

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN HOTELERA Y EFECTOS EN LA DEMANDA  
DE TURISTAS EXTRANJEROS A LAS REGIONES DE PUNO, AREQUIPA Y**

**CUSCO 2015**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**DEYSI ERIKA CHACÓN SANCHO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN TURISMO**

**PUNO – PERÚ**

**2017**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO****FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES****ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO****ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN HOTELERA Y EFECTOS EN LA  
DEMANDA DE TURISTAS EXTRANJEROS A LAS REGIONES DE  
PUNO, AREQUIPA Y CUSCO 2015**

**TESIS  
PRESENTADA POR:  
DEYSI ERIKA CHACÓN SANCHO  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN TURISMO**


**FECHA DE SUSTENTACIÓN: 16 DE DICIEMBRE DEL 2015**



**APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:**

**PRESIDENTE**

:



**Lic. ALBERTO CATACHURA VILCA**

**PRIMER MIEMBRO**

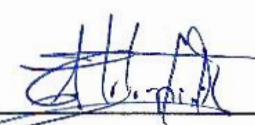
:



**M.Sc. ROSARIO MARIA MAMANI MIRANDA**

**SEGUNDO MIEMBRO**

:



**M.Sc. CARMEN YANET ALIAGA TAPIA**

**DIRECTOR DE TESIS**

:



**Dr. MARIO SILVA DUEÑAS**

**ASESOR DE TESIS**

:



**M.Sc. IVAN GROVER SANCHEZ MAMANI**

**ÁREA:** Ciencias sociales.

**TEMA:** Desarrollo turístico regional.

## DEDICATORIA

*Este trabajo de tesis está dedicado a mi Dios, quien me dio los dones como son sabiduría, inteligencia, sensatez, amor y buena conducta.*

*A la Lic. Rosario Mamani Miranda por la confianza brindada, por formar la base de mi vida profesional y en todo momento estaré agradecida.*

*A mis queridos padres Bernardino Chacón y Adela Sancho quienes me educaron con todos los valores, dándome su infinito amor, fortaleza en los momentos más difíciles y la confianza para el logro de mí persona.*

*A mi sobrino Noha Uriel, angelito que irradia felicidad y me inspira a seguir adelante en mi vida personal y profesional.*

## AGRADECIMIENTO

*En el presente Trabajo de Investigación considero agradecer:*

- *A la prestigiosa Universidad Nacional del Altiplano de Puno y a la Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Turismo*
- *A los Miembros de Jurado, por la orientación, gran apoyo, consideración, preocupación y estimulación para la finalización del presente trabajo de investigación.*
- *Mi especial reconocimiento y gratitud a la Lic. Rosario Mamani Miranda, Dr. Mario Silva Dueñas quienes me brindaron su apoyo absoluto, valioso aporte intelectual, por sus consejos y orientación acertada en la presente tesis.*
- *A los Empresarios hoteleros mi más profundo agradecimiento.*
- *A mis amigas Mariela, Leidy, Lorena y Fanny por ser excelentes compañeras, fuente de inspiración, por contagiarme su entusiasmo y carisma.*

**DEYSI CHACÓN**

**INDICE**

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	IV
ÍNDICE DE TABLAS .....	VIII
RESUMEN .....	10
ABSTRACT.....	11
INTRODUCCIÓN .....	12
CAPÍTULO I .....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
1.1    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	13
1.1.1    Problema general .....	14
1.1.2    Problemas específicos.....	14
1.2    ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
1.2.1    ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL.....	15
1.2.2    ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL .....	18
1.3    OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.3.1    Objetivo General:.....	19
1.3.2    Objetivos específicos:.....	19
CAPÍTULO II.....	20
MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
2.1. MARCO TEÓRICO.....	20
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	31
2.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....	35
2.3.1 Hipótesis general: .....	35

2.3.2 Hipótesis específicos: .....	35
CAPÍTULO III.....	37
MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
3.1 Tipo de investigación .....	37
3.2 Métodos generales de investigación.....	37
3.3 Técnicas de investigación .....	37
3.4 Unidades de análisis .....	38
3.5 Tamaño de la muestra .....	38
CAPÍTULO IV .....	39
CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN.....	39
4.1 CARACTERIZACION DE LAS AREAS DE ESTUDIO: .....	39
4.1.1 DEPARTAMENTO DE PUNO .....	39
4.1.2 DEPARTAMENTO DE AREQUIPA .....	42
4.1.3 DEPARTAMENTO DE CUSCO.....	45
CAPÍTULO V .....	48
EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	48
5.1. Características de la inversión hotelera en las regiones de Puno, Arequipa y Cusco.....	48
5.2 DESCRIPCIÓN DE ACCIONES PARA PROMOVER LA INVERSIÓN HOTELERA EN LA REGIÓN DE PUNO.....	66
5.2.1 Contratos Asociativos.....	70
5.2.2 Registro de inversión extranjera.....	71
5.2.3 Marco legal sobre la inversión en el Perú .....	71
5.2.4 Garantía y seguridad para la inversión .....	72
5.2.5 Acuerdos de protección a la inversión.....	73
5.2.6 Inversión privada .....	74
CONCLUSIONES .....	76
RECOMENDACIONES.....	77
BIBLIOGRAFÍA .....	78



ANEXO A.....	81
ANEXO B.....	84
ANEXO C.....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01 Operacionalización de variables .....	36
Tabla 02 Establecimiento de hospedajes categorizados de una estrella .....	49
Tabla 03 Establecimiento de hospedajes categorizados de dos estrellas .....	49
Tabla 04 Análisis de la inversión hotelera en las regiones de Puno, Arequipa y Cusco	53
Tabla 05 Razón principal que motivo a invertir en el Perú .....	54
Tabla 06 Segmento de mercado al que están dirigidos .....	54
Tabla 07 Regiones del sur del Perú a invertir próximamente.....	55
Tabla 08 La importancia de la licencia social para garantizar las inversiones .....	55
Tabla 09 La región del sur del Perú con más atractivo para invertir .....	56
Tabla 10 Empresas hoteleras que pertenecen a una cadena hotelera.....	56
Tabla 11 Tipo de infraestructura de una nueva inversión hotelera.....	57
Tabla 12 El estado peruano, su garantía y promoción en la inversión privada .....	57
Tabla 13 Las empresas y su inversión en la región de Puno .....	58
Tabla 14 La inversión en hoteles de cinco estrellas en Puno.....	58
Tabla 15 Categorización del establecimiento hotelero actual.....	59
Tabla 16 Ubicación del establecimiento hotelero actual .....	59
Tabla 17 Demanda de turistas extranjeros a la región de Cusco .....	60
Tabla 18 Demanda de turistas extranjeros a la región de Arequipa .....	60
Tabla 19 Demanda de turistas extranjeros a la región de Puno .....	61
Tabla 20 Demanda de turistas nacionales a la región de Cusco .....	62
Tabla 21 Demanda de turistas nacionales a la región de Arequipa .....	62
Tabla 22 Demanda de turistas nacionales a la región de Puno .....	63
Tabla 23 Análisis comparativo de demanda mensual de turistas nacionales a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno año 2014.....	65



**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 01 Componentes del sistema .....	24
Figura 02 Establecimiento de hospedajes categorizados de tres estrellas .....	50
Figura 03 Establecimiento de hospedajes categorizados de cuatro estrellas .....	50
Figura 04 Establecimiento de hospedajes categorizados de cinco estrellas .....	51
Figura 05 Total de establecimientos de hospedajes categorizados .....	52
Figura 06 Total de habitaciones de hospedajes categorizados.....	52
Figura 07 Total plazas de hospedajes categorizados .....	53
Figura 08 Análisis comparativo de arribo de turistas extranjeros a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno 2014 .....	63
Figura 09 Análisis comparativo de arribo de turistas nacionales a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno 2014 .....	64
Figura 10 Análisis comparativo de arribo total de turistas nacionales y extranjeros a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno 2014 .....	64
Figura 11 Análisis comparativo de demanda mensual de turistas extranjeros a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno año 2014 .....	65

## RESUMEN

La investigación titulada “Análisis de la inversión hotelera y efectos en la demanda de turistas extranjeros a las regiones de Puno, Arequipa y Cusco 2015” describe las características de la inversión en establecimientos hoteleros de cinco estrellas, motivo principal del presente estudio el cual en términos económicos es mayor en Cusco 64% al ser una región altamente turística en el Perú en segundo lugar comparativamente la región de Arequipa que representa el 27% y finalmente la región de Puno con el 9%, los empresarios hoteleros encuestados también respondieron que no invertiría en un hotel cinco estrellas en Puno 50% por la inseguridad de la inversión. Además el 87,5% respondió que el Estado peruano no garantiza ni promueve la inversión privada. El 100% de los empresarios consideran que es importante la licencia social antes de invertir en un lugar turístico para garantizar su inversión. La razón principal por la que invirtieron en Perú 50% fue el incremento de la demanda de turistas. Los efectos de la inversión hotelera están directamente relacionados con la demanda turística, ya que las cadenas hoteleras vienen con su propia demanda, sobre el arribo total de turistas nacionales y extranjeros entre Puno, Arequipa y Cusco, el mayor porcentaje 52% corresponde a Cusco, el 35% a Arequipa y el 15% a Puno, el cual contrasta con la baja inversión en hoteles cinco estrellas en Puno.

**Palabras Clave:** Turista, inversión, hoteles, demanda.

## ABSTRACT

In the following research project entitled "Analysis of hotel investment and effects on the demand of foreign tourists to the regions of Puno, Arequipa and Cusco 2015" describes the characteristics of the investment in five-star hotel establishments, the main reason of the present study which in terms Economic growth is greater in Cusco, 64% being a highly tourist region in Peru, secondly, the Arequipa region, which represents 27% and finally the Puno region with 9%, the hotel entrepreneurs surveyed also replied that it would not invest in A five star hotel in Puno 50% because of the insecurity of the investment. In addition, 87.5% answered that the Peruvian State does not guarantee or promote private investment. 100% of entrepreneurs consider that the social license is important before investing in a tourist place to guarantee their investment. The main reason they invested 50% in Peru was the increase in tourist demand. The effects of hotel investment are directly related to the tourist demand, since the hotel chains come with their own demand, on the total arrival of domestic and foreign tourists between Puno, Arequipa and Cusco, the highest percentage 52% corresponds to Cusco, 35% to Arequipa and 15% to Puno, which contrasts with the low investment in five-star hotels in Puno.

**Keywords:** Tourist, investment, hotels, demand.

## INTRODUCCIÓN

La inversión privada es adecuada para un país, por los beneficios que brindan y se reflejan a nivel corporativo nacional, en oportunidades del sector privado genera desarrollar modelos de negocios que generen valor económico, ambiental y social, además ayuda al desarrollo de países emergentes y mejorar sustancialmente la calidad de servicios e infraestructura. Es muy importante para promover más trabajo, reducir la pobreza, crear más oportunidades y promover el progreso personal y social, familiar y de todo el país. Una mayor inversión privada permite una mayor generación de empleo directo e indirectamente a través de su efecto positivo sobre el crecimiento económico. Puno es una región llena de alternativas para la inversión, pero lo que necesita es que una persona capaz sepa representarnos debidamente sobre todo que inspire la confianza que las empresas hoteleras extranjeras están buscando.

La Investigación se organizó de la siguiente manera: en el primer capítulo del estudio se consideró el planteamiento del problema, antecedentes y objetivos de la investigación. En el segundo capítulo, se considera el marco teórico, marco conceptual e hipótesis de la investigación. En el tercer capítulo, se plantea el método de la investigación, que se aplicó en este trabajo, uso de técnicas e instrumentos para la recolección de la información y se delimito la operacionalización de las variables para determinar los indicadores del estudio. El cuarto capítulo, la caracterización del área de investigación. En el quinto capítulo se desarrolla la exposición y análisis de los resultados. Al termino del trabajo de investigación se da a conocer, las conclusiones y recomendaciones respectivamente al que se ha llegado en la realización de esta Investigación el cual servirá como material bibliográfico para futuras investigaciones.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y**

### **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Con los efectos de la crisis financiera mundial en que se vive, todas las empresas luchan por mejorar su posición competitiva en el mercado, o por subsistir, sin embargo en muchos casos varias empresas han quebrado, a consecuencia del escaso presupuesto, clientes y otros aspectos como deficientes estrategias en la gerencia hotelera para brindar un servicio de calidad. Esta crisis mundial ha cobrado miles de puestos de trabajo en el mundo. Solamente en Estados Unidos cerca de 600.000 nuevos desempleados solicitaron beneficios (seguro por despidos) durante la crisis. Importantes empresas europeas anunciaron también reducción de personal y rebaja de beneficios laborales. Toda esta situación ha afectado fuertemente al sector turismo, porque sin empleo y dinero las personas no podrán cubrir un viaje o tomar sus vacaciones. Y por lo tanto empresas turísticas en el Perú han sido fuertemente afectadas, muchas de ellas han cerrado por meses, frente a esto, hoteles, restaurantes y empresas prestadores de servicio turístico han bajado sus tarifas y/o precios, lo cual también significa prescindir de personal, no siempre los hoteles están vacío hay días en los cuales tienen más del 70%

de ocupación, pero por no contar con personal, se brinda un servicio lento, mediocre y sin control, lo cual conlleva a quejas y malestar en los pocos pasajeros que se tienen, es allí cuando la gerencia hotelera debe tomar decisiones óptimas para las inversiones en servicios turísticos. Este planteamiento de problema nos ha conllevado a formular algunas interrogantes básicas, las cuales son respondidas a través del proceso de investigación.

