25
3.5. Población y muestra	26
3.6. Métodos generales de investigación.....	26
3.7. Métodos particulares de investigación	26
3.8. Técnicas e instrumentos de investigación	26
3.8.1. Técnicas e instrumentos de recopilación de información.....	26
3.8.2. Técnicas para el procesamiento de datos.....	27
3.8.3. Técnicas de análisis y discusión de resultados	27
Capítulo IV: Resultados y experiencias	28
4.1. Actividad turística en Cajamarca	28
4.2. Condiciones de la oferta turística de Cajamarca.....	30
4.3. PBI departamental de Cajamarca.....	33
4.4. Medición del nivel de incidencia de la actividad turística sobre el producto bruto interno del departamento de Cajamarca, 2000 – 2017	34
Conclusiones.....	42
Referencias bibliográficas	43

INTRODUCCIÓN

La presente tesina titulada “Dinámica de la actividad turística y el producto bruto interno del departamento de Cajamarca 2000 – 2017”, que será presentada ante un jurado calificador delegado por la Escuela Académico Profesional de Economía de la Universidad Nacional de Cajamarca, ha sido elaborada utilizando una metodología adecuada que ha permitido un desarrollo minucioso para cada uno de los capítulos del mismo.

Por lo tanto, se cree conveniente la siguiente estructura del trabajo:

El capítulo I contiene el marco conceptual, conformado por el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos, y la idea a defender.

El capítulo II desarrolla el marco teórico, conformado por los antecedentes, las bases teóricas, y la definición de términos básicos.

En el capítulo III se ha desarrollado la metodología correspondiente (tipo y nivel de investigación, objeto de estudio, unidades de análisis y de observación, diseño de investigación, población y muestra, métodos de investigación, y técnicas e instrumentos de investigación).

El capítulo IV presenta los resultados y experiencias, conformado por la evaluación de procedimientos empleados, discusión de posibles alcances del proyecto, y evidencias de resultados obtenidos.

Finalmente, se presentan las conclusiones pertinentes, y las referencias bibliográficas.

Capítulo I: Marco contextual

1.1. Situación problemática

El turismo es una actividad más que importante para los países en vías de desarrollo, así como en economías menos desarrolladas. Según la OMT (citado por Boza, 2006), el turismo asoma en economías con bajos niveles de renta, altos índices de desempleo, o bajo desarrollo industrial. Cajamarca, por tanto, considera al turismo como una actividad que promueve la actividad económica local en general, además de lograr la descentralización y promover tradiciones culturales. Sin embargo, Cajamarca no ha sabido explotar todos los recursos turísticos con los que cuenta, lo cual se suma al hecho de que la actividad turística mueve otros aspectos como el empleo, la infraestructura, o servicios básicos, lo que significa que estos aspectos tampoco se han dinamizado.

Para evidenciar la falta de inmersión en esta actividad, Boza (2006) indica que se han realizado más de 25 estudios y proyectos sobre el turismo en Cajamarca, pero ninguno ha llegado a cuantificar el impacto real de esta actividad.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es describir la dinámica de la actividad turística y del producto bruto interno en el periodo 2000 – 2017, con la finalidad de determinar la incidencia de esta actividad en el producto bruto interno del departamento de Cajamarca en el periodo seleccionado.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Detección del problema

El turismo es considerado una herramienta muy importante para el crecimiento y posible posterior desarrollo económico de los países. Es un sector capaz de dinamizar cada una de las actividades que giran en torno a su alrededor, lo que significa que un crecimiento del sector acarrea un crecimiento de las actividades relacionadas al mismo. Además, dado que es un sector que mueve millones de personas anualmente (OMT), el turismo es considerado como un sector generador de empleo y fuente importante de generador de ingresos para cada país. Esta característica del sector hace que su aportación al producto bruto interno, directa o indirectamente, sea de gran envergadura, concretizándose en un crecimiento económico que

brinde bienestar a la sociedad. Por lo anterior, se le otorga al sector turismo el nombre de “la industria sin chimeneas”.

La Organización Mundial del Turismo (UNWTO en sus siglas en inglés), indica que el turismo en el contexto internacional tiene una tendencia constante de crecimiento siempre con respecto al año anterior desde el año 1995, llegando a obtener ingresos de hasta 1.220.000 millones de dólares americanos en el año 2016, con excepción del año 2009 en el que se constató una caída del sector en aproximadamente un 4% (los ingresos pasaron de 936 millones de dólares americanos a 896 millones). En el año 2006, la WTTC (World Travel & Tourism Council) indica que la aportación del turismo al PBI mundial fue de 10.3%, lo cual no es referencia, pero si evidencia de la importancia del turismo en el PBI mundial. A esto, César y Arnáiz (2011) señalan que el crecimiento de la economía mundial del turismo es cuatro veces más rápido que el crecimiento de la economía mundial total.

1.2.2. Factores asociados

En el marco intercontinental, y según la clasificación de la OMT, Asia y Pacífico encabezan el crecimiento con un aumento de 9% en llegadas internacionales, seguida de África y las Américas con un aumento de 8% y 3% respectivamente; sin embargo, Europa sigue siendo considerado como el continente más visitado del mundo, con un aumento de 2%; mientras que en el Medio Oriente, la cantidad de llegadas cayeron hasta -4%. Los países con mayores llegadas internacionales desde el año 2015 siguen siendo Francia, Estados Unidos, España y China, aunque en cuanto a ingresos por turismo internacional China y Francia ocupen el cuarto y quinto puesto respectivamente, siendo Estados Unidos, España y Tailandia, que escaló desde el sexto puesto hasta el tercero, quienes encabezan esa lista.

En el Perú, el turismo es considerado como la tercera “industria” más grande de la nación detrás de la pesca y la minería, debido a que anualmente crece a un promedio de 25%, es decir, crece a un ritmo más rápido que cualquier otro país de América del Sur. Los mercados canadiense y estadounidense son considerados como potenciales para el turismo peruano, logrando la preferencia de 3 de los 8 destinos latinoamericanos más solicitados, los cuales son: Machu Picchu, a la par con Buenos Aires; Lima y Cusco. Por esto, el Perú es considerado como un destino atractivo creciente y popular, lo que nos obliga a expandir la oferta.

1.2.3. Datos que verifiquen dicho problema

Sin embargo, en lo que concierne a la dinamización que le da la actividad turística al producto bruto interno a nivel mundial o nacional, dista muy ampliamente de lo que ocurre a nivel local. A pesar de que la riqueza cultural, arqueológica, folclórica y natural del departamento de Cajamarca es amplia y diversa, no ha sido suficiente para el crecimiento del sector turismo ni de los sectores que lo rodean. Boza (2006) evidenció esto indicando que Cajamarca ocupa el undécimo lugar en la captación de turistas internos, es decir, que solo capta el 2.3% del total de arribos que se producen en el país, siendo superada por departamentos como La Libertad, Piura, Lambayeque, entre otros; y con una participación de arribos de turistas internacionales de 0.62%, ubicándose en el décimo tercer lugar a nivel nacional.

1.2.4. Formulación del problema

1.2.4.1. Problema general

¿Cuál es la incidencia de la actividad turística en el producto bruto interno del departamento de Cajamarca en el periodo 2000 – 2017?

1.2.4.2. Problemas auxiliares

- a. ¿Cómo ha evolucionado la actividad turística en el departamento de Cajamarca en el periodo 2000 – 2017?
- b. ¿Cuál ha sido la dinámica del producto bruto interno del departamento de Cajamarca en el periodo de estudio?
- c. ¿En qué medida la actividad turística ayuda a dinamizar al producto bruto interno del departamento de Cajamarca?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórico – científica y epistemológica

El concepto de turismo ha estado presente desde el siglo XIX, siempre considerándosele como una actividad que envolvía el ocio, descanso, cultura y hasta negocios. Sin embargo, no es hasta el año 1963, durante la conferencia de las Naciones Unidas sobre

viajes y turismo internacional, en que se reconoce al turismo como un factor importante en las economías nacionales. La presente investigación se sustentará en la escuela económica de la mano con el enfoque económico, que considera al turismo como un sector capaz de dinamizar la economía por un aumento en el gasto debido a un aumento del número de turistas, que además logrará un mayor ingreso de divisas, impulsar la actividad comercial, e incrementar el ingreso nacional; además, al analizar la variable producto bruto interno, se considerará el enfoque de la producción como enfoque que calcula el PBI junto con la teoría de la base económica o de exportación, teoría de crecimiento regional que centra su análisis en la determinación del ingreso de las regiones para su crecimiento a partir del crecimiento de las actividades básicas y no básicas del departamento.

La justificación epistemológica del estudio está relacionada con el enfoque positivista por ser un sistema hipotético-deductivo o también llamado científico-naturalista, racionalista-cuantitativo, científico-tecnológico y sistemático-gerencial. Para Martínez (2013), este sistema busca las causas de los fenómenos sociales independientemente de los estados subjetivos de los individuos, tomando en cuenta la verificabilidad de los hechos, premisa importante en el paradigma positivista. Entonces, al aplicar el enfoque hipotético-deductivo a las ciencias sociales se busca que estas se conviertan en un conocimiento comprobable, basando la credibilidad científica en la validez de los hechos. Por tanto, al caracterizar al presente estudio como un sistema racionalista-cuantitativo, se pretende un conocimiento de la actividad turística y el PBI que en su cuantificación y análisis para determinar la naturaleza del problema y responder las interrogantes planteadas.

1.3.2. Justificación práctica – técnica

El presente estudio puede ser categorizado como original y novedoso gracias a las teorías, enfoques y métodos que se utilizarán en el mismo. El motivo por el que se seleccionó el objeto de estudio fue porque se identificó una actividad (turística) que juega un papel muy importante en el producto bruto interno de otras economías mas no en la nuestra, por lo que describir la dinámica de dicha actividad y determinar su incidencia en el producto bruto interno del departamento de Cajamarca en el periodo 2000 - 2017 constituye el objetivo central del estudio. Los resultados se pondrán a disposición de las autoridades relacionadas al

objeto de estudio, quienes serán los que tomen las decisiones más adecuadas para revertir el problema en favor de un mejor aprovechamiento de esta actividad.

