



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMIA



TESIS

**FACTORES DETERMINANTES DEL CONSUMO DE BIENES
SUNTUARIOS DE LOS HOGARES DE LA PROVINCIA DE CUSCO,
DEPARTAMENTO DEL CUSCO, EN EL PERIODO 2017 – 2018.**

PRESENTADO POR:

Bach. Karina Yohanna Rojas Vivero

Para optar el título profesional de economía

ASESOR:

Econ. Wilberth Castillo Mamani

CUSCO - PERU

2018



PRESENTACION

El presente trabajo de investigación abarca el análisis de los factores determinantes del consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia del Cusco, en los dos últimos años, teniendo como problemática principal los motivos porque los hogares optan por priorizar sus necesidades suntuarias y satisfacerlas, influyendo de manera negativa en las necesidades básicas que en muchos casos están insatisfechas.

En el primer capítulo se presenta la parte metodológica, como se realizará la investigación, que instrumentos se utilizó para la recolección de datos, la relevancia de la investigación, entre otros.

En el capítulo segundo se tiene los antecedentes de la investigación, bases teóricas, marco conceptual e hipótesis conjuntamente con sus variables respectivas.

En el capítulo tercero se presenta la caracterización de la provincia del cusco, algunos aspectos generales como son la ubicación geográfica, aspectos medio ambientales, demográficos, sociales y económicos, todos ellos siendo de fuente secundaria.

El contenido del capítulo cuarto expone los datos obtenidos en las encuestas en el año 2018 en sus 5 primeros meses que se realizó la recolección de datos, presentado por gráficos y tablas, realizando también su análisis respectivo, la fuente es primaria, obtenida de las encuestas realizadas a 380 hogares.

El capítulo quinto expone los resultados obtenidos de las encuestas del año 2017 aplicando el modelo econométrico de manera transversal utilizando el modelo Working- Leser, seguido de conclusiones y recomendaciones de toda la investigación.



AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer:

A mi centro de estudios universitario, Universidad Andina del Cusco, por haberme admitido en mi carrera universitaria y por mi formación como profesional.

A mi asesor Econ. Wilberth Castillo Mamani por su apoyo y tiempo dedicado, con su ayuda y conjuntamente con la ayuda de los dictaminantes Dra. Soledad Urrutia Mellado y Econ. Carlos Villantoy Valdivia se pudo realizar la presente tesis, gracias por haberme encaminado durante todo el desarrollo de la tesis mediante sus observaciones y por esclarecer cada una de mis dudas.

A todos los docentes que día a día impartieron sabiduría y responsabilidad dentro de las aulas. Personas que se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en que me encuentro

A mis padres que me apoyaron de manera incondicional a lo largo de mi vida, y por ser los principales motores de mis retos.

A todos ellos agradecerles infinitamente.



DEDICATORIA

Es para mí una gran satisfacción poder dedicar esta investigación que con mucho esfuerzo y esmero pude haberla realizado.

A Dios, al forjador de mi camino, el que me acompaña y me levanta de mis tropiezos.

A mis padres Wilfredo y Mercedes, muchos de mis logros se los debo a ustedes, quienes me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi empeño, y mi perseverancia.

A mi hermana Steffanie, quien siempre ha estado junto a mí como hermana y amiga.

A mi familia en general y amigos por estar conmigo en los buenos y malos momentos.

Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes y se los dedico a todos ustedes.



ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS..... 7

CAPÍTULO I: MARCO METODOLÓGICO..... 10

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 14

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 16

1.2.1 PROBLEMA CENTRAL:..... 18

1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS: 18

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:..... 18

1.3.1 OBJETIVO GENERAL..... 18

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 19

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN: 19

1.4.1 RELEVANCIA SOCIAL..... 19

1.4.2 IMPLICANCIAS PRÁCTICAS..... 19

1.4.3 VALOR TEÓRICO 20

1.4.4 UTILIDAD METODOLÓGICA..... 20

1.5 METODOLOGÍA..... 21

1.5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN 21

1.5.2 POBLACIÓN Y MUESTRA..... 22

1.5.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 23

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO 25

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 25

2.2 BASES TEÓRICAS 31

2.3 MARCO CONCEPTUAL..... 39

2.4 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS 42

2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL 42

2.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS..... 43

2.5 VARIABLES. 43



2.5.1 VARIABLE DEPENDIENTE 43

2.5.2 VARIABLES INDEPENDIENTES 43

CAPÍTULO III: CARACTERIZACIÓN DE LA PROVINCIA DEL CUSCO 46

ASPECTOS GENERALES 46

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA..... 46

3.2 ASPECTOS MEDIO AMBIENTALES DE LA PROVINCIA DEL CUSCO.....49

3.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO.....51

3.4 ASPECTOS SOCIALES DE LA PROVINCIA DEL CUSCO.....57

3.5 ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO.....63

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DEL AÑO 2018.....69

4.1 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....88

CAPITULO V: ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS DEL AÑO 2017.....91