### **1.1.1 Problema general**

¿Cuál es la inversión hotelera y qué efectos tiene en la demanda de turistas extranjeros a las regiones de Puno, Arequipa y Cusco?

### **1.1.2 Problemas específicos**

- ¿Cuáles son las características de la inversión hotelera en las regiones de Puno, Arequipa y Cusco?
- ¿Qué efectos tiene la inversión hotelera en la demanda de los turistas extranjeros de las regiones de Puno, Arequipa y Cusco?
- ¿Qué acciones se deben realizar para promover la inversión hotelera en la región de Puno?

## 1.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.2.1 ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL

#### **Orígenes de la empresa hotelera.**

Una vez identificados los tipos de riesgos y la clasificación de los mismos a escala internacional, es necesario conocer los orígenes de la empresa objeto de estudio, para conocer sus principales características y sus generalidades.

Los orígenes históricos de la hotelería según la OMT (Noticias, 1992), se encuentran en el negocio de las posadas, las que con el tiempo dan origen a los hoteles y restaurantes. Esta evolución ocurre lógicamente en relación estrecha con el desarrollo del comercio, los viajes y el propio desarrollo industrial de crecimiento, de manera muy diferente a la actual, en la que los costos, renta y motivación son los factores más importantes.

Desde el año 500 a.C. aproximadamente hasta cerca del 500 d.C., se observa un proceso de crecimiento de las posadas en Grecia y en Roma. Durante el período medieval, desde el 500 hasta cerca del 1300, el comercio y los viajes se limitaron de forma drástica y éstos tuvieron especial relación con el desarrollo de la iglesia y las peregrinaciones, siendo los peregrinos alimentados y dándoseles cobijo en establecimientos eclesiásticos.

Las Cruzadas tuvieron el efecto de favorecer los viajes y el comercio. El Renacimiento, desde aproximadamente el siglo XIV al siglo XV en el norte de Italia, Inglaterra y el norte de Europa, vio el resurgir de las posadas y las tabernas. La supresión de los monasterios en Inglaterra por Enrique VIII en 1536 forzó aún más el crecimiento de las posadas en este país.

Previamente a 1775, las sociedades más desarrolladas para la época se consideraban pre-industriales. En el período comprendido entre 1775-1875, como resultado de la llamada Revolución Industrial la Europa del noroeste y América del Norte, se industrializaron, y en el período comprendido entre 1875 y 1950 se desarrollaron las sociedades de consumo.

Aproximadamente a principios de esa década se produjo un gran crecimiento económico y de la población mundial, y las sociedades industriales hicieron posible el incremento sostenido de las rentas en buena parte de la población de esos países, de tal forma que la posibilidad de viajar y frecuentar hoteles y restaurantes aumentarían.

El hecho de que la gente viaje más, ha sido también determinante en el crecimiento de los hoteles y restaurantes. Conforme se fue abaratando el coste del viaje por la introducción de nuevas formas de transporte, y aumentó su comodidad (barco de vapor, ferrocarril, automóvil), el viajar se hizo posible para una parte de la población que no pertenecía a la élite. El avión comercial, en 1959, abrió la era de los viajes internacionales. (Bull, 1994)

Habida cuenta del explosivo crecimiento de la industria turística mundial en estos últimos 30 años y de la mundialización de los negocios, que seguirá incrementándose debido a la proliferación de empresas multinacionales, con personal destinado a desplazarse continuamente, el mercado mundial de hoteles crece a la par de esas actividades. Conforme a las previsiones globales del Consejo Mundial de Viajes y de Turismo (CMVT), publicadas en uno de los informes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 1997. Las tasas de crecimiento han conducido a la Organización Mundial del Turismo, OMT a prever un aumento medio de 1018 millones



de llegadas internacionales de turistas en el año 2010, o sea el doble de la década de 1990, alcanzando la cifra de 1550 billones de dólares.

Quien dice turismo, dice hoteles, lo que significa que la incesante actividad turística precisa una amplia gama de alojamientos que van desde hoteles con servicio completo, pensiones con desayuno, propiedades a tiempo compartido, apartamentos amueblados, hasta el " bed and breakfast " (cama y desayuno), aunque debido a las nuevas exigencias que demandan los viajeros de nuestra época, los hoteles pequeños van desapareciendo, como resultado de las grandes cadenas hoteleras provistas de la tecnología moderna, con personal altamente capacitado y servicios rápidos.(OMT, Noticias 1992).

Según el autor Dittmer (2002), los años 50s fueron clave para que la industria de la hospitalidad diera vida a la economía de muchas naciones. Pues a partir de ese lapso las empresas obtuvieron un liderazgo en cuanto al suministro de trabajos y una nueva oportunidad para personas de diferentes edades, étnicas, razas, y economías.

Por otro lado la industria hospitalaria gracias a factores como el crecimiento de los estándares de vida, de la educación de los avances tecnológicos que hacen que la gente viva más tiempo y tengan lapsos de ocio, ha logrado que esta se desarrolle enormemente en las últimas décadas (Ángelo y Vladimir, 2001)

La historia de la gerencia nace con la necesidad de organizar. Antiguamente, la gente se trasladaba de un lugar a otro, principalmente por peregrinaciones y cuando la noche los alcanzaba tocaban la puerta de cualquier casa, y casi siempre los dueños de casa brindaban alojamiento, porque era considerado como una bendición, con forme iban pasando los años cavernas, posadas y hasta hospitales daban este servicio.

Después de la segunda guerra mundial ya por los años 1920 y 1930 se construyeron hoteles más que en cualquier otra época de la historia, porque nació la idea de hacer establecimientos que se encargaran de recibir pasajeros, pero que en cambio debían de hacer un pago por este servicio, entonces mientras más grande era la organización necesitaba de una mejor organización, y necesita de alguien que tome decisiones y tenga iniciativas es allí que empieza a ser importante la gerencia y por lo tanto el liderazgo.

En esencia el liderazgo implica la consecución de metas con y por medio de la gente; por tanto el líder debe preocuparse por las tareas y las relaciones humanas.

### **1.2.2 ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL**

Tiempo atrás el Perú también se organizó y tenía un líder, tanto en la época Inca y pre inca, durante la colonia, los asuntos económicos se cobraban en manos de la real hacienda, la cual era controlada por el virrey que tenía su residencia en Lima. La supervisión de los gastos del erario real se encontraba en manos de la contaduría mayor creada en 1605.

La acuñación de monedas se realizaba en la real Casa de la moneda que originalmente estuvo en Lima. Toledo lo llevó a Potosí y finalmente volvió a Lima con el duque de Palata.

([http://candelahp.perublog.net/2006/07/19/colonia\\_impuestos\\_peru\\_alcabala\\_colonial\\_tributo](http://candelahp.perublog.net/2006/07/19/colonia_impuestos_peru_alcabala_colonial_tributo))

### **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1 Objetivo General:**

- Analizar la inversión hotelera y conocer los efectos en la demanda de turistas extranjeros a las regiones de Puno, Arequipa y Cusco

#### **1.3.2 Objetivos específicos:**

- Describir las características de la inversión hotelera en las regiones de Puno, Arequipa y Cusco
- Analizar los efectos de la inversión hotelera en la demanda de los turistas extranjeros de las regiones de Puno, Arequipa y Cusco
- Proponer acciones para promover la inversión hotelera en la región de Puno

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. MARCO TEÓRICO

##### **Empresa.**

Grupo social en el que a través de la administración de capital y trabajo se producen bienes y servicios tendientes a la satisfacción de necesidades de la comunidad.

##### **Recursos de la Empresa**

Para que las empresas realicen sus actividades fundamentales necesita de recursos que optimizados, le permitan alcanzar sus objetivos, dentro de las necesidades que tiene se encuentran:

- **Recursos Humanos.** Contar con individuos que tengan las capacidades, habilidades y destrezas para desempeñar adecuadamente su trabajo, desde que se tienen necesidades de personal, se debe tener con un proceso óptimo de integración, seguido por una capacitación idónea y un proceso de mantenimiento.

- **Recursos Financieros.** Los recursos monetarios le permiten a la empresa tener acceso a los demás recursos, ya sea mediante dinero propio u obtenido mediante algún financiamiento.
- **Recursos Materiales.** Son los bienes que contribuyen a la realización de las actividades de la empresa, dentro de los que podemos encontrar: activos fijos, materiales primas, instalaciones, equipos, etc.
- **Recursos Técnicos.** Comprende el establecimiento y uso de procesos, procedimientos, métodos de trabajo, tecnología, etc.

### **La administración o gestión empresarial de servicios**

En términos generales los conceptos de administración, gerencia y gestión, son sinónimos a pesar de los grandes esfuerzos y discusiones por diferenciarlos. En la práctica se observa que el término *managements* traducido como administración pero también como gerencia. En algunos países la administración está más referida a lo público y la gerencia a lo privado. En los libros clásicos se toman como sinónimos administración y gerencia. En el glosario del CINDA, por ejemplo, aparece gestión como equivalente a administración. Lo esencial de los conceptos administración, gestión y gerencia está en que los tres se refieren a un proceso de "planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar" como lo planteara H. Fayol al principio del siglo o Koontz

### **Definiciones.-**

Es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructura y mejorar un organismo social. En pocas palabras podríamos decir que "Administración es la técnica de la coordinación". Definición Real (Reyes Ponce).

"Es la DIRECCIÓN de un organismo social y su efectividad en alcanzar sus objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes". (Koontz y O'Donnell).

Muchos autores la definen de diversas formas, para efectos didácticos, diremos que es: "La ciencia social compuesta de principios técnicas y prácticas y cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr".

### **Procesos de la Administración.**

- **Planeación:** Consiste en determinar lo que se va a hacer y determinar el curso de acción a seguir, fijando las políticas que son principios para orientar la acción a seguir los procedimientos en la secuencia de la operación.
- **Organización.-** La creación de una estructura, la cual determine las jerarquías necesarias y agrupación de actividades, con el fin de simplificar las mismas y sus funciones dentro del grupo social.
- **Dirección:** Comprende la influencia del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación.
- **Control:** El proceso de determinar lo que se está llevando a cabo, a fin de establecer las medidas correctivas necesarias y así evitar desviaciones en la ejecución de los planes.

- **Hostelería:**

**Definición de hospitalidad.-**

La palabra hospitalidad para el autor Dittmer (2002) tiene un significado total proveniente de longevas raíces. Puesto que se remonta a la civilización romana donde surge del latín el verbo hospitare, es decir, “recibir como un huésped “. Se dice que el significado primordial se centra en un anfitrión pues es quien recibe, da la bienvenida e intenta satisfacer las necesidades temporales de las personas que se encuentran lejos de casa. También es importante mencionar que existen otras palabras estrechamente relacionadas con el tema como lo son hospital de enfermos terminales o albergues.

La definición de hospitalidad para Power (1998), tiene un significado más amplio que restaurantes y hoteles. Debido a que esta palabra es tan antigua para el autor significa recibir y entretener a invitados , visitantes o extraños , con libertad y benevolencia,. Sin embargo en la búsqueda de proveer comida, bebida y alojamiento se encuentra con problemas, los cuales radican con contar con la inversión monetaria necesaria, construir un lugar especializado `para el mismo, limpieza y el mantenimiento del lugar, la preparación y el servicio en pos de satisfacer al cliente, entre otros punto igual de importantes.

**La industria de la hospitalidad.-**

Se dice que la industria de la hospitalidad reside en el negocio de proveer comida, bebida y alojamiento, tanto en su forma individual como combinado cada uno de estos factores sumamente importantes, aunque es vital tomar en cuenta que estos servicios por lo general son ofrecidas a turistas sin embargo también los clientes locales son una fuente importante de ingreso para este tipo de empresas. Cabe destacar que estos servicios o bienes se ofrecen en restaurantes u hoteles. Empero muchos negocios

enfocados a los restaurantes centran su atención a residentes de su área, debido a la constante asistencia que estos puedan tener en comparación de visitantes foráneos (dittmer, 2002).

La industria de la hospitalidad para Ángel y Wladimir (1998), con el tiempo ha aumentado pues anteriormente el sector poblacional que disponía del tiempo y dinero para disfrutar de bienes y/o servicios tales como entretenimiento, comida alojamiento y viajes, era reducido, pero en la actualidad el porcentaje es más alto. Lo cual nos da una idea más amplia de cómo la industria de la hospitalidad se ha ido acrecentando día a día.