1.3.3. Justificación académica

Se realiza la presente investigación en concordancia con el artículo 7° - Capítulo III del Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Académico Profesional de Economía de la Universidad Nacional de Cajamarca para la obtención del Título Profesional de Economista.

1.3.4. Justificación personal

Se realiza la presente investigación ya que el investigador se encuentra capacitado, motivado e imbuido del espíritu científico para materializar esta iniciativa.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Establecer la incidencia de la actividad turística en el producto bruto interno del departamento de Cajamarca en el periodo 2000 – 2017.

1.4.2. Objetivos específicos

- a. Caracterizar la evolución de la actividad turística en el departamento de Cajamarca en el periodo 2000 – 2017.
- b. Analizar la dinámica del producto bruto interno del departamento de Cajamarca en el periodo de estudio.
- c. Determinar en qué medida la actividad turística ayuda a dinamizar el producto bruto interno del departamento de Cajamarca.

1.5. Idea a defender

La actividad turística ha tenido una incidencia positiva débil en el producto bruto interno del departamento de Cajamarca entre 2000 – 2017.

Capítulo II: Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

A. INTERNACIONALES

Lamboggia (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso de Ecuador*. Tesis para obtener el título de maestría en economía y gestión empresarial. El objetivo principal de la investigación fue determinar el efecto del turismo de América Latina y del Ecuador en su crecimiento económico así como los factores determinantes del mismo. Las conclusiones más relevantes de esta investigación son: al analizar la relación de los ingresos del turismo con el crecimiento económico de América Latina se encontró que los mismos a pesar de tener un efecto positivo en el crecimiento económico, no tienen significancia estadística, lo que muestra que las economías latinoamericanas basan su crecimiento en sectores diferentes al turismo; para el caso de Ecuador se encontró que los ingresos generados por el turismo tienen significancia estadística en el crecimiento económico y un efecto positivo en el mismo.

Altimira y Muñoz (2007). *El turismo como motor de crecimiento económico*. Artículo presentado por el Real Centro Universitario “Escorial – María Cristina”. Los autores realizan un análisis del turismo como base teórica para explicar su incidencia en el crecimiento económico de un país dentro de una economía globalizada, enfatizando las etapas del desarrollo sostenible para un destino turístico y, mediante la proposición del modelo de Porter para evaluar la competitividad del sector turístico, se llega a la conclusión de que las capacidades del turismo para generar crecimiento económico en un país dependen del nivel de competitividad de dicho país y específicamente del sector.

B. NACIONALES

Gonzales y Huanca (2018). *Impacto de la actividad turística en el crecimiento de la economía regional de Cusco, 2000 – 2015*. Tesis para optar el título profesional de economista. El objetivo general de esta investigación fue determinar el impacto de la actividad turística en el crecimiento económico de la región del Cusco 2000 – 2015. Las conclusiones más relevantes de esta investigación son: la actividad receptiva en el Perú refleja el dinamismo que se presenta a nivel global, por lo que en el Cusco el crecimiento de la actividad turística se

ha visto reforzada por la declaración de Machu Picchu como una de las maravillas del mundo moderno; la actividad turística tiene un impacto positivo en distintos sectores económicos que se refleja en el PBI de Cusco, logrando un crecimiento sostenido del turismo.

Ccahuana y Valderrama (2015). *El sector turismo y su impacto en el crecimiento económico de la región Cusco, durante el periodo 2000 – 2014*. Tesis para optar el título profesional de economista. El objetivo general de esta investigación fue determinar y explicar el efecto del turismo sobre el crecimiento económico, el empleo y la pobreza de la región Cusco, así como los lineamientos de política económica orientados al sector durante el periodo 2000 – 2014. Las conclusiones más relevantes de esta investigación son: el sector turismo se ha consolidado a nivel nacional y específicamente en Cusco, como un elemento fundamental de crecimiento que trae consigo el desarrollo de la economía; existe muy poca coordinación entre las instituciones encargadas a la promoción del turismo, lo cual no genera incentivos para los inversionistas privados nacionales, limitando de esta forma que el crecimiento del sector se vea reflejado en el desarrollo de la región.

Delgado (2015). *El turismo receptivo y su aporte al crecimiento económico en la región La Libertad periodo: 2005 - 2014*. Tesis para optar el título profesional de economista. El objetivo general de esta investigación fue analizar si el turismo receptivo aporta en el crecimiento económico de la región La Libertad: 2005 – 2014. La conclusión más relevante de esta investigación es: al realizar el análisis, en lo que respecta al aporte de ingresos generados por el turismo receptivo sobre el crecimiento económico liberteño en el periodo seleccionado, se concluye que el turismo receptivo no aporta significativamente al crecimiento económico de la región La Libertad en el periodo 2005 – 2014.

C. LOCALES

Collao (2015). *Dinámica del sector turismo en la provincia de Cajamarca 2000 – 2013: Estrategias de mejora*. Tesis para optar el Título Profesional de Economista. Emplea el método deductivo - inductivo, analítico – sintético, histórico. El objetivo general de la tesis fue describir la dinámica de la actividad turística en la provincia de Cajamarca en el periodo 2000 – 2013 relacionada con sus recursos turísticos, naturales, históricos y culturales como una alternativa de crecimiento y desarrollo del sector; con el propósito de diseñar estrategias de mejora. Las conclusiones más relevantes de esta investigación son: el desarrollo de la

actividad turística en la provincia de Cajamarca tiene algunas deficiencias, ya que se puede evidenciar que la tasa promedio anual en el periodo 2000 – 2013, del total de arribos a la provincia de Cajamarca es de 3.3%, donde se incluye una tasa promedio anual de turistas nacionales en el mismo periodo de 4.7% y una tasa promedio de turistas extranjeros de 4.28%; la provincia de Cajamarca dispone de una serie de recursos naturales, arquitectónicos, históricos, culturales, costumbristas, ferias y comidas, que deben ser bien explotadas para dinamizar la actividad turística, no sólo de la provincia sino de toda la región.

Chalán (2014). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla, provincia de Cajamarca 2014*. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración. Emplea el método inductivo, deductivo, analítico – sintético. El objetivo principal de esta investigación fue formular un Plan Estratégico para su posterior implementación, con la finalidad de impulsar el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el distrito de Chetilla. Las conclusiones más relevantes de esta investigación son: el potencial turístico de Chetilla determinado a través de entrevistas directas a los pobladores, es diverso, pues cuenta con recursos naturales, paisajísticos, arqueológicos y en especial que mantienen la cultura de la zona, costumbres, fiestas y tradiciones pese a la influencia moderna, intactas; la formulación del Plan Estratégico y su implementación con respecto al Turismo Rural comunitario en el distrito de Chetilla, servirá como herramienta para la creación de una fuente de desarrollo para este pueblo, haciendo partícipes a los pobladores del desarrollo de su distrito, el crecimiento personal y familiar de cada uno de ellos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Sector turismo

2.2.1.1. Conceptualización del sector turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de una persona o grupo de personas de su lugar habitual (OMT, 1998)* y permanente de residencia, hacia otro lugar de manera temporal, voluntaria y sin finalidad de buscar trabajo en el lugar visitado.

* “El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente”.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el turismo desde la perspectiva de la oferta, constituye un conjunto de actividades económicas que producen y proveen bienes y servicios a los visitantes durante su estancia en el país. Asimismo, desde la perspectiva de la demanda, el turismo consta de una serie de productos que adquieren los visitantes, dando lugar al análisis del consumo turístico según formas de turismo como el receptivo o interno.

Padilla, O. (1997) define al turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultural o salud, se trasladan de su entorno habitual a otro lugar en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada.

De modo particular, el turismo es un fenómeno que se suscita por el desplazamiento, voluntario y sin fines de lucro, de una persona a una zona distinta de su habitual, y que genera un mercado en el que interactúan los llamados turistas y los que trabajan en el sector.

2.2.1.2. Escuelas que fundamentan el turismo

2.2.1.2.1. Escuela económica del turismo

Se entiende al turismo como un hecho de naturaleza económica, es decir, como un producto. Son 2 los precursores de esta escuela:

– Luis Fernández Fuster, que indica que el turismo es un fenómeno importante para las economías de los países debido a sus efectos multiplicadores. (Recuperado de: <https://ehdt.wordpress.com/evolucion-historica-del-concepto-turismo/>)

– Luis Figuerola Palomo, que indica que el turismo estimula directa e indirectamente a otros sectores productivos y es un gran generador de divisas que garantiza grandes aportes para el producto bruto interno del país y para la balanza de pagos. (Ídem)

2.2.1.2.2. Escuela humanística del turismo

Para esta escuela, el turismo es esencialmente un hecho humano que no busca resultados económicos, sino que se basa en la utilización de atractivos turísticos para su recreación y descanso. Esta escuela tiene 3 autores considerados representantes de la misma:

– Alberto Sessa (1972), indica que el turismo es un fenómeno que tiene al ser humano como centro, ya que es más importante una relación entre personas que entre

mercancías. (Recuperado de: <https://ehdt.wordpress.com/evolucion-historica-del-concepto-turismo/>)

– Jean Médecin (1967), define al turismo como una actividad de ocio que consiste en viajar para distraerse, reposar y enriquecer la experiencia y cultura, gracias al escenario de una naturaleza desconocida. (Ídem)

– Luis Baldión (1976), sostiene que el turismo es un hecho humano antes que un hecho económico. (Ídem)

2.2.1.2.3. Escuela sociológica del turismo

Para esta escuela, lo que se da del turismo no son solo hechos humanos, sino relaciones de índole social o una relación de grupos sociales. Por esto es que en 1978, la Asociación Internacional de Expertos Científicos en el Turismo define al turismo como un hecho social humano, económico y cultural irreversible. 2 autores defienden esta escuela:

– Alfonso Flórez Esparrogoza (Colombia, 1979) en su libro Derecho Turístico Colombiano, indica que el turismo es un hecho de la humanidad, producto de la relación humana, previo a cualquier consideración técnica o lucrativa que pueda agregársele. (Recuperado de: <https://ehdt.wordpress.com/evolucion-historica-del-concepto-turismo/>)