5.1 MODELO ECONOMETRICO APLICADO: MODELO WORKING-LESER 91

CONCLUSIONES 108

RECOMENDACIONES 109



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización De Variables 45

Tabla 2 Geografía de la Provincia de Cusco 47

Tabla 3 Población de los distritos de Cusco, según sexo 511

Tabla 4 Provincia de cusco según área de residencia y sexo, por distritos..... 544

Tabla 5 Población de la provincia del Cusco, según rangos de edades..... 57

Tabla 6 Esperanza de vida al nacer, según sexo, 2000-2025 59

Tabla 7 Viviendas particulares por tipo de vivienda de la provincia de Cusco..... 60

Tabla 8 Analfabetismo de la Provincia de Cusco..... 61

Tabla 9 Población de la provincia de Cusco de 15 y más años de edad, por nivel de educación alcanzado, porcentaje..... 62

Tabla 10 Distribución de hogares según niveles socioeconomicos departamento de Cusco..... 63

Tabla 11 Ingreso promedio proveniente del trabajo de la provincia de Cusco, por sexo, 2015-2016 (soles corriente)..... 64

Tabla 12 Promedio de número de personas en un hogar de la provincia de Cusco, por distritos, 2018 66

Tabla 13 Sexo de los jefes de hogar..... 68

Tabla 14 Nivel de estudios de los jefes de hogar de la provincia de Cusco,2018..... 70

Tabla 15 Tipo de entidad para el que trabaja el jefe de hogar de la provincia de Cusco,2018..... 72

Tabla 16 Ingreso liquido mensual de los hogares de la provincia de Cusco, 2018 74

Tabla 17 Gasto promedio en celulares de la provincia del cusco, según distritos, 2018 76

Tabla 18 Gasto promedio en televisores de la provincia del cusco, según distritos, 2018... 78

Tabla 19 Gasto promedio en joyas de la provincia del cusco, según distritos, 2018..... 80

Tabla 20 Gasto en artículos de cuidado personal de la provincia del cusco, según distritos, 2018..... 82

Tabla 21 Gasto en ropa de adulto de la provincia del cusco, según distritos, 2018..... 84

Tabla 22 Gasto en calzado de adulto de la provincia del cusco, según distritos, 2018..... 86

Tabla 23 Gasto en los principales bienes suntuarios de la provincia de Cusco, 2018..... 88

Tabla 24 Número de hogares que realizaron compras en los principales bienes suntuarios de la provincia de Cusco, 2018 88



INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Población de los distritos de Cusco, según sexo.....52

Gráfico 2 Población de los distritos de Cusco, ambos sexos.....53

Gráfico 3 Área de residencia de la provincia del cusco: Urbano.....55

Gráfico 4 Área de residencia de la provincia del cusco: Rural.....56

Gráfico 5 Áreas de residencia de la provincia de Cusco.....56

Gráfico 6 Población de la provincia del Cusco, según rangos de edades.....58

Gráfico 7 Esperanza de vida al nacer, según sexo,2000-2025.....59

Gráfico 8 Viviendas particulares por tipo de vivienda61

Gráfico 9 Población de la provincia de Cusco de 15 y más años de edad, por nivel de educación alcanzado, porcentaje.....62

Gráfico 10 Distribucion de hogares según niveles socioeconomicos, departamento de Cusco.....64

Gráfico 11 Ingreso promedio proveniente del trabajo de la provincia de Cusco, por sexo, 2015-2016.....65

Gráfico 12 Número de personas en un hogar de la provincia de Cusco, por distritos, 2018..67

Gráfico 13 Sexo de los jefes de hogar.....69

Gráfico 14 Nivel de estudios de los jefes de hogar de la provincia de Cusco, por distritos, 2018.....71

Gráfico 15 Moda del tipo de entidad para el que trabaja el jefe de hogar de la provincia de Cusco, por distritos, 2018.....73

Gráfico 16 Ingreso liquido mensual de los hogares de la provincia de Cusco, según distritos, 201875

Gráfico 17 Gasto en celulares de la provincia del cusco, según distritos, 2018.....77

Gráfico 18 Gasto en televisores de la provincia del cusco, según distritos, 201879

Gráfico 19 Gasto en joyas de la provincia del cusco, según distritos, 2018.....81

Gráfico 20 Gasto en artículos de cuidado personal de la provincia del cusco, según distritos, 2018.....83

Gráfico 21 Gasto en ropa de adulto de la provincia del cusco, según distritos, 2018..... 85