### La empresa hotelera como sistema.

Si se considera a la empresa como un conjunto de elementos, y éstos se encuentran en relación directa o indirecta con el entorno, entonces la empresa es un sistema y que gráficamente se expone en la siguiente figura tomada del libro Hoteles, gerencia, seguridad y mantenimiento de César Ramírez Cavassa.(1995)

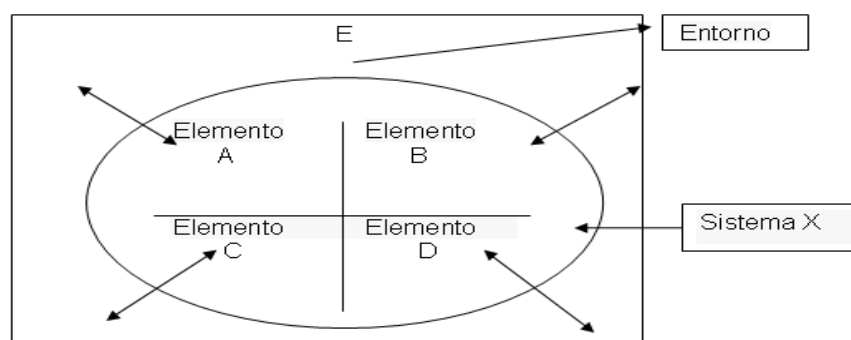


Figura 01. Componentes del sistema

**Fuente:** César Ramírez Cavassa. Hoteles, gerencia y mantenimiento. 1995

Según César Ramírez en; Hoteles, gerencia, seguridad y mantenimiento existen dos clases o tipos de sistemas:

- Sistema cerrado: Es aquel que no tiene retroalimentación del ambiente, por ejemplo: el de alumbrado (interruptor).



- Sistema abierto: Es aquel que intercambia relaciones con el ambiente, por ejemplo: la empresa.

César Ramírez, en *Gestión Administrativa para empresas turísticas* afirma que varios seguidores de la escuela *Open Systems Approach* (Ferrester, Churchman, Ackoff y Heyvaert) consideran que la empresa debe analizarse como un sistema abierto, esto es, capaz de intercambiar energía con su entorno. Así como la empresa es un conjunto rodeado de un entorno en donde encuentra sus factores de producción (capital, mano de obra, tecnología y materia prima).

### **El hotel como empresa de servicio**

En el marco de la organización económica empresarial, la hotelería cumple con una misión, o sea, adopta un rol que determina su funcionalidad y contribución al proceso operativo de la organización.

En tal sentido, según Ramírez Cavassa (1995), de una simple actividad hospitalaria en siglos pasados, la hotelería pasó a convertirse en una actividad organizada que obedece a aspectos técnicos, económicos y comerciales; ello le obliga a considerar su función del todo socioeconómica con un rol estrictamente de servicio. Tanto el viajero en goce del tiempo libre, como el viajero por negocios, necesitan, en su punto de llegada o de tránsito, un lugar de residencia y ciertas comodidades y medios de trabajo, como teléfono, fax, salas de recreo, traductores, secretarías, ambientes de lectura, etc. Esto amplía de por sí, el concepto de residencia hotelera como un todo organizado, con opciones diversas encaminadas a cumplir con su rol de servicio.

El hotel, como organización de tipo empresarial con fines de lucro y funciones administrativas diversas, requiere una gran profundización en su esencia y en sus objetivos. La administración de servicios es, ante todo, una actividad múltiple de

conocimientos técnicos y humanos en lo referente a sistemas, administración, finanzas, planeación, seguridad, mantenimiento y presupuesto; así como de conocimiento de la personalidad, comportamiento individual y de grupos, necesidades, motivaciones, y vivencias sociales.

El gerente o director general de un hotel, y los demás directivos, deben estar preparados en los dos tipos de disciplinas, si se pretende administrar de la manera más profesional y no empírica, un establecimiento hotelero. La tipología de las empresas hoteleras deriva en primer lugar de la consideración de los sectores del mercado, o sea, de la calidad del servicio y de la diversidad de las prestaciones a disposición del cliente; en segundo lugar, de la consideración de la destinación prevaleciente del hotel, es decir de las expectativas que el turista desea encontrar y satisfacer.

Según Juan López García (2004), existen diversas clasificaciones en el mundo de hoteles, en función de los servicios y diversidad de las prestaciones como son:

- Hotel de ciudad o de tránsito.
- Hotel de vacaciones.
- Hotel residencia.
- Motel.
- Hotel de cura.
- Viaje turístico.

### **La Tipología y descripción de la empresa hotelera**

La Revista Suplemento Apuntes No.6, la Habana, 2002, plantea, que existen varias formas para definir los tipos de hoteles, y los principales son:

**a.- Por tamaños (Grandes, medianos y pequeños)**

Esta clasificación se utilizó inicialmente bajo el criterio del número de habitaciones disponibles; sin embargo esta forma es poco objetiva, ya que para algunas ciudades un hotel de 100 habitaciones puede ser grande, pero en otra puede ser mediano.

**b.- Según la Ubicación:**

- Hotel Metropolitano (Ciudad)
- Hotel de Carretera (Moteles)
- Hotel de Playa
- Hotel de Montaña

**c.- Según su Tiempo de Operación:**

- Hotel Permanente: Que funciona todo el año.
- Hotel de Estación: Opera en ciertas épocas del año generalmente.

**d.- Según la motivación de la Clientela:**

- **Hotel Comercial:** preferido por las personas que viajan por razones de negocio, debido a las facilidades y ubicación que ofrece.
- **Hotel Vacacional:** cuenta con instalaciones, ubicación propia para viajeros en busca de ocio y recreación.
- **Hotel Residencial:** adecuado para estadías prolongadas, sus habitaciones cuentan con instalaciones que facilitan una estadía larga como habitaciones con sala, desayunador cocineta con el equipo y utensilios necesarios para cocinar.

**e.- Según la Calidad:**

Existen varios sistemas para calificar la calidad de los servicios hoteleros; los que más se toman en cuenta son:

- **Sistema de vocablos descriptivos:** Considerando el hotel de lujo como al de óptima categoría, le siguen en orden descendente, superior de primera, ordinario de primera, superior de turista y ordinario de turista
- **Sistema de clave de letras:** La categoría óptima es AA siguiéndole en orden descendente, A, B, C, Y D.
- **Sistema de Diamantes:** Utilizado por la AAA.
- **Sistema de estrellas:** La categoría óptima es de cinco estrellas descendiendo hasta una estrella, este sistema es el más conocido y es el utilizado en Cuba.

**Formas de Administración de la empresa hotelera**

Este criterio se refiere a la relación entre propietario y administrador.

**a.- Administrado por el mismo dueño.-**

Es la posesión directa de una o más propiedades por una persona o compañía. Los hospedajes y pequeños hoteles que pertenecen y son operados por un matrimonio o una familia, son ejemplos comunes de este tipo de propiedad. Las propiedades más grandes que pertenecen a una de las principales compañías hoteleras como Marriott o Hilton también se clasifican dentro de esta categoría, ya que son dueños de la propiedad.

**b.- Franquicia**

Una franquicia es la autorización que da una compañía, o franquiciante, para utilizar las ideas, métodos (KNOW HOW) y marcas registradas de la compañía de un

negocio como Hotel o Restaurante al pagar una cuota inicial, el franquiciatario obtiene una licencia de marca registrada planos arquitectónicos, anteproyectos, diseños, capacitación y métodos de operación. El franquiciatario es responsable de financiar la construcción de la propiedad.

El franquiciatario puede ser un individuo, una sociedad, una corporación pequeña o un grupo de inversionistas y debe guiarse por los estándares de calidad y especificaciones de producto establecidos por el franquiciante, pero el franquiciatario es el dueño legal de la empresa.

El contrato de franquicia es un contrato entre franquiciante y el franquiciatario, describe las obligaciones de ambos, así como las razones para la terminación del contrato.

Los manuales de operación cubren temas tales como prácticas contables, procedimientos de mantenimiento, ventas y mercadotecnia publicitaria, contratación de personal, capacitación y control de inventario.

### **c.- Contrato de administración**

Mediante un contrato de administración, el dueño de una propiedad contrata a una compañía administradora de hoteles para operar el establecimiento. La compañía administradora debe presentar reportes financieros periódicos a los dueños y cumplir con las políticas referentes a la operación, administración, mantenimiento, contratación de personal y apariencia del hotel.

La empresa administradora local generalmente conoce mejor el mercado, las condiciones económicas, las mejores ubicaciones, los precios de los inmuebles y la escala de sueldos del área.

Todos los hoteles, independientemente de sus características, desempeñan de una manera u otra las mismas funciones básicas: (Arteaga Prado, Yairin. Cruz Bravo, Martha, 2005)

- Funciones Administrativas.
- Planeación estratégica.
- Control de ingresos egresos.
- Contratación de recursos humanos.
- Funciones Operativas.
- Servicio al Cliente.
- Limpieza y Mantenimiento.
- Alimentos y Bebidas.

Las funciones Administrativas se realizan por los siguientes departamentos:

Gerencia General, Recursos Humanos, Contabilidad, Mercadeo y Ventas.

Las funciones de Operativas se realizan en los departamentos de:

**a.- En la División de Alimentos y Bebidas que incluye:**

Cocina, Restaurante, RoomService, Bar, Eventos y Banquetes.

**b.- En la División cuartos que incluye:**

Recepción, Reservas, Telefonía, Ama de Llaves, Seguridad, Mantenimiento.

**Organización de un Hotel Grande**

Las diversas instalaciones del resort forman un conjunto muy completo de la vida moderna. Para administrar y operar este sistema residencial complejo, se requiere

un personal numeroso organizado en muchos departamentos. Tiene los mismos ocho departamentos básicos que un hotel de mediana categoría, pero el número de unidades y el número de su personal son mayores.

El resort es administrado por un director ejecutivo a quien le asiste un director o gerente general y un grupo de subdirectores o subgerentes.

- El departamento de relaciones humanas.
- Departamento de división de cuartos.
- Departamento de alimentos y bebidas.
- Departamento de servicios a los huéspedes.
- Departamento de comercialización y ventas. (marketing)
- Departamento de contabilidad.
- Departamento de seguridad.
- Departamento de mantenimiento.

### **Perspectiva del empleo.**

Las oportunidades de progresar existen en todos los departamentos. Quizás en ningún otro campo existan oportunidades tan amplias para cada empleado, en cada nivel, no solo dentro del hotel sino en toda la industria mundial de la hospitalidad.

## **2.2. MARCO CONCEPTUAL**

### **ACTIVIDAD TURÍSTICA:**

Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son

objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios. (OMT: 2013)

### **ESTRATEGAS:**

Son individuos claves responsables del éxito o fracaso de una empresa o industria. Ellos tienen diferentes títulos como: ejecutivos, jefes, presidentes, propietario, decano, empresarios, etc.

Debido a que los estrategas son seres humanos ellos difieren en sus actitudes, valores, sentido de ética, preocupación por la rentabilidad, preocupación por el corto plazo contra la preocupación por el largo plazo y estilo gerencial. (OMT: 2013)

### **FORMULACIÓN DE LA MISIÓN:**

Es la que identifica el alcance de las operaciones de una empresa de otras parecidas, en los aspectos del producto y del mercado. Incorpora la filosofía de los estrategas de una organización. Revela el concepto de una organización, su principal producto o servicio y las necesidades principales del cliente que la firma se propone satisfacer. (OMT: 2013)

### **FORTALEZAS INTERNAS:**

Son actividades internas de una organización que se lleva a cabo especialmente bien. Las funciones de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo de un negocio deben auditarse o examinarse con el objeto de identificar y evaluar fortalezas internas en especial importancia. (OMT: 2013)



**DEBILIDADES INTERNAS:**

Se refiere a las actividades internas de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo que limitan o inhiben el éxito general de una organización. Una industria debe tratar de seguir estrategias que efectivamente mejoren las áreas con debilidades internas. (OMT: 2013)

**OPORTUNIDADES EXTERNAS:**

Son tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así a hechos que podrían de forma significativa beneficiar a una organización en el futuro. La resolución de los computadores, la biotecnología, los cambios en la población, cambios valores y actitudes con respecto al trabajo, la tecnología espacial, así como la cada vez mayor competencia de las empresas extranjeras son algunos de los cambios más importantes. (OMT: 2013)

Por ejemplo: Una oportunidad externa que afronta la compañía Singer es el hecho de que el mercado aeroespacial se espera que se amplíe cuatro veces entre 1984 y 1990. Como consecuencia de ello, las máquinas de coser están siendo relegadas a un segundo plano en la Singer, está ahora concentrado en los mayores recursos de la empresa en el área aeroespacial. (OMT: 2013)

**AMENAZAS EXTERNAS:**

Ellas consisten en tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como hechos que son potencialmente dañinos para la posición competitiva presente o futura de una organización.