– Eloy Ybañez Bueno (España) señala que antes de 1980, el turismo era interpretado como un hecho económico debido a la necesidad de obtener divisas necesarias para el desarrollo de su país debido al aislamiento producto del régimen Franquista; y a partir de 1980 es cuando se intenta establecer una relación social en donde tanto visitantes como receptores se beneficien de ella. (Ídem)

2.2.1.3. Enfoques básicos para el estudio del turismo

McIntosh (2002) indica que el estudio del turismo se enfoca por medio de diversos métodos, los mismos que se han usado en diversos ámbitos y en diferentes circunstancias de acuerdo a los medios y recursos de cada zona geográfica de las naciones.

a) **Enfoque institucional:** Considera a diversos intermediarios e instituciones (principalmente agencias de viaje) que realizan actividades relacionadas con el turismo. Este enfoque investiga acerca de la organización, métodos de operación, problemas directos y colaterales, costos y el papel que desempeñan los agentes de viajes que actúan en

representación del cliente, comprando servicios de diferente naturaleza, desde pasajes, servicio de hospedaje, hasta servicio de guías de turismo para aprovechar los circuitos existentes.

b) **Enfoque del producto:** Estudia los productos turísticos y la forma cómo se producen, cómo se comercializan y cómo se consumen.

c) **Enfoque histórico:** Comprende un análisis de cómo ha evolucionado el turismo (innovaciones, crecimiento o disminución).

d) **Enfoque administrativo:** Enfoque orientado al ámbito microeconómico y centra su atención en las actividades administrativas necesarias para dirigir una empresa turística, considerando la investigación, planeación, organización, ejecución, control, fijación de precios, publicidad, canales de comercialización, entre otras.

e) **Enfoque económico:** Este enfoque es útil porque proporciona un marco de referencia para analizar el turismo y sus contribuciones a la economía local, regional, nacional y mundial y al desarrollo económico de sus ámbitos de influencia. Los economistas relacionan a la actividad turística con la oferta, demanda, balanza de pagos, generación de divisas, empleo, crecimiento económico, desarrollo económico, efectos multiplicadores y otras variables económicas. Sin embargo, su principal desventaja es que no se le da la atención adecuada a enfoques de naturaleza ambiental, cultural y antropológica por ejemplo.

f) **Enfoque sociológico:** Enfoque relacionado con la conducta turística del individuo(s) y el efecto de la actividad turística en la sociedad. Este enfoque permite examinar las clases sociales, hábitos, costumbres y estatus de los visitantes y anfitriones.

g) **Enfoque geográfico:** Los geógrafos relacionan al turismo con los aspectos espaciales: ubicación geográfica de las áreas turísticas, ambiente, clima y paisaje.

h) **Enfoques interdisciplinarios:** La actividad turística abarca todos los aspectos de la sociedad, como por ejemplo el comportamiento de las personas y sus razones de viaje (enfoque psicológico), o un enfoque antropológico, para estudiar el turismo cultural.

i) **Enfoque de sistemas:** Integra a los 8 enfoques en un método completo que trata temas tanto a nivel micro como a nivel macro. Puede examinar el ambiente competitivo de la empresa turística, su mercado, sus resultados, sus vínculos con otras instituciones, al consumidor y a la interacción de la firma con el consumidor. Además, el sistema puede examinar todo el sistema turístico de un país, estado o área y la forma como funciona en el interior y la relación que guarda con otros sistemas, como legal, político, económico y social.

2.2.1.4. Elementos del turismo

Padilla, O. (1997), indica que la actividad turística está conformada por elementos indirectos y directos que son necesarios para su pleno desarrollo:

2.2.1.4.1. Elementos indirectos

a. Estructurales (Oferta)

Conjunto de obras y servicios que contribuyen a promover el desarrollo socioeconómico en general. Dentro de estos tenemos las vías de comunicación y de transporte, los servicios públicos generales, las industrias conexas, entre otros.

b. Dinámicos (Demanda)

Corriente turística potencial, es el conjunto de personas que participan, en distinto grado, de ciertas características previas a todo desplazamiento turístico. Incluye aspectos socioeconómicos como disposición y predisposición al desplazamiento, el tiempo disponible para vacacionar y la capacidad económica para enfrentar los costos del desplazamiento.

2.2.1.4.2. Elementos directos

a. Estructurales (Oferta)

Son todos los bienes y servicios con los que cuenta la nación, región o localidad, son:

- Recursos turísticos*, involucra a los recursos naturales y socio culturales.
- Servicios turísticos estos pueden ser generales o específicos como: agencias de viaje, alojamiento, alimentación, transporte, recreación, servicios bancarios, comercio especializado, servicios financieros y de seguros.

b. Dinámicos (Demanda)

Corriente turística efectiva, desplazamiento turístico que obedece a razones sociales generales (promoción turística de un país, región o localidad por parte de compañías o empresas estatales y/o particulares), y específicas (promoción de un atractivo turístico en

* Según Ley N° 29408 – Ley General del Turismo, Anexo N°2 Glosario, puntos 2 y 6, el recurso turístico puede convertirse en atractivo turístico siempre que cuente con instalaciones turísticas de calidad; asimismo, a la unión del atractivo turístico, la planta turística y la infraestructura, se le denomina producto turístico.

particular o un servicio turístico concreto). Los aspectos más importantes que se tendrán en cuenta para su análisis son: sus razones, su volumen, su gasto, su estancia, temporalidad; su origen y destino (corriente turística interna o nacional y corriente turística internacional).

Por otro lado, otros autores hacen referencia a la oferta y la demanda como elementos del turismo, cada una con sus respectivos componentes.

A. Oferta turística y sus componentes

– La Estructura o Planta Turística, es el equipo receptor (hoteles, agencias de viajes, transportes, espectáculos, guías-intérpretes), los cuales deben de ser habilitados por el núcleo receptor con el fin de atender a las corrientes turísticas que lleguen.

– La Infraestructura, es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para promover el desarrollo socio-económico en general; el desarrollo turístico de una localidad determinada dependerá en gran parte de la existencia de obras como: vías de acceso, transporte, carreteras, aeropuertos, instalaciones de luz, de agua y desagüe, de teléfono y servicios generales como asistencias médicas, bancos, correo, etc.

– El Recurso Turístico, todo elemento capaz de motivar corrientes turísticas, es decir, son valores turísticos que posee un país y que son factibles de explotarse turísticamente.

B. Demanda turística, tipos y componentes

Existen dos tipos de demandas:

– Corriente Turística Potencial: (*ver definición en inciso b del punto 2.2.1.4.1.*). El grado de intensidad en que se presentan los 3 aspectos señalados hace que la corriente turística potencial esté formada por 2 clases de individuos:

a. Las personas con tendencia al desplazamiento temporal, que forman la corriente turística potencial inmediata, poseen considerable grado de disposición a conocer nuevos lugares, tiempo excedente que utiliza como prefiere y solvencia económica suficiente.

b. Las personas sin tendencia al desplazamiento temporal, integrantes de la corriente turística potencial mediata, poseen un reducido grado de disposición, tiempo libre y recursos económicos. Requiere de una actividad promocional estructurada: publicidad especializada, ofertas en precio y ventajas adicionales.

– Corriente Turística Efectiva: (*ver definición en inciso b del punto 2.2.1.4.2.*).

2.2.1.5. Actividad turística

Según Mincetur, una actividad turística es aquella que se deriva de la interrelación entre el turista, los vendedores del servicio turístico y el Estado como agente facilitador de dicha actividad; esta actividad la realiza el turista en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año.

2.2.1.6. Formas de turismo

Según Mincetur toda actividad debe adecuarse a la coyuntura actual, es por eso que nuevas formas de turismo se han desarrollado a través de los años y tienen la particularidad de llevarse a cabo en zonas no urbanas, presentando un nuevo tipo de turista: joven, activo, y con sensibilidad ambiental y ecológica. Dentro de las formas de turismo, se debe tener en cuenta las actividades que se espera desarrollar en la estancia en el lugar:

Tabla 1

Actividades turísticas

Caminata/Trekking	Pesca deportiva	Visitar comunidades nativas/rurales
Campamento/Camping	Remo	Paseos en yate, bote, lancha o canoa
Montañismo/Climbing	Puenting	Paseos en caballito de totora
Escalada en roca	Snowboard	Navegación en cruceros
Escala en hielo	Vela - Windsurf	Paseos en pedalonos
Sky sobre hielo	Surf/Tabla hawaiana	Paseos en caballo
Sky acuático	Canoping	Participación de fiestas religiosas
Espeleísmo/descenso a cavernas	Paracaidismo	Fotografía profesional
Sandboard	Ala delta/Parapente	Estudios e investigación
Motocross	Sobrevuelo en aeronave	Participación de eventos
Pesca de altura	Degustación de platos típicos	Observación de la naturaleza
Pesca submarina	Rituales místicos/Chamanismo	Observación de flora/fauna
Buceo/Scubadiving	Muestras de danzas y bailes típicos	Observación de aves
Canotaje/Rafting	Visitar sitios arqueológicos	Observación del paisaje
Ciclismo de montaña/Bikking	Compra de artesanías	Observación de estrellas
Kayac	Visitar iglesias/conventos	Natación
Motonáutica	Visitar museos	Visitar inmuebles históricos

Fuente: MINCETUR – DNDT – Elaboración propia

Según Ivanova, A. e Ibañez, R. (2012), el turismo puede ser de 2 formas: turismo tradicional y turismo no tradicional o alternativo, siendo el último quien a su vez se divide en turismo cultural, vivencial, rural, ecoturismo y de aventura.

– **Turismo tradicional:** Forma de turismo que está ligada principalmente al turismo masivo y al desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Este tipo de turismo involucra a turistas con hábitos consumistas, es decir que demandan servicios sofisticados y cuyas motivaciones están ligadas a cuatro rubros: recreación, descanso, cultura y salud. Las actividades que caracterizan a este tipo de turismo son la visita a playas y grandes destinos turísticos o ciudades de atractivo cultural situadas en grandes ciudades.