Gráfico 22 Gasto en calzado de adulto de la provincia del cusco, según distritos, 2018..... 87

Gráfico 23 Gasto en los principales bienes suntuarios de la provincia de Cusco, 2018 90

Gráfico 24 Modelo Working-Lesser “Factores determinantes del consumo de bienes suntuarios de la provincia del Cusco, 2017”..... 95

Gráfico 25 Dispersión entre ratio, gasto total y precio.....98



Gráfico 26 Dispersión del ratio y precio99

Gráfico 27 PNORM grafica la probabilidad normal estandarizada (P-P).....100

Gráfico 28 QNORM cuartiles de la variable contra los cuartiles de una distribución normal
.....101

Gráfico 29 Residuos y los valores predecidos..... 102

Gráfico 30 Test de White para heteroscedasticidad 103

Gráfico 31 Test de Breush-Pagan..... 104

Gráfico 32 VIF (Factor de varianza de la inflación) 105

Gráfico 33 Relación lineal, logaritmo gasto total.....106

Gráfico 34 Relación lineal, logaritmo precio de bienes suntuarios..... 106

Gráfico 35 Ovttest.....107

INDICE DE FIGURAS

Figura 6 Mapa de Macrolocalización 48

Figura 7 Mapa de Microlocalización.....48

**RESUMEN**

En el presente trabajo se investigó los factores determinantes del consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de cusco, departamento de Cusco, en el 2017 – 2018, para lograr este objetivo se encuestó a 380 hogares de la provincia del Cusco, el objetivo general de la investigación es conocer cuáles son los factores determinantes del consumo de bienes suntuarios, el nivel de estudios es descriptiva longitudinal, con un diseño no experimental. La técnica de recolección de datos que se implementó fue la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario y los resultados fueron procesados en el sistema estadístico Spss Y Stata.

La principal problemática de la investigación es que se ha observado una tendencia a la compra de bienes suntuarios, esto se da en todos los niveles socioeconómicos, y para personas que tienen poder adquisitivo suficiente para comprar este tipo de bienes no afecta su condición de vida, sin embargo para personas que tienen una restricción presupuestaria limitada, estas compras suntuarias superfluas e innecesarias remplazaran el gasto en bienes de primera necesidad como la educación, la salud, etc. A raíz del problema se determinó que los factores que determinan el consumo de bienes suntuarios fueron ingreso, precio y la cantidad de miembros que conforma el hogar, los resultados mostraron que el precio tiene relación positiva y el ingreso relación negativa, sin embargo esta variable no explica en demasía el comportamiento del consumo en este tipo de bienes, las características del hogar como es el tamaño del hogar tiene un relación positiva, por lo que a medida que aumente el tamaño del hogar el consumo de bienes suntuarios aumentará, pero solo hasta los 5 miembros, otra característica del hogar significativa es la edad del jefe de hogar que de igual forma posee una relación positiva.

En el análisis de los resultados del 2018 se expone que en los primero 5 meses, el mayor gasto de bienes suntuarios realizados por parte de los hogares fueron en televisores, seguidos de celulares, pero esto se puede explicar por el precio, ya que a diferencia de estos el consumo en bienes de



cuidado personal fueron los que menor gasto produjeron, sin embargo fue el bien que mayor número de hogares lo consumieron, se menciona también las conclusiones derivadas de la presente investigación y algunas recomendaciones .

Palabras clave: Bienes suntuarios, determinantes, consumo, necesidades básicas insatisfechas, bienes de primera necesidad.

**ABSTRACT**

In this paper I investigated the determinants of the consumption of luxury goods of the households of the province of Cusco, department of Cusco, in the 2017 - 2018, to achieve this goal I surveyed 380 households in the province of Cusco, the objective. The general research is to know what are the determinants of the consumption of luxury goods, the level of studies is descriptive longitudinal, with a non-experimental design. The technique of data collection that was implemented was the survey with its respective instrument, the questionnaire and the results were processed in the statistical system Spss and Stata.

The main problem of the research is that there has been a trend towards the purchase of luxury goods, this occurs in all socioeconomic levels, and for people who have sufficient purchasing power to buy this type of goods does not affect their living conditions, However, for people who have a limited budget constraint, these superfluous and unnecessary sumptuary purchases will replace spending on basic necessities such as education, health, etc. As a result of the problem it was determined that the factors that determine the consumption of luxury goods were income, price and the number of members that make up the household, the results showed that the price has a positive relationship and the income negative relationship, however this variable does not explain too much the behavior of consumption in this type of goods, the characteristics of the household such as the size of the household has a positive relationship, so that as the number of household members increases the consumption of luxury goods will increase, but only up to 5 members, another significant characteristic of the household is the age of the head of the household who also has a positive relationship.