Por ejemplo: Áreas específicas en donde los competidores son especialmente fuertes, disturbios en el medio oriente, tasas de interés en alza, etc. (OMT: 2013)

**OBJETIVOS:**

Resultados a largo plazo que una organización aspira a lograr a través de su misión básica. Los objetivos deben ser: medibles, razonables, claros, coherentes y estimulantes. (OMT: 2013)

**ESTRATEGIAS:**

Son los medios por los cuales se lograrán los objetivos. Incluyen expansión geográfica, diversificación, adquisición de competidores, obtención del control de proveedores, penetración en el mercado.

Por ejemplo: Una industria de costura de telas, siguió una estrategia de cambio y de reducción. Su plan estratégico consistió en eliminar operaciones de gastos, generar efectivo en producción con crecimiento lento y acelerar la expansión en producción de crecimiento más rápido. (OMT: 2013)

**METAS:**

Son puntos de referencia o aspiraciones que las organizaciones deben lograr, con el objeto de alcanzar en el futuro objetivo a un plazo más largo. Deben ser medibles, cuantitativos, realistas, estimulantes, coherentes y prioritarias. Deben ser fijadas a niveles empresariales, divisionales y funcionales en una organización. Deben formularse en términos de logro de gerencia, mercadeo, finanzas, producción e investigación y desarrollo. (OMT: 2013)

**POLÍTICAS:**

Forma por medio de la cual las metas fijadas van a lograrse, o las pautas establecidas para respaldar esfuerzos con el objeto de lograr las metas ya definidas. Son

guías para la toma de decisiones y se establecen para situaciones repetitivas o recurrentes en la vida de una estrategia. Las políticas se pueden fijar a nivel empresarial y aplicarse a toda la organización, o se pueden establecer a nivel de divisiones y aplicarse solamente a ciertos departamentos o actividades operativas. (OMT: 2013)

## **2.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1 Hipótesis general:**

La inversión hotelera es escasa en Puno en comparación a las regiones de Arequipa y Cusco y tiene efectos directos en la demanda de turistas extranjeros

### **2.3.2 Hipótesis específicos:**

Las características de la inversión hotelera en las regiones de Puno, Arequipa y Cusco, son heterogéneas principalmente en la categoría de cinco estrellas.

Los efectos de la inversión hotelera son significativos en la demanda de los turistas extranjeros de las regiones de Puno, Arequipa y Cusco.

### **2.3.3 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES**

#### **Variable independiente:**

Inversión hotelera

#### **Variable dependiente:**

Demanda de turistas extranjeros a las regiones de Puno, Arequipa y Cusco

**Tabla 01** Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTOS
<b>Variable independiente:</b>  Inversión hotelera	Hoteles cinco estrellas	Revisión bibliográfica.	Fichas bibliográficas y resumen.
	Hoteles cuatro estrellas	Método de Observación.	Ficha de recolección de datos
	Hoteles tres estrellas		
	Hoteles dos estrellas	Encuestas	Formato del cuestionario.
	Hoteles una estrella	Fotografía	
<b>Variable dependiente</b>  Demanda de turistas extranjeros a las regiones de Puno, Arequipa y Cusco	Arribo de turistas a Puno	Encuestas	cuestionario
	Arribo de turistas a Arequipa	Entrevista	
	Arribo de turistas a Cusco	Revisión bibliográfica	

**Fuente:** Elaboración propia en base al marco teórico

## CAPÍTULO III

### MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Tipo de investigación

El tipo de estudio es de carácter descriptivo, a fin de aproximarnos al problema y así conocer cómo estos fenómenos se presentaron, tanto en sus componentes, características más saltantes, que nos permita contrastar la hipótesis con la realidad.

#### 3.2 Métodos generales de investigación

Desarrollar un trabajo de investigación, requiere la aplicación de un conjunto de estrategias o procedimientos denominados métodos, los que nos van a permitir arribar a los resultados que se busca, en este caso demostrar las hipótesis y cumplir con los objetivos trazados; es así que se emplean los siguientes métodos generales de investigación: método deductivo a inductivo, método analítico, sintético y el método estadístico.

#### 3.3 Técnicas de investigación

A diferencia de los métodos, las técnicas constituyen elementos de investigación más precisos, específicos y concretos en la ejecución de la investigación, a través de las técnicas operacionalizamos los diversos indicadores en la práctica, entre ellos tenemos:

**Técnica documental o bibliográfica.-** Nos permite revisar la documentación de carácter teórico sobre la materia, elementos de sustento en la ejecución de la tesis.

**Técnica de la encuesta.-** Mediante esta técnica, apoyados de un instrumento de recolección de datos se aplica una encuesta a turistas extranjeros, sobre el tema materia de la investigación.

**Técnica de la Estadística.-** Los datos obtenidos en el trabajo de campo, fueron cuantificados, luego sometidos a un tratamiento estadístico, como elemento que ofrece mayor nivel de precisión y confiabilidad cuando se trata de medir los resultados.

### **3.4 Unidades de análisis**

Los elementos de los cuales se obtiene la información para realizar la investigación, está conformada por:

Administradores de hoteles del turismo de Cusco Arequipa y Puno

### **3.5 Tamaño de la muestra**

Se aplica censo a los 08 administradores de hoteles de turismo para conocer las causas de la escasa inversión extranjera hotelera en la provincia de Puno especialmente en hoteles cinco estrellas.

## CAPÍTULO IV

### CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1 CARACTERIZACION DE LAS AREAS DE ESTUDIO:

##### 4.1.1 DEPARTAMENTO DE PUNO

Puno es un departamento del Perú situado en el sureste del país. Ocupa 67 mil km<sup>2</sup> de territorio conformado por la mitad occidental de la Meseta del Collao, al oeste del lago Titicaca, y las yungas amazónicas al norte. Limita al este con territorio boliviano, al suroeste con los departamentos de Tacna, Moquegua y Arequipa, al oeste con el del Cuzco y al norte con Madre de Dios.

Se estima que en esta parte del Altiplano se ubica el centro de origen de la papa cultivada. El Collao fue territorio de la antigua cultura Tiahuanaco a mediados del I milenio. Posteriormente, se desarrollaron en la región diversos señoríos conquistados por el Imperio incaico hacia el siglo XV. Durante la Colonia, fue una importante zona comercial. A fines del siglo XVIII, fue importante teatro de operaciones de la Rebelión de Tupac Amaru II en sus dos fases. Fue creado como departamento el 26 de abril de 1822 en sustitución de la intendencia colonial con antelación a la expulsión de los realistas acantonados en la zona, efectuada recién en 1824 tras la Batalla de Ayacucho.

## Historia

En algunos valles del departamento de Puno hay algunos petroglifos de origen Amazónico que prueban que los amazónicos se metieron a la sierra en tiempos arcaicos (petroglifos de Quiaca). Coincidentemente según Juan B. Palao Berastain, las Etnias urus provienen de la Amazonía. Son datos biológicos comprobados a través del ADN y pertenecerían al grupo de los Arawac.

Respecto de los Uros o Urus, el investigador Arthur Posnansky menciona en uno de sus escritos que se les ha preguntado a los Urus, si el nombre de su raza era verdaderamente el de Uru, y contestaban que así los llamaban a ellos los aymaras por insulto, porque Iván por la noche a pescar y cazar, pero el verdadero nombre de su casta es Kjotsuñi, lo que quiere decir "Hombres del lago" y se consideran la raza primigenia de América.

En los siglos siguientes, se desarrollaron varias culturas andinas como la cultura Pucará, entre los años 100 a. C. y 300 d.C.,<sup>2</sup> que fue antecesora de los antiguos pueblos que formaron la cultura Tiahuanaco que se propagó cerca del lago Titicaca entre los 300 a. C. y 1000 d. C. quienes dominaron la arquitectura monumental en piedra labrada, como la famosa Puerta del Sol (ubicada en Bolivia), que tiene grabado al dios Viracocha.

Los Reinos aimaras, señoríos aimaras o reinos lacustres fueron un conjunto de pueblos amerindios que florecieron hacia el período intermedio tardío, posterior a la caída de la cultura Tiahuanaco cuyas sociedades se ubicaron geográficamente en el Altiplano andino o meseta del Collao, que -de norte a sur- ocuparon territorios desde Canchis y Canas hasta Potosí, usaron la lengua Aimara y Puquina. Entre la arquitectura aymaramas importante encontramos las *chullpas* Lagarto y Karachi de Sillustani.



En el departamento hay también muchos sitios arqueológicos casi desconocidos pero muy importantes como por ejemplo la fortaleza de Trinchera, y las Tumbas de ColoColo, cerca de Patambuco o el Portal de AramuMuru cerca de Juli.

Con los años, las diferentes etnias se agruparon alrededor del lago Titicaca. Se atribuye Viracocha Inca haber impuesto el quechua entre los aymaras de Puno y a Pachacútec su conquista tras una fuerte resistencia.

En el virreinato, la región fue centro de codicias por sus riquezas minerales, especialmente los lavaderos de oro.

En 1870 se instala la línea férrea Arequipa-Puno y se inicia la navegación lacustre.

### **Geografía**

La región Puno se localiza en la sierra sudeste del país, en la meseta del Collao a:  $13^{\circ}00'66''00''$  y  $17^{\circ}17'30''$  de latitud sur y los  $71^{\circ}06'57''$  y  $68^{\circ}48'46''$  de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Limita por el Sur, con la región Tacna. Por el Este, con la República de Bolivia y por el Oeste, con las regiones de Cusco, Arequipa y Moquegua. La región Puno se encuentra en el Altiplano entre los 3,812 y 5,500 msnm y entre la ceja de Selva y la Selva alta entre los 4,200 y 500 msnm. Cabe mencionar que la capital del departamento es la ciudad de Puno y está ubicada a orillas del lago Titicaca.

**Ríos** Suche, Huancané, Ramis, Coata, Ilave, Desaguadero y San Gabán.

**Lagos:** Titicaca (el lago navegable más alto del mundo) y Arapa.

**Lagunas:** Lagunillas, Saca Cocha y Umayo.

**Islas:**En el lago Titicaca: Amtnjjiyantani, rdtnd Taquile, Soto, el archipiélago de las Islas Chirita, Ustute, Quipata, Chilata, Suasi, Esteves.

En el lago Huiñaimarca: Sicaya, Lote, Caana, Pataguata y Yuspique.

**Nevados:** Viscachani (6.000 msnm) y Ananea Grande (5.830 msnm).

**Abras:** Cruz Laca ( a 4.850 msnm) y Sipitlaca (a 4.800 msnm) en Chucuito; Iscay Cruz (a 4.800 msnm) en San Antonio de Putina; Susuyo (a 4.375 msnm) en Carabaya.

#### 4.1.2 DEPARTAMENTO DE AREQUIPA

Arequipa es un departamento del Perú ubicado en la parte sur del país. Cuenta con 528 km de costas en el océano Pacífico, el litoral regional más extenso y limita con los departamentos de Ica, Ayacucho, Apurímac, Cuzco, Puno y Moquegua. La zona costera es una de las porciones más secas del desierto costero, entretanto la región interior andina presenta valles escarpados y cañones.

El departamento tiene una población de 1,15 millones de habitantes, el 71,3% de los cuales reside en la capital, la ciudad de Arequipa. El nivel educativo promedio es superior a la media nacional; tiene una tasa de analfabetismo del 4,9% y el 10% de la población tiene estudios superiores. Ya que cuenta con ocho universidades. Tiene ocho provincias, de las cuales las más desarrolladas por el volumen de sus contribuciones económicas son Arequipa, Islay y Caylloma. Las Principales Ciudades de la región, son primeramente, la capital, Arequipa, por su comercio e industrias, el turismo también es importante en Arequipa. la mina cerro verde es parte importante de su economía, después le sigue la ciudad de Mollendo, por el puerto de Matarani, el turismo de playa y por su agricultura, prontamente por la petroquímica y la mina tía María, seguidamente

del pueblo de Chivay, por su turismo, gracias al cañón del colca, y el pueblo de camaná, gracias al puerto de Quilca y al turismo de playa.

El 16,6% de la red de carreteras en el departamento es asfaltado, siendo Arequipa, Caravelí, Camaná y Caylloma las provincias con el porcentaje más alto de este tipo de superficie. Este es el segundo departamento más interconectado en términos de telecomunicaciones, después de Lima, ya que tiene 111,2 mil líneas de telefonía fija, con una teledensidad de 9 líneas por cada 100 habitantes y una densidad de 31,84 líneas móviles por cada 100 habitantes.

### **Historia**

La historia de Arequipa se remonta hace 8000 años. Su territorio fue ocupado inicialmente por el imperio Wari. Luego, la cultura Churajón dejó huellas de su paso en obras de riego, andenerías y tierras cultivadas. En el norte de sus valles se desarrolló la cultura Chuquibamba, que se extendió hasta las provincias sureñas de Ayacucho y tuvo contactos con el Cuzco. La leyenda menciona que Arequipa fue fundada por el cuarto inca, MaytaCápac, quien estuvo con su ejército en dicha zona. Cuando dispuso el desplazamiento de su gente, hubo quienes le pidieron quedarse, respondiendo el inca “ariqipay”, que en lengua quechua significa “sí, quédense”.