– **Turismo no tradicional o alternativo:** Nueva práctica de turismo que tiene como objetivo involucrar a los turistas en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Esta forma de turismo está conformada de la siguiente manera:

a. **Turismo cultural:** Turismo que se realiza con el deseo de adentrarse en otras culturas y acercarse a sus identidades. Tiene como objetivo el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural (monumentos, arquitectura popular, etnia, folklore, costumbres y tradiciones, festividades, literatura, gastronomía e industria).

b. **Turismo vivencial:** Turismo que tiene como particularidad que familias dedicadas a actividades agropecuarias, artesanales y demás actividades que se desarrollen en el ámbito rural, abran sus casas para alojar al visitante.

c. **Turismo rural:** Turismo que se realiza en zonas no urbanas y que permite al viajero estar en un ambiente lejos de la ciudad e internarse en los núcleos rurales mediante la práctica de actividades como senderismo, rutas en bicicleta, contemplación de paisajes, hasta labores de tierra (agroturismo).

d. **Ecoturismo:** Modalidad turística ambientalmente responsable que consiste en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí.

e. **Turismo de aventura:** Turismo que tiene a los deportes de riesgo al aire libre como actividad principal. Normalmente esta forma de turismo se practica en destinos poco comunes, exóticos, remotos o silvestres, con rutas que presenten un entorno natural atractivo y un grado de dificultad acorde a las aptitudes de los turistas.

Según Boullón, R. (1990) (citado por Ibáñez, R. y Cabrera C. 2011), existen dos formas de turismo:

– **Turismo receptivo:** Turismo que se produce en un país cuando llegan visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado. La permanencia debe ser igual o superior a las 24 horas y cuya finalidad del viaje es de estudio, de salud o de trabajo, siempre y cuando en este último caso, el empleo sea temporal.

– **Turismo interno:** Turismo que indica el uso y consumo de servicios turísticos realizado por los residentes nacionales, fuera de su domicilio habitual pero dentro del territorio nacional por un plazo mayor de 24 horas pero menor de 90 días. Los fines pueden ser diversos pero sin participar en el mercado laboral del lugar.

2.2.1.7. Importancia del turismo en la economía

El capitalismo global tiene como misión su expansión permanente, es decir su búsqueda de ampliar el mercado mundial, el control de la economía y el cambio en las estructuras sociales, que representan una característica clara del proceso de globalización. En este marco, se considera al turismo como parte del modelo capitalista capaz de transferir capitales de cualquier parte del mundo a regiones donde las condiciones para la obtención de la máxima utilidad se encuentren garantizadas, siendo por lo tanto un vehículo para la inserción de estas regiones en los circuitos globales.

Brida, J. et. al. (2008) definen cuán importante es el turismo desde el punto de vista económico, por ser una de las actividades más dinámicas del capitalismo global y de mucha jerarquía por su impacto económico positivo, especialmente sobre la redistribución de la renta, la balanza de pagos, el nivel de empleo, el PBI y economías regionales.

Dritsakis (2000) da a conocer la existencia de otros beneficios que el turismo genera como el crecimiento del sector empresarial, debido a que es necesario satisfacer la demanda creada por la expansión del turismo, impulsando la actividad comercial y los diferentes

sectores de servicios relacionados con el turismo, generando más fuentes de empleo, lo que contribuiría a que la tendencia a emigrar disminuya. Por otra parte, el desarrollo del turismo incrementa el ingreso total del país e ingresos de la PEA empleada en las empresas turísticas, así como de aquellas que trabajan en empresas cuyo negocio gira en torno al turismo, generando un efecto multiplicador en la demanda de los bienes y servicios ligados al turismo.

Rogerson (2008) (citado por Lamboggia, J. 2014) diferencia a la industria del turismo de la economía del turismo; en la industria del turismo hay actividades como transporte, hotelería, servicio de comida, recreación y otros servicios de viaje; y la economía del turismo envuelve a actividades como servicios básicos, promoción turística, desarrollo de resorts, etc.

2.2.2. Crecimiento económico

2.2.2.1. Conceptualización del crecimiento económico

Castillo (2011) indica que el crecimiento económico es una expansión de la economía de un país. Según los usos convencionales, el crecimiento económico se mide como el aumento porcentual del producto interno bruto (PBI) en un año. Puede darse de dos maneras: extensiva, utilizando más recursos de capital físico o humano, o intensiva, usando la misma cantidad de recursos con mayor eficiencia (en forma más productiva).

Jiménez (2011), indica que el crecimiento económico es la rama de la economía que se centra en el análisis de la evolución del producto potencial de las economías en el largo plazo, con especial atención en las causas y determinantes del crecimiento.

2.2.2.2. Cronología de las teorías del crecimiento económico

Economistas como Adam Smith (1776), Thomas Malthus (1798) y David Ricardo (1817) presentaron ideas básicas que se encuentran en las teorías modernas del crecimiento económico. Asimismo, se agregan a estas ideas las de Frank Ramsey (1928), Allyn Young (1928), Joseph Schumpeter (1934) y Frank Knight (1944): “[...] *los enfoques básicos de la dinámica del comportamiento competitivo y del equilibrio, el papel de los rendimientos decrecientes y su relación con la acumulación de capital físico y humano, la interacción entre la renta per cápita y la tasa de crecimiento de la población, los efectos del avance tecnológico que se presentan en forma de aumento de la especialización del trabajo y de invenciones de*

nuevos bienes y métodos de producción, y el papel del poder monopolístico como incentivo del avance tecnológico". (Barro, 2009: 15).

Los siguientes aportes fueron los de Solow y Swan (1956), cuyas teorías son consideradas como el inicio de las teorías neoclásicas del crecimiento económico y que indican que el principal factor del crecimiento económico es el cambio tecnológico.

En 1971, Corden extiende los modelos neoclásicos al incluir el sector externo dentro del modelo, con lo cual esta situación de apertura de cada uno de los países al mercado internacional promueve más aun la situación de convergencia planteada por Solow en 1956.

Paul Romer (1986) y Robert Lucas (1988), partiendo de ideas neoclásicas del crecimiento a largo plazo, se diferencian de las hipótesis consideradas por las corrientes neoclásicas y proponen que el crecimiento a largo plazo es generado por variables que están dentro del mismo modelo, llamándose teorías de crecimiento endógeno. Estas nuevas teorías cuestionan la exogeneidad del cambio tecnológico y plantean que la tasa de crecimiento a largo plazo puede ser positiva y particular de cada país debido al no cumplimiento del supuesto de rendimientos marginales decrecientes precisamente por la consideración del progreso técnico como una variable endógena al sistema económico de los países.

2.2.2.3. Teorías del crecimiento regional

a. Teoría neoclásica del crecimiento: Teoría que surge de trabajos de Harrod (1939), Solow (1956) y Swan (1956). Este modelo busca entender a la economía como un conjunto y el crecimiento regional. El modelo supone rendimientos decrecientes a escala y un mercado de competencia perfecta. Una idea central de esta teoría es que la acumulación de capital, el crecimiento de la población y el progreso tecnológico son los determinantes del crecimiento. (Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/859/85903008.pdf>)

b. Teoría del crecimiento endógeno (nueva teoría del crecimiento): Surge debido a que la teoría neoclásica no pudo explicar el crecimiento a largo plazo. Esta teoría acaba con el supuesto de rendimientos decrecientes e incorpora la tecnología como una variable endógena, lo que sumado a la aparición de externalidades serán importantes para la comprensión del crecimiento de la economía como para el análisis regional. (Ídem)

c. Teoría de la demanda y el multiplicador regional: Centra su análisis en la determinación del ingreso de las regiones tomando en cuenta los componentes de la demanda. Considerado modelo Keynesiano para la economía regional. Chisholm (1990) (citado por Gutiérrez, L. 2006) indica que Keynes no puso atención a los problemas regionales; sin embargo, su modelo ha servido de base para el desarrollo de otras teorías que contienen al análisis territorial. Esta teoría parte del supuesto de que una inyección de inversión en la economía regional tiene un impacto directo en el empleo y en el ingreso de la región. (Ídem)

d. Teoría de la base de exportación (teoría de la base económica): Indica que el dinamizador para el crecimiento de una región es la demanda de bienes exportables. North, D. (1970) (citado por Gutiérrez 2006) tenía la idea de que llegado un determinado momento las regiones se especializaban productivamente de tal forma que les permiten exportar bienes y servicios a otras regiones, logrando de esa forma su crecimiento; todo esto bajo el supuesto, según Richardson 1977 (citado por Gutiérrez 2006), de una economía regional abierta y de modelos de demanda nacional cambiantes en el crecimiento regional. Esta teoría distingue entre actividades básicas (actividades que producen bienes y servicios de exportación, es decir, atraen recursos monetarios de fuera de la región) y no básicas (actividades que sirven solo a los mercados locales o regionales de consumo final o intermedio) y, según North (1955) (citado por Tamayo, R. 1998), son quienes determinan el crecimiento regional. Tiebout (1956) indica que las actividades económicas no básicas desempeñan un papel clave en el crecimiento de la región, ya que los costos de los factores en las industrias exportadoras dependen mucho de estas actividades. (Ídem)

2.3. Definición de términos básicos

Actividad turística: Actividad derivada de la interrelación entre el turista, los vendedores del servicio turístico y el Estado como agente facilitador de dicha actividad.

Demanda Turística: Para Datatur, es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado lugar.

Divisa: Cualquier moneda o efecto mercantil (cheques, giros, letras de cambio) aceptado internacionalmente como medio de pago.

Flujo turístico: Movimiento de turistas por tierra, mar o aire a un destino turístico. También se le denomina corriente turística.

Infraestructura: Para el Mincetur, es el conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, cuya existencia es vital para el desarrollo del turismo.

Oferta turística: Para Datatur, comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico para satisfacer la demanda de los turistas.

Planta turística: Para el SNIP, son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados.

Producto Bruto Interno: Para Félix Jiménez, es el valor de toda la producción corriente de bienes y servicios finales producida en un país en un periodo determinado e independientemente de la nacionalidad de los propietarios de los factores; puede ser nominal, si al medirlo se utilizan precios corrientes, o real, si se utilizan precios constantes.

Producto Bruto Interno per cápita: Para INEGI, este representa el valor de todos los bienes y servicios finales generados en un país durante un año dado, que le correspondería a cada habitante si dicha riqueza se repartiera a todos por igual.