Tiempo después, los conquistadores españoles fundaron la capital de la región en las faldas del Misti el 15 de agosto de 1540. Después de esa fecha y a lo largo de más de tres siglos la ciudad fue poblada por familias españolas. Es así que Arequipa fue la ciudad del Perú con más españoles. Su primer alcalde fue el distinguido conquistador D. Juan de la Torre y Díaz Chacón. En la época republicana ocurrieron aquí los alzamientos de Ramón Castilla, Mariano Ignacio Prado, Nicolás de Piérola Villena, Luis Miguel Sánchez Cerro y otros más. En época moderna de estadistas

como José Luis Bustamante y Rivero y Fernando Belaúnde Terry. Arequipa es el cimiento del complejo económico del sur del Perú.

### **Geografía**

Está ubicado al suroeste del Perú, frente al Océano Pacífico con 528 kilómetros de litoral. Debido a esa ubicación, es el centro comercial de la zona sur del país, que incluye los departamentos de Apurímac, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno y Tacna; y, es parte del corredor turístico del sur peruano, lo que significa que está interconectado con el 40% del país, y encaramada sobre un repecho o cuesta en la Cordillera de los Andes. Limita al noreste con Ica y Ayacucho; por el norte, con Apurímac y Cusco; por el este, con Moquegua y Puno; por el sudoeste, con el océano Pacífico.

**Latitud sur:** 14°36'6".

**Longitud oeste:** Entre meridianos 71°59'39" y 75°5'52".

**Clima:** Templado y relativamente seco; su temperatura varía entre los 21 °C y los 10 °C. De enero a marzo tiene lluvias moderadas. El sol brilla casi todos los días del año.

**Ríos más importantes:** Tambo, Ocoña, Majes y Chili.

**Volcanes:** Coropuna (6.425 msnm), Ampato (6.288 msnm), Solimana (6.093 msnm), HualcaHualca (6.025 msnm), Chachani (6.057 msnm), Misti (5.822 msnm) y PichuPichu (5.664 msnm).

**Cordilleras:** Cordillera de Ampato, Cordillera Chila y Cordillera Volcánica

**Abras:** Apo Apacheta (5.100 msnm) en Castilla; Chucura (4.720 msnm) en Caylloma y Visca (4.650 msnm) en La Unión y Condesuyos.

**Islas:** Hornillos, Blanca, Casca y Saragosa.

**Lagunas:** Mucurca, Salinas y la reserva nacional Lagunas de Mejia.

#### 4.1.3 DEPARTAMENTO DE CUSCO

El Cusco es un departamento del Perú situado en la parte suroriental del país. Tiene un área de más de 71,9 mil kilómetros cuadrados que comprende territorios mayormente montañosos, los más bajos cubiertos por la selva amazónica.

En esta región se encuentran las primeras civilizaciones andinas con la influencia de Huari y Tiahuanaco. Es también cuna del Imperio inca y sitio de la resistencia de los Incas de Vilcabamba tras la Conquista del Perú. Es en este departamento, en la hacienda Marcahuasi (Mollepata), donde en el siglo XVI se cultivaba la primera vid del continente americano y se produce el primer pisco.

Sus principales recursos agrícolas son el maíz, la cebada, la quinua, el té y el café. En minería sobresale el oro y en energía el gas.

La ciudad del Cuzco está considerada como la ciudad viviente más antigua de América, con una edad aproximada de 3.000 años. El natural desarrollo de la ciudad se vio truncado con la llegada de los españoles, el 15 de noviembre de 1533. En 1536 Manco Inca empezó una guerra contra los invasores, que tuvo su continuación en las rebeliones de Túpac Amaru I y, mucho después Túpac Amaru II, ambos martirizados en la Plaza Mayor. Entre 1814 y 1815 Mateo Pumacahua inició otra revuelta indígena. En 1933 en Argentina, se declaró a la ciudad del Cuzco como

la "Capital Arqueológica de América del Sur". En 1978, en Italia, se nombró al Cuzco como "Herencia Cultural del Mundo". El 9 de diciembre de 1983, la Unesco declaró al Cuzco como "Patrimonio Cultural de la Humanidad". La Constitución peruana de 1993 declara al Cuzco como la "Capital Histórica del Perú".

### Geografía

- **Ríos más importantes:** Urubamba, Vilcanota y Apurímac.
- **Cordilleras:** Cordillera de Urubamba, Cordillera de Vilcabamba y Cordillera de Vilcanota
- **Nevados:** Ausangate (6,384 msnm), Salcantay (6,271 msnm), Callangate (6,110 msnm), Chumpe (6,106 msnm), Alcamarinayoc (6,102 msnm), Verónica (5,682 msnm)
- **Abras:** Chimboya (5,150 msnm) en Canchis; HuallaHualla (4,280 msnm) en Quispicanchi; Huaylla Apacheta (4,700 msnm) en Chumbivilca y La Raya (4,313 msnm) en Canas.

**Pongos** (*Pasos angostos y peligrosos de ríos*, del quechua *punku* que significa puerta): Mainique y Timpia (500 msnm) en La Convención.

**Lagunas:** Sabinacocha, Pomacanchi y Languilayo.

### Ubicación

Ubicado en la región sur oriental del Perú, comprende zonas andinas y parte de la selva alta. Limita al norte con Ucayali, al sur con Arequipa y Puno, al este con Madre de Dios y Puno y al oeste con Arequipa, Apurímac, Ayacucho y Junín.

**Creación:** Se pierde en la antigüedad.

**Superficie:** 71,891 km<sup>2</sup>.

**Latitud Sur:** 11° 13'19"

**Longitud oeste:** entre meridianos 72° 59'52" y 73° 57' 45"

**Densidad demográfica:** 16,3 hab./km<sup>2</sup>.

**Población:** Total: 1 171.403 habitantes (Censo 2007).

**Capital del Departamento:** Cuzco (3.399 msnm)

• **Provincias:** Acomayo, Anta, Calca, Canas, Canchis, Cuzco, Chumbivilcas, Espinar, La Convención, Paruro, Paucartambo, Quispicanchi y Urubamba

**Distritos:** 108.

**Clima:** Su clima es frío y seco de mayo a diciembre y lluvioso en los meses de enero hasta abril. La temperatura media en la capital es de 12 °C siendo la máxima de 18 °C y la mínima alrededor de 4 °C más o menos. En la selva amazónica es tropical

## CAPÍTULO V

### EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

#### **5.1. Características de la inversión hotelera en las regiones de Puno, Arequipa y Cusco**

Las características de la inversión hotelera se describen de acuerdo a la cantidad de establecimientos de hospedaje hoteleros registrados en el MINCETUR, realizando una comparación del número de establecimientos de una a cinco estrellas, con lo que también se determina el segmento al que se ofrece el servicio, el tipo de turista y el nivel de desarrollo de las inversiones hoteleras en Arequipa, Cusco y Puno, para asumir políticas de promoción de inversión en este rubro del turismo que es componente importante del producto turístico, descripción que a continuación se detalla.



**Tabla 02** *Establecimiento de hospedajes categorizados de una estrella*

<u>Región</u>	<u>Una estrella</u>	<u>Porcentaje</u>
Arequipa	50	47%
Cusco	44	41%
Puno	13	12%

**Fuente:** Elaboración propia en base hospedaje hoteleros registrados en el MINCETUR

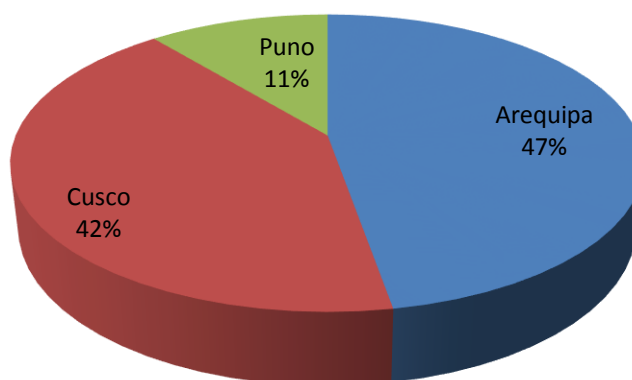
La inversión hotelera en establecimientos de hospedaje de una estrella comparando las tres regiones es mayor en la región de Arequipa que representa el 47% por el tipo de turismo que reciben que son clientes corporativos al ser Arequipa una ciudad de eventos, en segundo orden la región de Cusco que representa el 41% y finalmente Puno con el 12% de la oferta hotelera comparada.

**Tabla 03** *Establecimiento de hospedajes categorizados de dos estrellas*

<u>Región</u>	<u>Dos estrellas</u>	<u>Porcentaje</u>
Arequipa	146	50%
Cusco	117	40%
Puno	28	10%

**Fuente:** Elaboración propia en base hospedaje hoteleros registrados en el MINCETUR

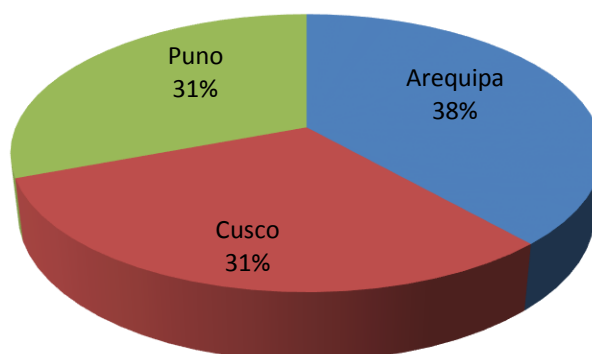
Al igual que en la oferta de los establecimientos de hospedaje categorizados de una estrella, la inversión hotelera en establecimientos de hospedaje de dos estrellas comparando las tres regiones es mayor en la región de Arequipa que representa el 50%, en segundo orden la región de Cusco que representa el 40% y finalmente Puno con el 10% de la oferta hotelera.



*Figura 02* Establecimiento de hospedajes categorizados de tres estrellas

**Fuente:** Elaboración propia en base hospedaje hoteleros registrados en el MINCETUR

En esta categoría de establecimientos de hoteleros categorizados según MINCETUR al año 2015, el mayor porcentaje de inversiones se localiza en la región de Arequipa que representa el 47%, en segundo lugar la región de Cusco 42% y en último lugar de inversión en la categoría tres estrellas es Puno representando el 11%

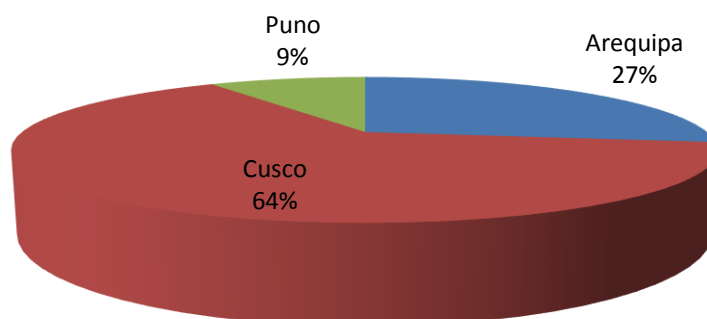


*Figura 03* Establecimiento de hospedajes categorizados de cuatro estrellas

**Fuente:** Elaboración propia en base hospedaje hoteleros registrados en el MINCETUR

La brecha respecto de las inversiones hoteleras en las tres regiones se reduce en la categoría de cuatro estrellas por dirigirse este servicio al segmento prioritario turístico internacional, siendo aún el que lidera las inversiones la región de Arequipa con el 38%,

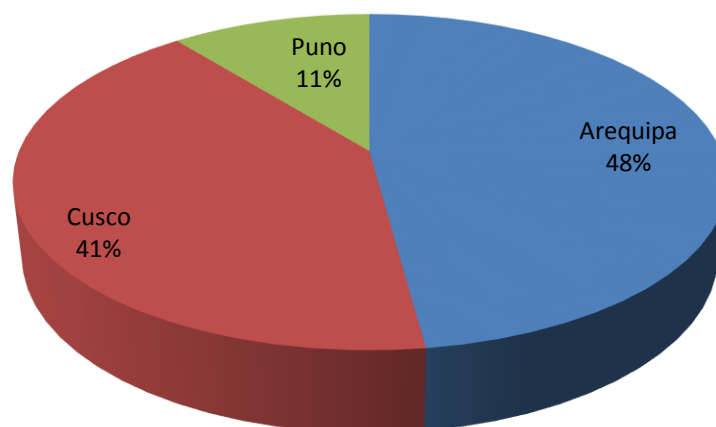
le sigue la región de Cusco con el 31% y finalmente la que tiene menor inversión es Puno con el 31%, pese a ser un destino turístico importante en el Perú.