Producto Bruto Interno Turístico: Según Mincetur, es la suma de los distintos bienes y servicios finales producidos en el sector turístico.

Recurso turístico: Para el SNIP, son bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos.

Servicios turísticos: Actividades o beneficios que son ofrecidos en venta a los turistas o a los proveedores de éstos. Si bien son básicamente intangibles (alojamiento, alimentación, excursiones guiadas, entre otros) y no dan como resultado la propiedad de algo, su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento turístico.

Turista: Para el SNIP (2016), es toda persona que voluntariamente viaja dentro de su territorio nacional o a un país distinto de su entorno habitual y que efectúa una estancia de por lo menos una noche y no superior a un año.

2.4. Idea a defender

La actividad turística ha tenido una incidencia positiva débil en el producto bruto interno del departamento de Cajamarca entre 2000 y 2017.

Capítulo III: Marco metodológico

3.1. Tipo y nivel de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada, ya que se busca determinar si la actividad turística fue capaz de dinamizar el PBI. Velázquez, Á. y Nérida, R. (1999) indican que la investigación aplicada se caracteriza por ser de bajo costo, de corto plazo y sus resultados pueden ser aplicados de manera inmediata para solucionar un problema concreto.

Velázquez, Á. y Nérida, R. (1999) indican que el estudio descriptivo busca realizar un análisis del estado del objeto de estudio y determinar sus características, mas no explicarlas. Para la presente, se busca describir de manera sistematizada la actividad turística y el producto bruto interno en función a los antecedentes, bases teóricas y términos básicos recopilados.

Velázquez, Á. y Nérida, R. (1999) indican que una investigación correlacional tiene como objetivo analizar la relación entre la actividad turística y el PBI.

Velázquez, Á. y Nérida, R. (1999) indican que una investigación es de corte longitudinal cuando se estudia la evolución del fenómeno a través del tiempo. El periodo de estudio seleccionado indica la utilización de información de hechos que ya sucedieron.

3.2. Objeto de estudio

Actividad turística en el producto bruto interno del departamento de Cajamarca.

3.3. Unidades de análisis y unidades de observación

Unidad de análisis: Economía del departamento de Cajamarca.

Unidades de observación: **Variable X:** Sector turismo: DX1: Oferta turística; DX2: Demanda turística; **Variable Y:** PBI: DY1: PBI real; DY2: PBI per cápita.

3.4. Diseño de la investigación

Según Velázquez, Á. y Nérida, R. (1999), el diseño de la investigación es no experimental al no poder manipular las variables de estudio; de corte longitudinal, ya que la información fue recopilada de hechos que sucedieron; y de asociación correlacional porque se determina la incidencia de la actividad turística en el PBI de Cajamarca.

3.5. Población y muestra

La presente investigación es descriptiva de la economía departamental, en la que se analizará la actividad turística y el PBI del departamento de Cajamarca, 2000 – 2017.

3.6. Métodos generales de investigación

a) Método deductivo – inductivo:

Para Lozano, Á. (2017), la aplicación de este método permitirá establecer las concepciones teóricas generales relacionadas al turismo y al PBI, para luego formular la idea a defender en concordancia con el problema de investigación y los objetivos del estudio.

b) Método analítico – sintético:

Según Lozano, Á. (2017), se establece una secuencia y articulación de las partes al todo; nos permite desagregar al sector turismo en oferta y demanda turística, y al PBI en PBI real y PBI per cápita, para luego sintetizar los resultados a través de las conclusiones.

c) Método histórico:

Para Velázquez Á. y Nérida, R. (1999), es un método teórico que permite obtener información de lo que pasó con la actividad turística y el PBI del departamento de Cajamarca.

3.7. Métodos particulares de investigación

Método descriptivo: Para Velázquez Á. y Nérida, R. (1999), se utiliza el método descriptivo para recoger y caracterizar información, en este caso, de actividad turística y PBI.

Método estadístico: Para Velázquez Á. y Nérida, R. (1999), se utiliza el método estadístico con la finalidad de recolectar y analizar los datos para defender la idea propuesta.

Modelo econométrico: Según Gujarati, N. (2006) se utiliza el modelo econométrico para, en este caso, establecer la relación entre la actividad turística y el producto bruto interno.

3.8. Técnicas e instrumentos de investigación

3.8.1. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

Técnica del fichaje

Fichas bibliográficas: Permitirá registrar la información necesaria que sirvió como referencia para la construcción del marco teórico.

Fichas de comentario personal: Permitirá anotar la interpretación y análisis personal sobre lo que se lee para parafrasear la idea, concepto y definiciones de otros autores.

Análisis documental: Tiene como finalidad complementar información recurriendo a documentos de las instituciones de las variables seleccionadas (Mincetur, INEI).

3.8.2. Técnicas para el procesamiento de datos

La información recopilada será procesada en forma computarizada, lo que permitirá que los datos obtenidos se presenten en forma ordenada. Se utiliza Word, Excel y Eviews.

a. Consistencia de resultados: Consiste en depurar los datos recolectados, tanto en la variable actividad turística como en PBI, ya que podrían existir datos falsos o equivocados.

b. Clasificación de la información: Consiste en agrupar los datos de los indicadores que caracterizan a las dimensiones de las variables actividad turística y PBI.

c. Tabulación de los datos: Consiste en agrupar los datos de las variables seleccionadas por grupos de indicadores de cada dimensión. Por lo tanto, el turismo, cuyas dimensiones son oferta y demanda turística, se agrupará en planta turística, infraestructura y recursos turísticos; mientras que el PBI, cuyas dimensiones son PBI real y PBI per cápita, se agrupará en PBI per cápita nominal y real.

d. Presentación de resultados: Consiste en elaborar tablas y figuras tomando como fuente la tabulación de los datos.

3.8.3. Técnicas de análisis y discusión de resultados

Según Ñaupas (2014) (citado por Lozano 2017), se hace el análisis de resultados con los datos recogidos a través de los instrumentos de recopilación de datos y con los valores presentados en las tablas y figuras correspondientes, mediante el siguiente procedimiento:

1° Se elabora una base de datos para las variables y sus correspondientes dimensiones e indicadores, para agilizar el análisis de la información y respaldar su interpretación y análisis.

2° Se utiliza Word, Excel y Eviews.

3° Se utiliza tablas estadísticas para tabular los datos de las variables actividad turística y PBI.

4° Se elaborarán gráficos de barras o torta, por ser de fácil comprensión.

Capítulo IV: Resultados y experiencias

4.1. Actividad turística en Cajamarca

Según el Banco Central de Reserva del Perú Sucursal Trujillo (2015), el departamento de Cajamarca tiene una superficie de 33318 km², representando el 2.6% del territorio nacional.

El clima es variado, templado en los valles (temperaturas diurnas elevadas, de más de 20°C; y temperaturas nocturnas bajas, llegando a 0°C a partir de los 3 mil metros de altura) y cálido en las quebradas y márgenes del río Marañón.

Políticamente, Cajamarca está dividida en 13 provincias y 127 distritos, siendo su capital la ciudad de Cajamarca. Las provincias son San Ignacio (7 distritos), Jaén (12), Cutervo (15), Santa Cruz (11), Chota (19), Hualgayoc (3), Cajamarca (12), San Pablo (4), San Marcos (7), San Miguel (13), Celendín (12), Cajabamba (4) y Contumazá (8).

Según DIRCETUR (citado por Boza, 2006), Cajamarca presenta 253 recursos turísticos entre sitios naturales (120), manifestaciones culturales (110), realizaciones técnicas (14), folclore (5), y acontecimientos programados (4); cabe recalcar que muchos de estos recursos no llegan a ser atractivos turísticos, por ende, no son calificados como productos turísticos. Sin embargo, el hecho de realizar la actividad turística en cada provincia contribuye a una mayor actividad económica local, descentralización, generación de empleo, y la posibilidad de preservar y promover tradiciones culturales. Según DIRCETUR (citado por Boza, 2006), los visitantes extranjeros al departamento de Cajamarca tienen las siguientes características:

- Edad promedio: 46 años.
- El 92.9% de los visitantes tienen un grado de instrucción superior.
- El 61.9% de los visitantes son varones, mientras que el 38.1% son mujeres.
- El principal motivo de viaje, en su mayoría, es por negocios (42.9%, un 40.5% por vacaciones, y un 14.3% por visita familiar.
- En cuanto a su procedencia, en su mayoría son de Estados Unidos, Colombia y Chile.
- El promedio de permanencia es de 2 días.
- El gasto promedio per cápita es de US\$73.

Por otro lado, los visitantes nacionales al departamento de Cajamarca tienen las siguientes características:

- Edad promedio: 39 años.
- El 55% de los visitantes tienen un grado de instrucción superior.
- El 61% de los visitantes son varones, mientras que el 39% son mujeres.
- El principal motivo de viaje, en su mayoría, es por vacaciones y recreación (84%), y un 16% por visita familiar.
- En cuanto a su procedencia, en su mayoría son de Lima y Lambayeque.
- El promedio de permanencia es de 1.5 días.
- El gasto promedio per cápita es de S/ 263.

Los arribos de turistas nacionales y extranjeros al departamento de Cajamarca se presentan de la siguiente manera:

Tabla 2

Arribo de turistas al departamento de Cajamarca: 2000 - 2017

AÑO	Arribo de turistas al departamento de Cajamarca		
	Nacionales	Extranjeros	Total
2000	156681	6748	163429
2001	138567	6282	144849
2002	159525	6704	166229
2003	157561	6750	164311
2004	162982	7264	170246
2005	171194	6790	177984
2006	189696	7489	197185
2007	202662	7979	210641
2008	200532	9090	209622
2009	206317	7989	214306
2010	249598	9458	259056
2011	269788	10498	280286
2012	413511	20884	434395
2013	369897	16851	386748
2014	273172	8773	281945
2015	353997	15017	369014
2016	387551	21675	409226
2017	508528	22726	531254

Fuente: DIRCETUR Cajamarca – Elaboración propia

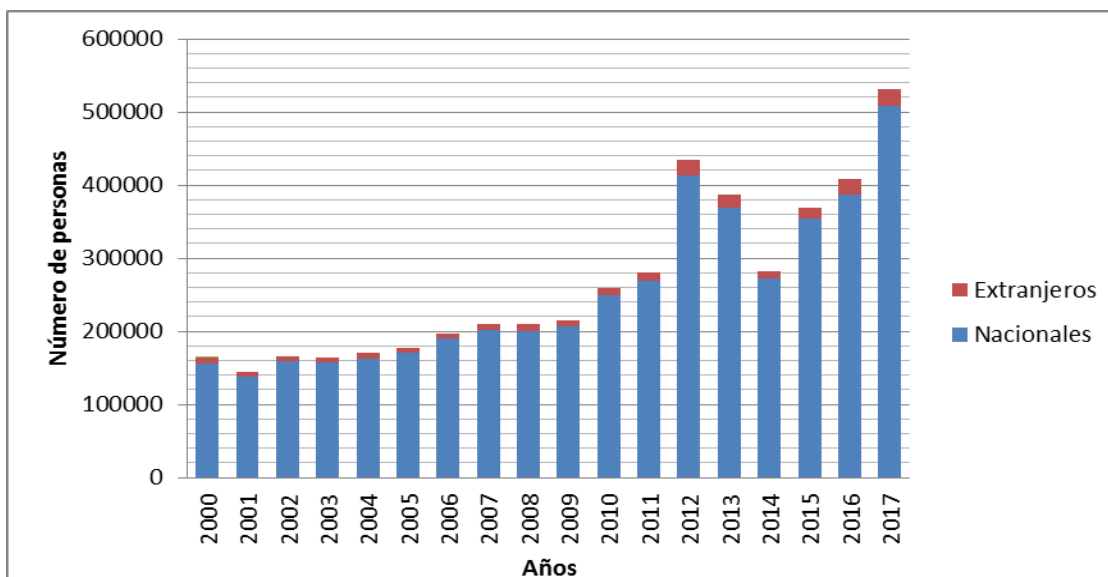


Figura 1. Arribo de turistas al departamento de Cajamarca: 2000 – 2017.

Fuente: DIRCETUR Cajamarca - Elaboración propia.

De lo anterior podemos indicar en primer lugar que el número de arribos al departamento de Cajamarca ha tenido una tendencia creciente a través de los años, disparando sus cifras en el año 2012 y presentando un periodo de decaimiento entre los años 2012 a 2014, logrando recuperarse con creces a partir de ese año; y en segundo lugar, del total de arribos al departamento de Cajamarca, un aproximado del 96%, en promedio en el periodo seleccionado, son turistas nacionales.

El hecho de que el número de visitantes aumente es beneficioso para el PBI departamental, esto debido a que, según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el crecimiento del sector Alojamiento y restaurantes está vinculado al dinamismo del turismo.

4.2. Condiciones de la oferta turística de Cajamarca

La oferta turística está compuesta por recursos turísticos, planta turística, e infraestructura.

a) Recursos y atractivos turísticos

Como se mencionó párrafos atrás, el departamento de Cajamarca cuenta con 253 recursos turísticos entre los que destacan: complejos arqueológicos, como las Ventanillas de Otuzco o Kuntur Wasi; vestigios pre inca, como el Complejo Arqueológico de Cumbemayo; vestigios inca, como Baños del Inca; vestigios coloniales, como sus iglesias; flora y fauna de

sus parques y santuarios nacionales, como el Parque Nacional de Cutervo y el Santuario Nacional en Tabaconas – Namballe. Adicional a estos recursos, también hay manifestaciones culturales y de folklore, como el Carnaval de Cajamarca, la Fiesta de las Cruces de Porcón, Corpus Christi, Feria Fongal de Cajamarca, y la Semana Turística en Cajamarca.

Tabla 3

Principales atractivos turísticos por provincia

Provincia	Principal recurso/atractivo turístico	Recurso/atractivo turístico complementario
San Ignacio	Santuario Nacional Tabaconas	Laguna Azul (Huarango)
Jaén	Catarata San Andrés	Chorro Blanco
Cutervo	Parque Nacional de Cutervo	Bosque de piedras el Pilco (Sócota)
Santa Cruz	Baños termales Chancaybaños	Refugio de vida silvestre Bosques Nublados de Udimá
Chota	Centro Recreacional Campamento Túnel Conchano	Coliseo Taurino el Vizcaíno
Hualgayoc	Ventanillas de Arascorgue	Ventanillas La Colpa
Cajamarca	Complejo turístico Baños del Inca	Complejo Arqueológico Cumbemayo
San Pablo	Complejo Arqueológico Kuntur Wasi	Ventanillas de Tumbadén
San Marcos	Aguas termales de aguas calientes	Caída de Agua Huayanay
San Miguel	Plaza Mayor de San Miguel	Puente de Calicanto
Celendín	Baños termales de Llangat	Catarata de Cornello
Cajabamba	Museo Yachaiwasi	Las Cascadas de Cohecorral
Contumazá	Área de conservación municipal bosques de Huamantanga	El mirador de la Ermita

Fuente: DIRCETUR Cajamarca – Elaboración propia

b) Planta turística

La planta turística está constituida principalmente por los establecimientos de hospedaje y los restaurantes.

Tabla 4***Cajamarca: Oferta de establecimientos de hospedaje: 2000 – 2017.***

AÑO	TOTAL		
	N° Establecimientos	N° Habitaciones	N° Camas
2000	103	2283	4093
2001	190	3428	5934
2002	216	3571	6426
2003	214	4045	7121
2004	213	4226	7396
2005	222	4351	7593
2006	274	4907	8514
2007	338	5436	9472
2008	373	5914	9828
2009	409	6349	10398
2010	424	6592	10869
2011	459	6928	11380
2012	471	6954	11397
2013	514	7282	11846
2014	534	7866	12944
2015	651	9599	15524
2016	711	10238	16602
2017	768	11612	18806

Fuente: INEI Cajamarca – Elaboración propia

Como se puede visualizar en el cuadro anterior, el crecimiento en el número de establecimientos de hospedaje es notable, crecimiento que se ve reflejado de la misma manera en el número de habitaciones y el número de camas. Existen establecimientos de hospedaje que van desde menor categoría (mayor presencia de estos) hasta hoteles cuatro estrellas. Del año 2000 al año 2017 el número de establecimientos clasificados y no clasificados pasó de 103 a 739, lo que quiere decir que en 17 años el número de establecimientos de hospedaje tuvo un aumento del 617.475%. Es la provincia de Cajamarca quien tiene la mayor oferta de establecimientos de hospedaje categorizados, seguido de Jaén, Chota, Celendín, San Marcos, San Ignacio y Cajabamba; mientras que Contumazá, Cutervo, Hualgayoc, Santa Cruz, San Miguel y San Pablo no tienen ningún establecimiento categorizado.

Por otro lado, DIRCETUR (citado por Boza, 2006) indica que no existe información verídica sobre el número exacto de restaurantes en el departamento de Cajamarca debido a que el 95% de estos no está categorizado, mientras que el porcentaje restante podría ser

categorizado como establecimiento de un tenedor . Sin embargo, se puede evidenciar que en los últimos años la oferta gastronómica se ha venido ampliando ligeramente, aunque no con los estándares de calidad requeridos.

c) Infraestructura básica

Según DIRCETUR (citado por Boza, 2006), el arribo a la ciudad de Cajamarca puede darse por vía terrestre (acceso permitido desde Lima, por la carretera Panamericana Norte, y, a partir de un desvío cerca a Pacasmayo, de la carretera Ciudad de Dios; ambas vías se encuentran asfaltadas) o aérea (solo Lima y no registra vuelos internacionales); las agencias de viajes (19 al año 2006 y llegando hasta 56 en el 2017) ofrecen programas turísticos que incluyen la visita a los atractivos tradicionales. En cuanto a los servicios básicos y complementarios, la ciudad de Cajamarca cuenta con una infraestructura y servicios básicos (agua, luz y desagüe) adecuada para satisfacer óptimamente las necesidades de los turistas; puestos de salud; clínicas; hospitales, y una variada oferta bancaria; sin embargo, en las provincias del departamento estos carecen de servicios básicos y complementarios.

4.3.PBI departamental de Cajamarca

Para poder medir cuánto se ha generado de riqueza en una región durante un periodo, el indicador a utilizar es el producto bruto interno, el cual es calculado por el método del valor agregado. La tendencia de este indicador en el departamento de Cajamarca se presenta de la siguiente forma:

Tabla 5***Cajamarca: Producto bruto interno: 2000 – 2017***

AÑO	Producto Bruto Interno departamento de Cajamarca	Tasa de crecimiento del PBI Cajamarca (%)
2000	5727000000	-
2001	5933000000	3.60
2002	6307229000	6.31
2003	6964083000	9.43
2004	7570667000	8.01
2005	7678168000	1.40
2006	8242786000	6.85
2007	8159499000	-1.02
2008	9319769000	12.45
2009	10050467000	7.27
2010	10140905000	0.89
2011	10595497000	4.29
2012	11270583000	5.99
2013	11086928000	-1.66
2014	10855132000	-2.15
2015	10798519000	-0.25
2016	10586741000	-1.96
2017	10874829000	2.72

Fuente: INEI Cajamarca – Elaboración propia

La tendencia que muestra el PBI del departamento de Cajamarca es creciente, es decir que atraviesa un periodo de expansión, desde el año 2000, en el que data 5,727 millones de soles, hasta el año 2012 (11,270.5 millones de soles), año en el que el sector minero presenta una fuerte crisis debido a los conflictos sociales que se suscitaron; a partir de ese año, Cajamarca se iba a encontrar con un periodo de recesión hasta el año 2016 (10,586.7 millones de soles), logrando recuperarse al año siguiente (10,874.8 millones de soles).