*Figura 04* Establecimiento de hospedajes categorizados de cinco estrellas

**Fuente:** Elaboración propia en base hospedaje hoteleros registrados en el MINCETUR

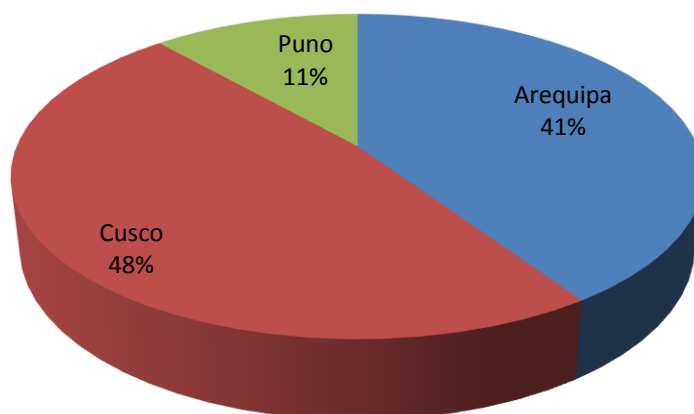
Respecto de la inversión en establecimientos hoteleros de cinco estrellas el cual en términos económicos es mayor, la región que tiene mayores inversiones es la de Cusco con el 64% al ser una región altamente turística en el Perú en segundo lugar comparativamente la región de Arequipa que representa el 27% y finalmente la región de Puno con el 9% pese a que Puno recibe turistas extranjeros más años que la región Arequipa, no ha desarrollado su industria turística hotelera en esta categoría.



*Figura 05* Total de establecimientos de hospedajes categorizados

**Fuente:** Elaboración propia

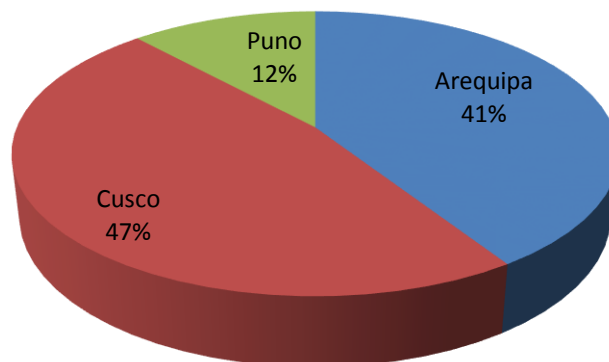
En términos generales el mayor número de inversiones en establecimientos hoteleros categorizados se observa en la región de Arequipa con el 48% seguida por la región de Cusco con el 41% y finalmente una inversión bastante reducida en Puno con el 11%.



*Figura 06* Total de habitaciones de hospedajes categorizados

**Fuente:** Elaboración propia

El mayor número de habitaciones por el tamaño de la inversión e infraestructura se encuentra en Cusco con el 48%, le sigue la región de Arequipa con el 41% y Puno con el 11% comparativamente.



*Figura 07.* Total plazas de hospedajes categorizados

**Fuente:** Elaboración propia

La capacidad instalada de los establecimientos hoteleros entre las tres regiones se encuentra mayormente en la región del Cusco 47% por ser el primer destino turístico del Perú, la segunda es la región de Arequipa que representa el 41% y con menor capacidad instalada para la atención de turistas la región de Puno con el 12%.

**Tabla 04** *Análisis de la inversión hotelera en las regiones de Puno, Arequipa y Cusco*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Si	3	37,5	37,5	37,5
	No	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

Los empresarios hoteleros respondieron en su mayoría 62,5% que no tienen inversiones proyectadas los próximos años.

**Tabla 05** Razón principal que motivo a invertir en el Perú

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Estabilidad social y política	3	37,5	37,5	37,5
	Incremento de la demanda turística	4	50,0	50,0	87,5
	Otros	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

La razón principal por la que invirtieron en Perú 50% fue el incremento de la demanda de turistas.

**Tabla 06** Segmento de mercado al que están dirigidos

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Turistas	6	75,0	75,0	75,0
	Clientes corporativos	1	12,5	12,5	87,5
	Ambos	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

Los empresarios hoteleros dirigen su oferta principalmente 75% a los turistas.

**Tabla 07** *Regiones del sur del Perú a invertir próximamente*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Arequipa	1	12,5	12,5	12,5
	Cusco	5	62,5	62,5	75,0
	Puno	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

Los empresarios hoteleros invertirán los próximos años 62,5% principalmente en la región de Cusco.

**Tabla 08** *La importancia de la licencia social para garantizar las inversiones*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Si	8	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

El 100% de los empresarios consideran que es importante la licencia social antes de invertir en un lugar turístico para garantizar su inversión.

**Tabla 09** *La región del sur del Perú con más atractivo para invertir*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Arequipa	2	25,0	25,0	25,0
	Cusco	5	62,5	62,5	87,5
	Puno	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

La región más atractiva del sur del Perú para los empresarios hoteleros para invertir es Cusco 62,5% y luego Arequipa con 25%.

**Tabla 10** *Empresas hoteleras que pertenecen a una cadena hotelera*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Si	7	87,5	87,5	87,5
	No	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

De los empresarios encuestados el 87,5% respondieron que pertenecen a una cadena hotelera.



**Tabla 11** *Tipo de infraestructura de una nueva inversión hotelera*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Moderna	3	37,5	37,5	37,5
	Rústica	1	12,5	12,5	50,0
	Ambas	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

Si hicieran una nueva inversión hotelera los empresarios construirían un establecimiento de hospedaje con infraestructura moderna y rústica 50%.

**Tabla 12** *El estado peruano, su garantía y promoción en la inversión privada*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Si	1	12,5	12,5	12,5
	No	7	87,5	87,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

De los empresarios hoteleros encuestados respondieron el 87,5% que el Estado peruano no garantiza ni promueve la inversión privada.

**Tabla 13** *Las empresas y su inversión en la región de Puno*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Si	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

La mayoría de los empresarios hoteleros respondieron que si invertirían en la región Puno 75% en establecimientos de tres estrellas considerando el tipo de turistas que arriban y la tendencia del mercado local.

**Tabla 14** *La inversión en hoteles de cinco estrellas en Puno.*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Escasa demanda de turistas a Puno	2	25,0	25,0	25,0
	Falta promoción de la inversión privada por parte del Estado	1	12,5	12,5	37,5
	Inseguridad en la inversión	4	50,0	50,0	87,5
	Otros	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

El 50% de los encuestados respondió que no invertiría en un hotel cinco estrellas en Puno porque habría inseguridad en la inversión.

**Tabla 15** *Categorización del establecimiento hotelero actual*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Tres estrellas	6	75,0	75,0	75,0
	Cuatro estrellas	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

De los encuestados el 75% respondió que su establecimiento hotelero es de tres estrellas.

**Tabla 16** *Ubicación del establecimiento hotelero actual*

		<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje válido</u>	<u>Porcentaje acumulado</u>
Válidos	Arequipa	2	25,0	25,0	25,0
	Cusco	2	25,0	25,0	50,0
	Puno	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia

El 50% de los encuestados respondió que su establecimiento hotelero se encuentra en Puno, el 25% respondió que se encuentra en Cusco y el otro 25% respondió que se encuentra en Arequipa.

**Efectos de la inversión hotelera en la demanda de los turistas extranjeros de las regiones de Cusco, Arequipa y Puno**

**Tabla 17** *Demanda de turistas extranjeros a la región de Cusco*

<b>CUSCO</b>	<b>2014</b>
ENERO	104207
FEBRERO	76763
MARZO	119738
ABRIL	152516
MAYO	161792
JUNIO	143300
JULIO	165242
AGOSTO	174768
SEPTIEMBRE	163296
OCTUBRE	175515
NOVIEMBRE	138671
DICIEMBRE	114901
<b>TOTAL</b>	<b>1690709</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 18** *Demanda de turistas extranjeros a la región de Arequipa*

<b>AREQUIPA</b>	<b>2014</b>
ENERO	20051
FEBRERO	15331
MARZO	17540
ABRIL	26299

MAYO	30164
JUNIO	20718
JULIO	33756
AGOSTO	35133
SEPTIEMBRE	30610
OCTUBRE	33292
NOVIEMBRE	26771
DICIEMBRE	17007
<b>TOTAL</b>	<b>306672</b>

**Fuente:** Elaboración propia

El mes de agosto fue la de mayor demanda turística en Arequipa

**Tabla 19** *Demanda de turistas extranjeros a la región de Puno*

<b>PUNO</b>	<b>2014</b>
ENERO	20916
FEBRERO	25525
MARZO	20073
ABRIL	27864
MAYO	30190
JUNIO	23744
JULIO	31167
AGOSTO	33194
SEPTIEMBRE	31301
OCTUBRE	34215
NOVIEMBRE	26817
DICIEMBRE	18515
<b>TOTAL</b>	<b>323521</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 20** *Demanda de turistas nacionales a la región de Cusco*

<b>CUSCO</b>	<b>2014</b>
ENERO	82569
FEBRERO	67837
MARZO	81457
ABRIL	83780
MAYO	97160
JUNIO	85052
JULIO	99321
AGOSTO	101678
SEPTIEMBRE	87937
OCTUBRE	96476
NOVIEMBRE	87095
DICIEMBRE	85338
<b>TOTAL</b>	<b>1055700</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 21** *Demanda de turistas nacionales a la región de Arequipa*

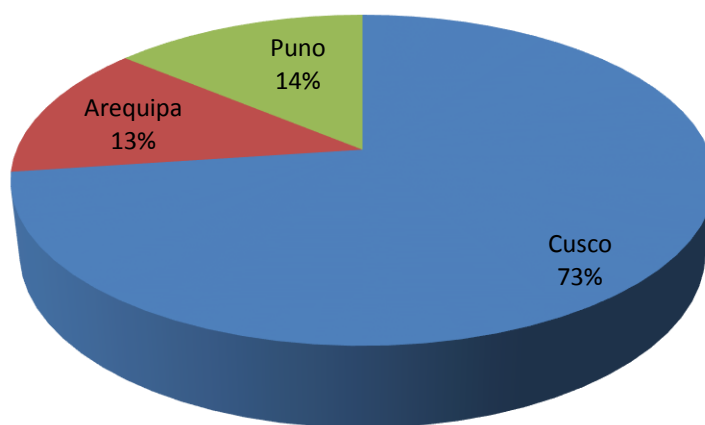
<b>AREQUIPA</b>	<b>2014</b>
ENERO	123292
FEBRERO	122736
MARZO	121758
ABRIL	119812
MAYO	122152
JUNIO	119411
JULIO	126721
AGOSTO	123920
SEPTIEMBRE	116157
OCTUBRE	118898
NOVIEMBRE	115449
DICIEMBRE	113788
<b>TOTAL</b>	<b>1444094</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 22** Demanda de turistas nacionales a la región de Puno

PUNO	2014
ENERO	38917
FEBRERO	43716
MARZO	40357
ABRIL	34978
MAYO	36283
JUNIO	37055
JULIO	40058
AGOSTO	44231
SEPTIEMBRE	38266
OCTUBRE	43526
NOVIEMBRE	42239
DICIEMBRE	42967
<b>TOTAL</b>	<b>482593</b>

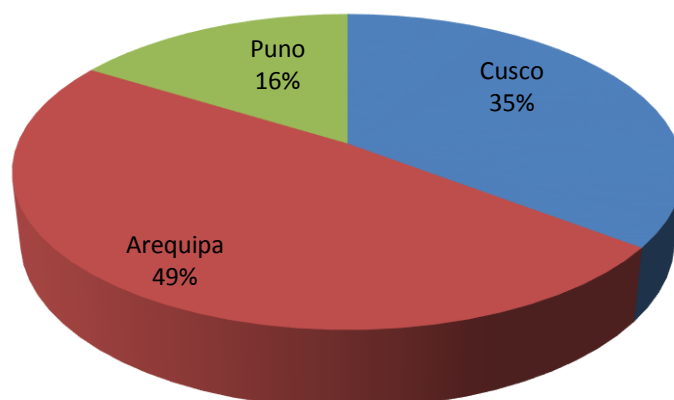
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 08** Análisis comparativo de arribo de turistas extranjeros a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno 2014

**Fuente:** Elaboración propia

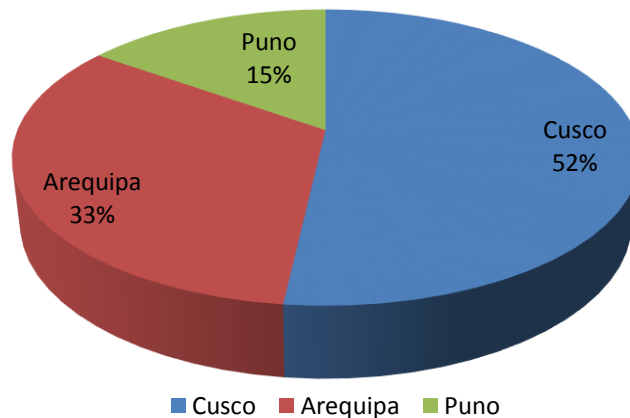
El 73% de los turistas extranjeros arriban a Cusco, 14% a Puno y el 13% a Arequipa



**Figura 09** Análisis comparativo de arribo de turistas nacionales a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno 2014

**Fuente:** Elaboración propia

El 49% de los turistas nacionales arriba a Arequipa, el 35% a Cusco y el 16% a Puno.