4.4. Medición del nivel de incidencia de la actividad turística sobre el producto bruto interno del departamento de Cajamarca, 2000 – 2017

Se propuso como idea a defender “La actividad turística ha tenido una incidencia positiva débil en el producto bruto interno del departamento de Cajamarca entre 2000 y 2017”, para lo cual el modelo se ha especificado de la siguiente manera:

$$PBIC_t = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 IT_{\mu t}$$

Donde:

Variable Y:

PBIC: Producto Bruto Interno de Cajamarca

Variable X:

IT: Ingresos por turismo

β_1 , es el parámetro del modelo de la variable PBI Cajamarca respecto de las variable “ingresos por turismo”; esta variable considera al gasto promedio que realiza el turista nacional (S/263) y el gasto promedio que realiza el turista extranjero (\$73, considerando el tipo de cambio de cada año).

Tabla 6

Cajamarca: Ingresos por turismo 2000 - 2017

AÑO	Ingresos por turismo		
	Nacional	Extranjero	Total
2000	41207103	1714261.92	42921364.92
2001	36443121	1605051	38048172
2002	41955075	1722659.84	43677734.84
2003	41438543	1714770	43153313
2004	42864266	1808227.52	44672493.52
2005	45024022	1630754.3	46654776.3
2006	49890048	1787699.19	51677747.19
2007	53300106	1823121.71	55123227.71
2008	52739916	1937624.4	54677540.4
2009	54261371	1755422.97	56016793.97
2010	65644274	1947023.88	67591297.88
2011	70954244	2107473.5	73061717.5
2012	108753393	4024764.48	112778157.5
2013	97282911	3321332.1	100604243.1
2014	71844236	1818818.36	73663054.36
2015	93101211	3486046.38	96587257.38
2016	101925913	5332266.75	107258179.8
2017	133742864	5408333.48	139151197.5

Elaboración propia

Tabla 7***Tipo de cambio Cajamarca: 2000 – 2017***

AÑO	Tipo de cambio
2000	3.48
2001	3.5
2002	3.52
2003	3.48
2004	3.41
2005	3.29
2006	3.27
2007	3.13
2008	2.92
2009	3.01
2010	2.82
2011	2.75
2012	2.64
2013	2.7
2014	2.84
2015	3.18
2016	3.37
2017	3.26

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú**Tabla 8*****Data para el modelo econométrico. Cajamarca: PBI e Ingresos por turismo 2000 - 2017***

AÑO	PBI Cajamarca	Ingresos por turismo
2000	5727000000	42921364.92
2001	5933000000	38048172
2002	6307229000	43677734.84
2003	6964083000	43153313
2004	7570667000	44672493.52
2005	7678168000	46654776.3
2006	8242786000	51677747.19
2007	8159499000	55123227.71
2008	9319769000	54677540.4
2009	10050467000	56016793.97
2010	10140905000	67591297.88
2011	10595497000	73061717.5
2012	11270583000	112778157.5
2013	11086928000	100604243.1
2014	10855132000	73663054.36
2015	10798519000	96587257.38
2016	10586741000	107258179.8
2017	10874829000	139151197.5

Elaboración propia

Estimación del modelo

Dependent Variable: LOGPBIC
Method: Least Squares
Date: 10/17/19 Time: 17:25
Sample: 2000 2017
Included observations: 18

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOGIIT	0.501645	0.074624	6.722271	0.0000
C	10.43738	0.826450	12.62918	0.0000
R-squared	0.738515	Mean dependent var		15.98963
Adjusted R-squared	0.722172	S.D. dependent var		0.231604
S.E. of regression	0.122077	Akaike info criterion		-1.263891
Sum squared resid	0.238445	Schwarz criterion		-1.164960
Log likelihood	13.37502	Hannan-Quinn criter.		-1.250249
F-statistic	45.18892	Durbin-Watson stat		0.575506
Prob(F-statistic)	0.000005			

Ecuación:

$$PBIC = 10.43738 + 0.501645IT$$

- $\hat{\beta}_0 = 10.43738$. Indica que si los ingresos por turismo son iguales a cero, el promedio del PBI es igual a 10.43738.
- $\hat{\beta}_1 = 0.501645$. Si los ingresos por turismo aumentan en un sol, el PBI de Cajamarca aumenta en 0.501645 soles.

Verificación del modelo:

Prueba de hipótesis

- Para $\hat{\beta}_1$:

Ho: La variable IT no es estadísticamente significativa.

Ha: La variable IT es estadísticamente significativa.

$t_{\text{calculado}} (6.722271) > t_{\text{tabulado}} (2.1199)$, aceptamos Ho. La variable ingresos por turismo no explica el comportamiento promedio del PBI de Cajamarca.

Coefficiente de determinación

$$R^2 = 0.738515$$

El 73.8515% de la variación total del PBI de Cajamarca es explicado por la variable ingresos por turismo.

Autocorrelación

Contraste de BREUSCH – GODFREY o multiplicador de LAGRANGE (LM)

Ho: No existe autocorrelación de manera significativa de orden uno.

Ha: Existe autocorrelación de manera significativa de orden uno.

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	4.540792	Prob. F(2,14)	0.0302
Obs*R-squared	7.082205	Prob. Chi-Square(2)	0.0290

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 10/17/19 Time: 23:18

Sample: 2000 2017

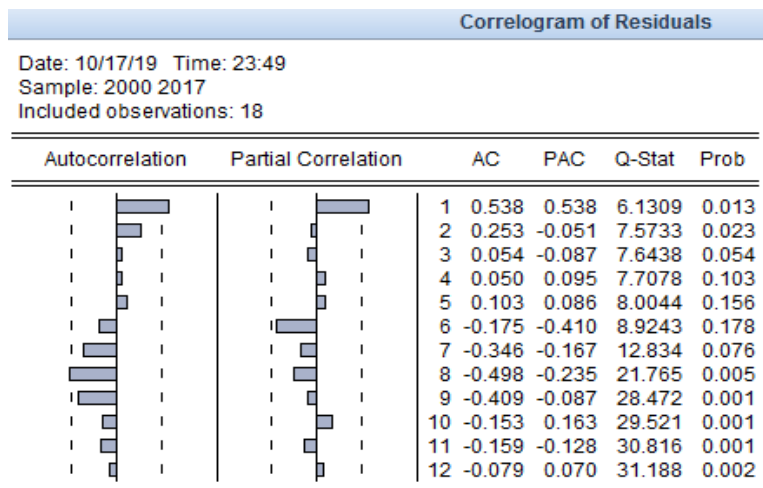
Included observations: 18

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOGIIT	-0.084259	0.075183	-1.120714	0.2813
C	0.924644	0.830302	1.113623	0.2842
RESID(-1)	0.692299	0.271548	2.549452	0.0231
RESID(-2)	0.082758	0.308913	0.267901	0.7927

R-squared	0.393456	Mean dependent var	8.94E-17
Adjusted R-squared	0.263482	S.D. dependent var	0.118432
S.E. of regression	0.101639	Akaike info criterion	-1.541646
Sum squared resid	0.144627	Schwarz criterion	-1.343786
Log likelihood	17.87481	Hannan-Quinn criter.	-1.514364
F-statistic	3.027194	Durbin-Watson stat	1.482066
Prob(F-statistic)	0.064855		

$X^2_{\text{calculado}} (7.082205) > X^2_{\text{tabulado}} (5.9915)$, rechazamos la hipótesis nula, por lo tanto existe autocorrelación de manera significativa de orden uno, lo cual contrasta con el correlograma de los residuos, presentado a continuación:



Heterocedasticidad

Prueba de White

Ho: No existe heterocedasticidad.

Ha: Existe heterocedasticidad.

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.423739	Prob. F(2,15)	0.6622
Obs*R-squared	0.962588	Prob. Chi-Square(2)	0.6180
Scaled explained SS	0.482408	Prob. Chi-Square(2)	0.7857

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 10/17/19 Time: 23:53
Sample: 2000 2017
Included observations: 18

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.839121	3.746823	0.757741	0.4603
LOGIIT^2	0.022219	0.030076	0.738738	0.4715
LOGIIT	-0.501532	0.671747	-0.746609	0.4668

R-squared	0.053477	Mean dependent var	0.013247
Adjusted R-squared	-0.072726	S.D. dependent var	0.015353
S.E. of regression	0.015901	Akaike info criterion	-5.293852
Sum squared resid	0.003793	Schwarz criterion	-5.145457
Log likelihood	50.64467	Hannan-Quinn criter.	-5.273391
F-statistic	0.423739	Durbin-Watson stat	1.283103
Prob(F-statistic)	0.662191		

$$X^2_{\text{calculado}} = n \times R^2 = 18 \times 0.053477 = 0.962588$$

$$X^2_{\text{tabulado}} (\text{grados de libertad} = 2) = 5.9915$$

$X^2_{\text{calculado}} (0.962588) < X^2_{\text{tabulado}} (5.9915)$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa, es decir, el modelo no presenta heterocedasticidad.

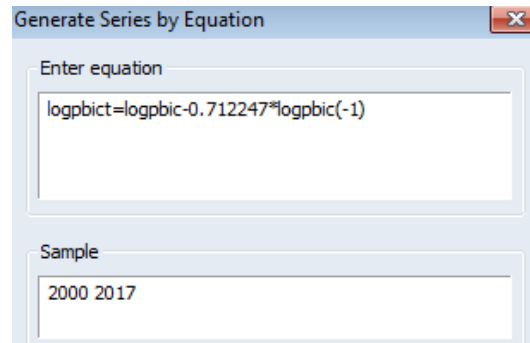
Corrección de presencia de autocorrelación de orden uno

Para realizar la corrección por presencia de autocorrelación de orden uno, primero debemos calcular RHO (ρ), ya que conocemos el valor del estadístico Durbin-Watson:

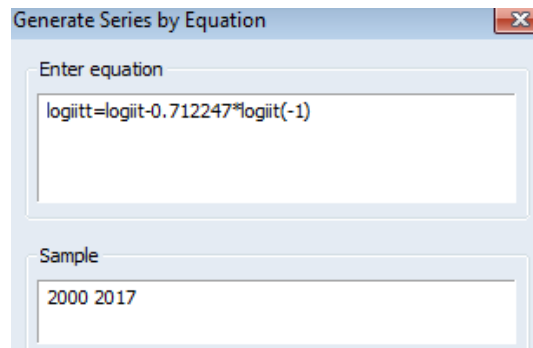
$$\rho = 1 - (0.575506/2)$$

$$\rho = 0.712247$$

Luego, generamos una serie para la variable “PBI Cajamarca” con un rezago:



Lo mismo con la variable “ingresos por turismo”:

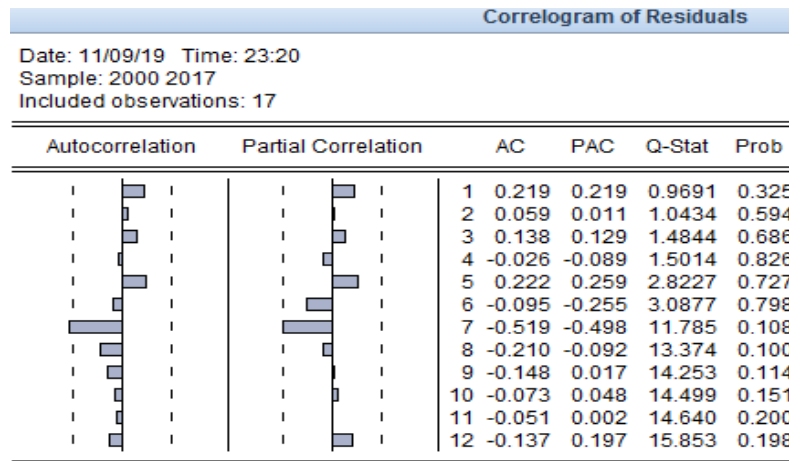


Luego, estimamos el modelo con las nuevas variables:

Dependent Variable: LOGPBICT
 Method: Least Squares
 Date: 11/09/19 Time: 23:03
 Sample (adjusted): 2001 2017
 Included observations: 17 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOGIITT	0.164344	0.061886	2.655609	0.0180
C	4.102564	0.200922	20.41866	0.0000
R-squared	0.319798	Mean dependent var		4.635192
Adjusted R-squared	0.274451	S.D. dependent var		0.057790
S.E. of regression	0.049225	Akaike info criterion		-3.074712
Sum squared resid	0.036346	Schwarz criterion		-2.976687
Log likelihood	28.13505	Hannan-Quinn criter.		-3.064968
F-statistic	7.052259	Durbin-Watson stat		1.406337
Prob(F-statistic)	0.017989			

Finalmente, demostramos que ya no existe autocorrelación de orden uno mediante el correlograma de residuos:



Análisis e interpretación del modelo econométrico

A pesar de la presentación del modelo de regresión lineal que busca validar la asociación entre el PBI y la actividad turística de Cajamarca, existe una deficiencia en cuanto al cumplimiento de los supuestos de mínimos cuadrados ordinarios. Gujarati (2010) indica que la cantidad de datos de un modelo debería ser de 40 datos como mínimo para un modelo de series de tiempo; lo que indica una insuficiencia de datos para estimar el modelo, ya que se cuenta con datos para 18 años.

En cuanto a la especificación del modelo, podemos afirmar que la actividad turística no es un determinante del PBI de Cajamarca, esto considerando el coeficiente de determinación obtenido de 73.8515% tras la linealización del modelo principalmente para disminuir la heterocedasticidad.

Conclusiones

- Según el modelo econométrico especificado y estimado, la actividad turística tiene una incidencia del 73.8515% sobre el producto bruto interno del departamento de Cajamarca en el periodo seleccionado, lo que contrasta con la idea a defender. Sin embargo, el hecho de que el coeficiente de determinación obtenido haya sido relativamente alto es debido a que se linealizó el modelo en búsqueda de una disminución de heterocedasticidad. Por otro lado, tras corregir la presencia de autocorrelación, se obtuvo un coeficiente de determinación del 31.9798%, lo que significa que la variable PBI de Cajamarca es explicado por la variable ingresos por turismo en un 31.9798%.
- La actividad turística en el departamento de Cajamarca ha sido fluctuante entre los años 2000 al 2003, logrando después un crecimiento sostenido hasta el 2007, para luego decaer en el 2008 y nuevamente lograr un crecimiento sostenido hasta el 2012, inicio de un estancamiento de la actividad por 2 años hasta su recuperación en el año 2015, llegando a alcanzar en el año 2017 ingresos de hasta S/ 139'151,000. Cabe recalcar que un porcentaje de los ingresos de la actividad turística está supeditada al tipo de cambio de este periodo que tiene un grado de fluctuación aún mayor que el número de visitantes al departamento de Cajamarca.
- El producto bruto interno del departamento de Cajamarca ha tenido un crecimiento sostenido en el periodo seleccionado entre los años 2000 al 2006, cayendo ligeramente su producción en el año 2007. En el año 2008 alcanza una tasa de crecimiento del 12.45% con respecto al año 2007 (S/ 9,319'769,000) para sostenerse hasta el año 2012. A partir de este punto podemos suponer que, considerando los conflictos sociales que se dieron a partir de ese año, el PBI de Cajamarca entró en una dinámica de recesión hasta el año 2017, año en el que ligeramente vuelve a recuperarse.

Referencias bibliográficas

- Altimira, R. y Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*. XL, 677-710.
- Banco Central de Reserva del Perú – Sucursal Trujillo. (2018). *Caracterización del Departamento de Cajamarca*. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Trujillo/cajamarca-caracterizacion.pdf>
- Boza, B. (2006). Cajamarca: Lineamientos para una política de desarrollo turístico. *Contribuciones para una visión del desarrollo en Cajamarca*. (Volumen 1). Recuperado de: <http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-documents/Cajamarca/Cajamarca6.pdf>
- Brida, J., Pereyra, J., Such, M. J., y Zapata, S. La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos De Turismo*, (22), 35-46. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/47931>
- Castillo, P. (2001, Setiembre). Política económica: Crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*. Recuperado de www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho
- Ccahuana, R. y Valderrama, Y. (2015). *El sector turismo y su impacto en el crecimiento económico de la región Cusco, durante el periodo 2000 – 2014*. (Tesis de titulación). Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco.
- Chalán, J. (2014). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla, provincia de Cajamarca 2014*. (Tesis de titulación). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca.
- Collao, H. (2015). *Dinámica del sector turismo en la provincia de Cajamarca 2000 – 2013: Estrategias de mejora*. (Tesis de titulación). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca.
- Cruz, S. (2006). *Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú. Caso: Distrito de Callahuanca, Provincia de Huarochiri, Departamento de Lima*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

- Dachary, C. (2006). *De la sociedad del espectáculo a la globalización*. Guadalajara, México: Editorial Centro Universitario de la Costa
- De la Torre, F. (1989). *Introducción al turismo*. España: Editorial Continental
- Delgado, P. (2015). *El turismo receptivo y su aporte al crecimiento económico en la región La Libertad periodo: 2005 - 2014*. (Tesis de titulación). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.
- Dritsakis, N. (2004, 1 de setiembre). Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece Using Causality Analysis. *Sage Journals*. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.5367/0000000041895094>
- Gastelo, D. (2010). *El recorrido Saña – Cajamarca como segmento de turismo histórico – cultural*. (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Gonzales, J. y Huanca, K. (2018). Impacto de la actividad turística en el crecimiento de la economía regional de Cusco, 2000 – 2015. (Tesis de titulación). Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- Gutiérrez, L. (2006, agosto-diciembre). Teorías del crecimiento regional y desarrollo divergente – Propuesta de un marco de referencia. *Noésis*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/859/85903008.pdf>
- Gujarati, D. y Porter, D. (2010). *Econometría Básica*. México. Editorial McGrawHill.
- Hunziker, W. y Krapf, K. (1942, Marzo). *Doctrina general del turismo*. Recuperado de: <https://franjomunioz.wordpress.com/2017/01/29/critica-de-la-obra-de-hunziker-y-krap-1942/>
- Ibañez, R. y Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. México: Editorial AMIT.
- Ivanova, A. e Ibañez, R. (2012). *Medio ambiente y política turística en México – Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico*. México: Editorial Progreso.
- Jiménez, F. (2011). *Crecimiento económico: Enfoques y modelos*. Lima – Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Lamboggia, J. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso de Ecuador*. (Tesis de maestría). Universidad Latinoamericana de Postgrado, Ecuador.
- Lozano, Á. (2017). *Cómo elaborar un proyecto de tesis en pregrado, maestría y doctorado: Una manera práctica de saber hacer*. Lima - Perú: Editorial San Marcos.
- Martínez, V. (2013). *Paradigmas de investigación: Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica*. México: PICS. Recuperado de: http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf
- McIntosh, R., Goeldner, C. y Brent, J. (2002). *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*. México: Editorial LIMUSA.
- MINCETUR (2017). *Perú: Cuenta Satélite de Turismo – Principales indicadores de la Cuenta Satélite de Turismo 2012 – 2015*. (Año de evaluación: 2011). Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/publicaciones/Peru_CuentaSatelite_Turismo.pdf
- OMT (2017). *Panorama del turismo internacional*. (Edición 2017). Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Padilla, O. (1997). *El turismo: Fenómeno social*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Parodi, C. (15 de julio de 2016). ¿Qué es y para qué sirve el crecimiento económico? *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2016/07/que-es-y-para-que-sirve-el-crecimiento-economico.html>
- Pineda, M. (2013). *Análisis de la productividad y sus determinantes en el sector de la construcción del Ecuador en base al censo económico*. (Tesis de posgrado). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – Sede Ecuador.

PromPerú (2015). *El Perú como destino para la operación turística*. (Primera edición).
Recuperado de: <https://www.promperu.gob.pe/Uploads/publicaciones/10/Peru-como-destino-para-la-operacion-turistica.pdf>

Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. España: Editorial OMT.

Tamayo, R. (1998, enero - junio). Crecimiento económico regional: una sinopsis de la teoría y su conexión explícita con las políticas públicas. *Gestión y política pública*.
Recuperado de:
http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.VII_No.I_1ersem/TFR_Vol.7_No.I_1sem.pdf

Velázquez, Á. y Nérida, R. (1999). *Metodología de la investigación científica*. Lima - Perú: Editorial San Marcos.

Páginas electrónicas

Rodríguez y Malaver (2009)

<https://ehdt.wordpress.com/evolucion-historica-del-concepto-turismo/>

Torres, S. (2017)

<http://www.schelerhuayhuashtrek.com/turismo.htm>