**Figura 10** Análisis comparativo de arribo total de turistas nacionales y extranjeros a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno 2014

**Fuente:** Elaboración propia

Respecto del total de arribo de turistas entre Puno, Arequipa y Cusco, el mayor porcentaje 52% corresponde a Cusco, el 33% a Arequipa y el 15% a Puno.



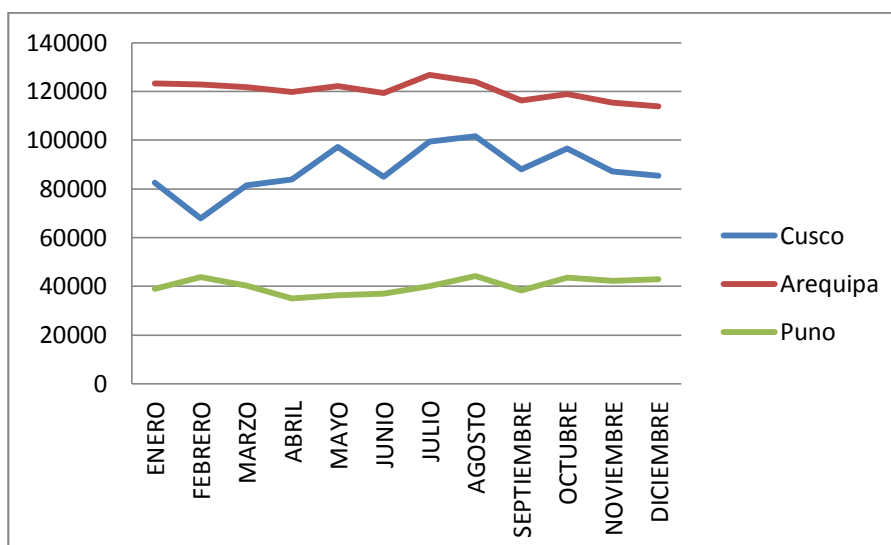


Figura 11 Análisis comparativo de demanda mensual de turistas extranjeros a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno año 2014

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 Análisis comparativo de demanda mensual de turistas extranjeros a las regiones de Cusco, Arequipa y Puno año 2014

2014	Cusco	Arequipa	Puno
ENERO	104207	20051	20916
FEBRERO	76763	15331	25525
MARZO	119738	17540	20073
ABRIL	152516	26299	27864
MAYO	161792	30164	30190
JUNIO	143300	20718	23744
JULIO	165242	33756	31167
AGOSTO	174768	35133	33194
SEPTIEMBRE	163296	30610	31301
OCTUBRE	175515	33292	34215
NOVIEMBRE	138671	26771	26817
DICIEMBRE	114901	17007	18515

Fuente: Elaboración propia

## 5.2 DESCRIPCIÓN DE ACCIONES PARA PROMOVER LA INVERSIÓN HOTELERA EN LA REGIÓN DE PUNO

Los considerables flujos de inversión extranjera canalizados al Perú durante los últimos años en el contexto del proceso de privatización, así como la procedencia de importantes inversiones orientadas al establecimiento de nuevas empresas y en otros casos al fortalecimiento de las ya existentes; el clima propicio, los resultados de la pacificación nacional, en el plano interno y externo mediante como el reciente Acuerdo de Paz celebrado con el Ecuador, son situaciones que han contribuido a fomentar tanto el comercio como la inversión en establecimientos hoteleros.

Perú ofrece al inversionista extranjero: una economía estable que ha liberalizado ampliamente sus regímenes de inversión, estabilidad en las reglas de juego, participación pro-activa en la participación en mecanismos de integración que posibilitan el acceso a mercados nuevos, la fuerza laboral calificada y un empresariado local que busca compartir los retos del desarrollo en el marco de un mercado regulado por modernas políticas de competencia, que se basan en la protección al consumidor y en el cumplimiento de los acuerdos de la OMT.

### Acuerdos de integración para el beneficio de la inversión extranjera

- A) Perú es miembro de la zona de libre comercio pactada a nivel andino por la Comunidad Andina de Naciones y que significa un mercado de 106 millones de habitantes. Adicionalmente.
- B) Perú ha celebrado un acuerdo con Chile para el establecimiento progresivo de una zona de libre comercio. Y en pocos años se espera que la Comunidad Andina y MERCOSUR conformen una sola zona de libre comercio sudamericana

- C) En relación con el mercado norteamericano, la Ley de Preferencia Comercial Andina (ATPA) beneficia el comercio de 6,300 productos con arancel cero.
- D) En cuanto a la Unión Europea, el Sistema General Preferencial Andino establece aranceles cero para productos pesqueros, agrícolas y textiles para cuya producción el Perú presenta singulares ventajas.
- E) Finalmente, el Perú se ha incorporado como miembro del Foro de Cooperación Asia Pacífico (APEC), cuyo mercado totaliza casi el 50% de la población mundial.

#### Tipos de inversión permitida

- Inversión Extranjera Directa, como aporte al capital social
- Aportes para el desarrollo de joint-ventures contractuales
- Inversiones en bienes y propiedades ubicados dentro del territorio nacional
- Inversiones en cartera.

#### La inversión Extranjera Directa (IED)

Se considerará inversión extranjera directa a los recursos destinados a los contratos mencionados, que otorguen al inversionista extranjero una forma de participación en la capacidad de producción, sin que ello suponga aporte de capital y que corresponde a operaciones comerciales de carácter contractual a través de las cuales el inversionista extranjero provee bienes o servicios turísticos a la empresa receptora a cambio de una participación en volumen de producción física, en el monto global de las ventas o en las utilidades netas de la referida empresa receptora.

Durante el 2000, por el pujante proceso de expansión mundial de las empresas transnacionales la IED, superó los 1.1 billones de dólares

En América Latina y el Caribe, los principales receptores fueron Brasil, con 30 mil millones de dólares -muy concentrados en la reestructuración de servicios- y México, con 13 mil millones de dólares, en inversiones en el sector manufacturero y adquisiciones en el sector financiero.

Argentina y Chile sufrieron bajas significativas y, pese a que éstas se explican parcialmente por tres grandes operaciones (la adquisición de YPF en Argentina por la española Repsol y de Endesa y Enersis en Chile por Endesa España), existen elementos que siembran dudas respecto al dinamismo futuro de la IED.

Algunos países andinos, como Colombia y Perú, estuvieron por debajo del promedio de años anteriores, reflejando su reciente inestabilidad política y económica, mientras los flujos a Venezuela aumentaron por efecto de adquisiciones en el área de servicios. En América Central y el Caribe, República Dominicana recibió el 25% del total subregional.

El informe de la CEPAL manifiesta dudas respecto de los potenciales efectos que el actual proceso de fusiones y adquisiciones tendrá sobre una mejoría en la competitividad internacional de la región y la casi nula incidencia del sector manufacturero en el proceso. Recomienda a los países buscar y atraer activamente a las transnacionales que potencien el comercio internacional a través de sus sistemas globales de producción integrada.

Un caso importante a destacar es el de Chile de las 20 mayores firmas chilenas, en 9 existe una mayoritaria presencia de inversión extranjera directa, hay 2 estatales y 9 privadas locales. Entre las 20 exportadoras más grandes, 14 son compañías foráneas, 9 de ellas empresas mineras. CEPAL sostiene que parte importante del dinamismo exportador chileno ha resultado de los ingresos de capital extranjero, especialmente en

sectores minero, agroindustrial, pesquero y forestal en asociación con empresarios locales.

Entre 1995 y 2000, las empresas foráneas gastaron algo más de 16 300 millones de dólares en adquisiciones en los sectores de servicios chilenos. Así, sectores que hasta hace poco estaban en poder de empresarios nacionales ahora son controlados mayoritariamente por inversionistas extranjeros.

Como en Corea, en la región de Puno se deben trazar estos objetivos importantes para la promoción de la inversión extranjera en servicios turísticos de parte del gobierno Regional y Municipal de Puno:

- Liberalización y protección de la Inversión Extranjera Directa
- Aumento de Incentivos de Impuesto
- Mejoramiento de Incentivos de propiedad y Subsidios
- Simplificación de procedimientos
- Establecimiento de Zonas de la Inversión Extranjera
- Establecimiento de la Comisión de la Norma de la Inversión Extranjera Directa

La región de Puno debe brindar un nuevo mecanismo para la estabilidad legal de la inversión extranjera, otorgando garantías, libertades y derechos de manera práctica.

Las inversiones extranjeras que se efectúen en el país no requieren autorización previa, sólo basta una comunicación que señale que la inversión se ha realizado.

Los inversionistas y/o empresas extranjeras tendrán que decidir si operan a través de la constitución de una empresa nueva o de una sucursal. Decidirán el tipo de empresa que desean formar según las que las leyes del Perú reconocen.

Las empresas extranjeras pueden libremente establecer sucursales en el Perú, debiendo inscribirlas en el registro del lugar de su funcionamiento en el país.

La escritura pública deberá contener cuando menos: el certificado de vigencia de la sociedad principal en su país de origen, copia del pacto o de los estatutos y el acuerdo de establecer la sucursal en el Perú.

El representante legal nombrado en el Perú, deberá tener poderes suficientes para resolver cualquier cuestión relacionada con las actividades de la empresa, para obligar a la sociedad por las operaciones que realice la sucursal y las generales de representación procesal que exige la ley.

Ley de Fomento a las Inversiones Extranjeras, aprobada por Decreto Legislativo 662 del año 1991, se basa en el principio de la igualdad entre el capital nacional y el extranjero.

### **5.2.1 Contratos Asociativos**

Los contratos asociativos crean y regulan la participación e integración en negocios o empresas determinadas, en interés común de los intervinientes. Este tipo de contrato, no genera una persona jurídica, deberá constar por escrito y no está sujeto a inscripción en el Registro.

Existen 3 formas de contratos asociativos:

- El contrato de asociación en participación,
- El consorcio y
- El jointventure.

### **5.2.2 Registro de inversión extranjera**

Las inversiones extranjeras destinadas al capital de una empresa, así como las formalizadas contractualmente con una empresa peruana, incluyendo las asociaciones en participación y cualquier otra forma de asociaciones de riesgo también deberán registrarse ante la Comisión Nacional de Inversiones y Tecnologías Extranjeras - CONITE. Para tal efecto, se deberá presentar una solicitud, adjuntando la siguiente documentación, según el tipo de aporte efectuado:

Los aportes pueden ser en moneda libremente convertible, aportes producto de la capitalización de obligaciones privadas con el exterior, aportes en bienes físicos o tangibles, aportes en contribuciones tecnológicas intangibles, aportes en moneda nacional con derecho a giro, por concepto de utilidades, dividendos, regalías u otro tipo de acreencias devengadas.

### **5.2.3 Marco legal sobre la inversión en el Perú**

La Ley de Fomento a las Inversiones Extranjeras, aprobada por Decreto Legislativo 662 del año 1991, se basa en el principio de la igualdad entre el capital nacional y el extranjero. Consecuentemente, la inversión extranjera puede establecerse en todas las áreas de la actividad económica, sin requerir autorización previa alguna por razón de su condición de foránea. Una vez efectuadas, las inversiones deben ser registradas ante la Comisión Nacional de Inversiones y Tecnologías Extranjeras - CONITE.

Por el Convenio No. 000. RO/ 341 de 17 de Diciembre del año 1999 suscrito en Lima, Ecuador y Perú obtuvieron un acuerdo sobre la promoción y protección recíproca de inversiones.

Derechos que la Ley reconoce al Inversionista Extranjero

- Trato no discriminatorio frente al nacional.
- Libre remesa de utilidades o dividendos
- Libre reexportación de su capital
- Acceso irrestricto al crédito interno
- Libre contratación de tecnología y remesa de regalías
- Libertad para adquirir acciones de propiedad de inversionistas nacionales
- Libertad para contratar en el exterior seguro para su inversión
- Posibilidad de suscribir con el Estado Convenios de Estabilidad Jurídica para su inversión en el país.

#### **5.2.4 Garantía y seguridad para la inversión**

Con la finalidad de complementar el nuevo marco jurídico para propiciar la inversión privada y crear el adecuado clima para fomentar un mayor flujo de inversiones extranjeras, se ha facilitado al inversionista el acceso a mecanismos de carácter multilateral, bilateral e interno que otorgan garantías y protección a su inversión.



### 5.2.5 Acuerdos de protección a la inversión

- En abril de 1991, el Congreso ratificó la suscripción del Acuerdo Constitutivo de la Agencia Multilateral de Garantía a las Inversiones (MIGA) del Banco Mundial; en la actualidad, importantes inversiones, principalmente, en los sectores mineros y financiero, se vienen desarrollando al amparo de las coberturas extendidas por el MIGA (Acuerdo Constitutivo de la Agencia Multilateral de Garantías a las Inversiones)
- Igualmente, el Perú ha ratificado la suscripción del Convenio Constitutivo del Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones - CIADI, por lo que eventuales diferencias con el Estado, en materia de inversiones, pueden ser sometidas a este tribunal arbitral.
- En el plano bilateral, Perú ha suscrito convenios para la promoción y protección de inversiones con 28 países de Europa, Asia y América, el detalle se muestra en recuadro aparte. En la actualidad, se continúa las negociaciones tendientes a concretar la suscripción de estos convenios con 23 países más
- Con la misma finalidad, en diciembre de 1992, se suscribió el Convenio Financiero sobre Incentivos a las Inversiones, con el Gobierno de los Estados Unidos. De conformidad con dicho convenio, la Overseas Private Investment Corporation (OPIC), viene emitiendo seguros, reaseguros o garantías para cubrir inversiones norteamericanas en el Perú.

Acuerdos Bilaterales Sobre Promoción Y Protección De Inversiones Suscritos en el PERU con Alemania, Argentina, Australia, Bolivia, Colombia, Chile, Dinamarca, Ecuador, España, Estados Unidos, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Corea, China, Francia, Rumania, Suecia, Suiza, Tailandia, Italia.

El Estado otorga garantías de estabilidad jurídica a los inversionistas extranjeros y a las empresas en que ellos invierten, mediante la suscripción de convenios que tienen carácter de contrato-ley, y que se sujetan a las disposiciones generales sobre contratos establecidas en el Código Civil.

### **5.2.6 Inversión privada**

Las tasas de crecimiento récord que en la primera etapa del gobierno de Fujimori mucho tuvieron que ver con haber atraído inversión extranjera directa y con los programas de privatizaciones y concesiones. Hay algo que la gente no entiende del todo. Los programas de privatizaciones son importantes desde el punto de vista fiscal porque generan ingresos tributarios y al mismo tiempo permiten que el gobierno deje de subsidiar a empresas ineficientes y que deje de participar en la economía. Pero el efecto más importante es que genera ganancias de productividad muy importantes en sectores claves. Por eso una manera de reactivar la economía es continuar abriendo la parte regulatoria, abrir oportunidades a la inversión privada, darle garantías, garantizar el respeto a los derechos privados, etc.

El problema fundamental de la estructura empresarial peruana es la debilidad patrimonial y tenemos que hacer que las empresas aumenten su estructura patrimonial para que sean sólidas y no tengan un alto palanqueo financiero que las ha puesto débiles y ha determinado que entre 1995-2000 existan 3,955 empresas en proceso de reestructuración.

Al hablar sobre el tema de la inversión extranjera, Burneo dijo que es importante establecer montos inferiores de inversión para poder acceder al régimen de estabilidad jurídica y considero que ha sido un error elevar los montos necesarios de US\$ 10 millones para minería e hidrocarburos y US\$ 5 millones para otros sectores a fin de poder acceder a estos convenios de estabilidad, por lo que es necesario reducir ese monto mínimo.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Las características de la inversión en establecimientos hoteleros de cinco estrellas motivo principal del presente estudio en términos económicos es mayor en Cusco con el 64% al ser una región altamente turística en el Perú en segundo lugar comparativamente la región de Arequipa que representa el 27% y finalmente la región de Puno con el 9% pese a que Puno recibe turistas extranjeros más años que la región Arequipa, no ha desarrollado su industria turística hotelera en esta categoría.

**SEGUNDA:** El 50% de los empresarios hoteleros encuestados respondió que no invertiría en un hotel cinco estrellas en Puno por la inseguridad de la inversión. Además el 87,5% respondió que el Estado peruano no garantiza ni promueve la inversión privada. El 100% de los empresarios consideran que es importante la licencia social antes de invertir en un lugar turístico para garantizar su inversión. La razón principal por la que invirtieron en Perú 50% fue el incremento de la demanda de turistas.

**TERCERA:** Los efectos de la inversión hotelera están directamente relacionados con la demanda turística, ya que las cadenas hoteleras vienen con su propia demanda en la cual mayormente el 73% de los turistas extranjeros arriban a Cusco, 14% a Puno y el 13% a Arequipa. Respecto de los turistas nacionales mayoritariamente el 49% de los turistas arriba a Arequipa, el 35% a Cusco y el 16% a Puno. Y como conclusión final respecto del total de arribo de turistas nacionales y extranjeros entre Puno, Arequipa y Cusco, el mayor porcentaje 52% corresponde a Cusco, el 35% a Arequipa y el 15% a Puno, el cual contrasta con la baja inversión en hoteles cinco estrellas en Puno.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Se recomienda a las instituciones públicas como la municipalidad de la provincia de Puno y el Gobierno Regional de Puno promover la inversión privada especialmente para las cadenas hoteleras identificando terrenos en lugares con vocación turística, legalmente sin restricciones y con licencia social para garantizar la inversión.

**SEGUNDA:** Los actores del turismo de la región de Puno deben realizar campañas para sensibilizar al poblador local sobre la importancia de la gran inversión especialmente la privada ya que ellos vienen con su propia demanda tanto en empresas de hospedaje, alimentación y transporte turístico.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Angelo, R., & Waldimir, A. (2012). *Hospitality today and introduction*. USA: JhonWiley&Sons Inc.
- Camarero Rioja, M. (2005). *Nuevas tendencias de consumo turístico*. España.
- Contreras Camarena, J. (2012). *Antología sobre la administración*. España.
- Dittmer, P. (2008). *Dimensions of the hospitality industry*. USA: JhonWiley&Sons Inc.
- Martin Rojo, I. (2005). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. España: Piramide; Grupo Anaya S.A.
- Martinez Martinez, C. (2003). *Conceptos básicos sobre estrategias empresariales*. Mexico.
- Martinez Martinez, C., & Gonzales Valdes, B. (2004). *Fundamentos de la planeación estratégica en las empresas turísticas*. Mexico.
- Medillin Ruiz, L. (2005). *Fundamentos de administración*. España.
- Menguzzato, M., & Renau, J. (1997). *La dirección estratégica de la empresa: un enfoque innovador del Management*. Cuba: Alfredo Lopez.
- Power, T. (2008). *Introduction to the hospitality industry*. USA: JhonWiley&Sons Inc.
- Promperu. (2014). Perfil del turista extranjero.
- Promperu. (2014). Perfil del turista extranjero que visita el Dpto de Puno.
- Rodriguez Delgado, Z. (2005). *Proyección estratégica de la Sucursal Emprestur*. Mexico.

Rodriguez Fariñas, R. (2005). *Gestion de destinos turisticos* . Cuba.

Serna, G. (2012). *Gerencia estrategica*. Colombia.

## ANEXOS



**ANEXO A****CUESTIONARIO: ANALISIS DE LA INVERSION HOTELERA Y EFECTOS EN LA DEMANDA DE TURISTAS EXTRANJEROS A LAS REGIONES DE PUNO, AREQUIPA Y CUSCO 2015**

**Estimado Administrador de la empresa Hotelera, por favor conteste el siguiente cuestionario según su percepción:**

**¿Tiene inversiones proyectadas en los próximos años en país?**

Si

No

**¿Qué razón principal lo motivaron a invertir en el Perú?**

Estabilidad social y política

Incremento de la demanda turística

Otros

**¿A qué segmento de mercado están dirigidos?**

Turistas

Clientes corporativos

Ambos

**¿En qué Región del sur del Perú ha pensado invertir próximamente?**

Arequipa

Tacna

Cusco

Puno

Moquegua

Madre de dios

**¿Es importante la licencia social para garantizar sus inversiones?**

Si

No

**¿Qué Región del sur del Perú es la más atractiva para invertir? (Solo una respuesta)**

Arequipa

Tacna

Cusco

Puno

Moquegua

Madre de dios

**¿Su empresa hotelera pertenece a una cadena hotelera?**

Si

No

**¿Qué tipo de infraestructura tendría su nueva inversión hotelera?**

Moderna

Rustica

Ambas

**¿El Estado Peruano garantiza y promueve la inversión privada?**

Si

No

**¿Su empresa invertiría en la Región Puno?**

Si

No

**¿Por qué no se invierte en hoteles cinco estrellas en Puno? (Responda solo una)**

Escasa demanda de turistas a Puno

Falta promoción de la inversión privada por parte del Estado

Inseguridad en la inversión

Otros

**Su establecimiento hotelero actual es de:**

Una Estrella

Dos Estrellas

Tres Estrellas

Cuatro Estrellas

Cinco Estrellas

**Su establecimiento hotelero actual está ubicado en:**

Arequipa

Tacna

Cusco

Puno

Moquegua

Madre de dios

**Gracias por su colaboración**

**ANEXO B**

**PERU 2015: CAPACIDAD OFERTADA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO CLASIFICADO Y CATEGORIZADO**

	1 ESTRELLA			2 ESTRELLA			3 ESTRELLA			4 ESTRELLA			5 ESTRELLA			ALBERGUE			ECOLOGDGE			TOTAL						
	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama				
AMAZONAS	5	88	124	24	401	639	10	177	343														39	666	1 106			
ANCASH	41	587	936	96	1 762	3 152	26	834	1 498															166	3 212	5 655		
APURIMAC	3	47	75	8	194	296	5	148	284															18	427	727		
AREQUIPA	50	794	1 342	146	2 620	4 743	86	1 954	3 806	5	192	371	3	177	326	3	40	96	3	77	182	296	5 854	10 866				
AYACUCHO	10	219	384	7	205	415	6	172	357															23	596	1 156		
CAJAMARCA	20	389	676	27	595	916	30	598	1 070	3	184	353												80	1 766	3 015		
CALLAO	11	187	346	7	211	409	1	70	140	1	130	260												20	598	1 155		
CUSCO	44	706	1 186	117	2 206	3 857	76	2 680	5 198	4	416	771	7	813	1 435	7	75	129						255	6 896	12 576		
HUANCAVELICA	1	17	21	1	10	1	10	1	32	64															3	59	95	
HUANUCO	11	265	418	24	542	836	8	206	361																43	1 013	1 615	
ICA	21	346	592	109	2 041	3 487	75	1 999	3 882	2	210	464	2	260	668	1	9	23							210	4 865	9 116	
JUNIN	7	111	180	24	444	805	5	146	308																36	701	1 293	
LA LIBERTAD	16	207	353	136	2 166	3 866	111	2 543	4 711	2	84	168	2	267	534										267	5 267	9 632	
LAMBAYEQUE	18	279	368	119	2 487	3 660	34	920	1 580	4	357	580													175	4 043	6 188	
LIMA	46	953	1 749	166	5 541	10 081	71	3 004	5 486	29	2 397	4 270	22	3 086	5 447	4	86	292							338	067	27 325	
METROPOLITANA	1	17	34	4	95	179	7	205	421																	13	329	658
LIMA PROVINCIA	3	69	110	9	205	365	17	591	992	1	30	36	1	65	90	11	270	572							42	1 230	2 165	
LORETO	2	30	58	1	20	40	1	11	23																6	114	233	
MADRE DE DIOS	8	110	209	18	279	467	2	80	147																28	469	823	
MOQUEGUA	6	102	137	4	51	96	1	15	17																12	175	268	
PASCO	4	91	136	55	1 171	1 906	12	363	657	1	95	177	1	103	167	1	7	18							73	1 823	3 043	
PIURA	13	266	465	28	521	977	20	519	1 010	4	222	439	1	123	231	1	13	35							67	1 664	3 157	
PUNO	4	81	140	17	450	744	6	226	423	1	20	49	2	23	48	1	12	24							31	812	1 428	
SAN MARTIN	5	96	179	42	893	1 735	13	407	766																60	1 396	2 680	
TACNA				7	205	438	11	580	1 501	4	209	447													22	994	2 386	
TUMBES				2	68	105	12	381	632	1	32	38	1	102	204	1	3	18							17	586	997	
UCAYALI							18	35 677		62	4 578	8 423	40	4 996	9 102	37	612	1 412							302	2 340	60 109	
PERU	350	6 057	10 218	1 198	383	647	861	35 677		62	4 578	8 423	40	4 996	9 102	37	612	1 412							302	2 340	60 109	
																											622	358

Fuente: MINCETUR, 2015.

**ANEXO C****RELACION DE EMPRESARIOS HOTELEROS ENCUESTADOS****ANDRES TRUJILLO VELASQUEZ****Hotel José Antonio Puno****EDUARDO PINEDA ARCE****Hotel Qelqatani Puno****MARIA ELENA CABRERA MAYA****Hotel Eco Inn Cusco****DANIEL ALEJANDRO MOLERO PINO****Hotel Libertador Puno****MARGINA REYES RODRIGUES****Hotel Eco Inn Puno****FEDERICO MOORE LIGARDA****Hotel Sonesta Posada Del Inka Puno****JOSE FILOMENO BUTRON CALDERON****Hotel Casona Plaza -Arequipa****FRANCISCO AQUISE AQUISE****Hotel Intiqa Puno****ELIZABETH CATARI MENESES****Hotel Eco Inn Puno****GUSTAVO DE LEON****HOTEL BELMOD MONASTERIO CUSCO****HEINZ PRELLE****Hotel Jw Marriot Cusco****JHAN KARLOS VALERIANO****Hotel Eco Inn Arequipa**