In the analysis of the results of 2018 it is exposed that in the first 5 months, the largest expenditure of luxury goods made by households were on televisions, followed by cell phones, but this can be explained by the price, since unlike of these consumption in personal care goods



were those that produced the least expense, however it was the good that consumed the largest number of households, the conclusions derived from this research and some recommendations are also mentioned.

Key words: Luxury goods, determinants, consumption, unsatisfied basic needs, basic goods.

CAPITULO I: MARCO METODOLOGICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Perú existe una ineficiente distribución de la riqueza, esta incorrecta distribución de recursos se observa también en los hogares. Priorizando solo una parte de los ingresos a necesidades básicas, dado que una acción racional procura cubrir al máximo las necesidades básicas con lo escaso que se tiene de ingresos, pero se sabe que hasta los más pobres destinan un 30 % de sus ingresos para el consumo de otros bienes que no son alimento o necesidades básicas¹.

Según datos del INEI, revelan acerca del gasto de los hogares del Perú en el 2014 que el 18% de los ingresos son destinados a vivienda; esparcimiento, diversión y cultura con 8.6%, vestido y calzado con 4.5%, muebles y enseres con 4.2% sin embargo estos datos comparados con los del 2013 demuestran que en el 2014 existe un incremento de muebles y enseres en 8.2%, esparcimiento, diversión y cultura en 3.9%. Sin embargo los siguientes grupos de gasto disminuyeron, estos fueron transporte, alimentos en 1.2%, cuidados de salud en un 0.4%. Por lo que sabiendo que el ingreso real promedio per cápita de los hogares a escala nacional en el 2014 ascendió a 855 nuevos soles, lo que se interpreta que ante un incremento en la renta o ingreso de los hogares peruanos existe una ineficiente asignación de recursos que son destinados para la satisfacción de necesidades básicas dado que en ciertas familias existe la presión social, como satisfacer sus necesidades suntuarias prioritariamente, o por razones de adicción es decir que ante un incremento de sus ingresos, algún miembro de la familia puede destinar a satisfacer el vicio del alcohol o drogas, entre otros factores.²

¹ Francke, Pedro: "La Pobreza vista desde distintos ángulos". Instituto Cuanto. Lima, 1999.

² El comercio informe técnico Evolución de la pobreza monetaria 2009-2014, publicado 27 de abril 2015



El gasto en actividades de esparcimiento es mayor en los niveles socioeconómicos A y B, y va decreciendo en los niveles C, D y E". No obstante, entre los consumidores de los niveles C y D se incrementa el gasto en artículos de cuidado personal, principalmente de higiene y estética, como son los cosméticos³. Por lo que se puede observar que los bienes suntuarios están aumentando progresivamente debido que ante un aumento de ingresos las familias optarán por aumentar su consumo en artículos de lujo o actividades de esparcimiento y diversión dejando de lado el incremento o mejora de satisfacer necesidades como alimentación, educación y, una de las causas es que en el interior del país existe un mayor acercamiento de las ciudades que antes, debido a la mayor cantidad y calidad de las carreteras y otros transportes. Esta conexión ha mejorado también en el área rural, por lo que podemos encontrar mayor movilidad y relación económica entre las áreas rurales y urbanas de cada departamento del país.

Por otro lado, una distinta causa es el consumo por parte de los hijos, pues el hijo en muchos casos es exigente y vulnerable a modas y marcas, en la adolescencia y primera juventud surgen etapas de mayor capricho y derroche, por lo que regalos de bienes suntuarios son parte del presupuesto familiar, otra parte muy importante de las causas del consumo de dichos bienes es que en los últimos 10 años según un estudio de Arellano marketing existen nuevas mujeres que han visto reforzada su independencia, gracias a que cada vez tienen más educación y liderazgo. Esta propensión se favorece cuando hay un menor número de integrantes de las familias y porque ha aumentado cuantiosamente el consumo fuera del hogar.

En todo el Perú, Cusco fue el departamento que más ha incrementado el consumo en volumen de hogares, en los últimos años, esto es explicado porque cusco a diferencia de otros departamentos tiene una economía que es respaldada de los ingresos del turismo, eso explicaría lo que impulsa el consumo de los hogares⁴.

³ Arellano marketing, 2011

⁴ El country manager de Kantar Worldpanel (KWP), Fidel La Riva, 2015



Además los hogares cusqueños en comparación con los otros departamentos del país tienen un gasto más alto en el canal moderno, así que de 100 soles que se gasta, 30 soles destinan para autoservicios a diferencia del promedio nacional que es de 18 %. En cusco también se observa que tiene un fuerte gasto en centros comerciales, además según un estudio para conocer el gasto promedio de las familias en compras en un centro comercial; el promedio alcanzó los S/.286 a nivel nacional.

En Lima este monto asciende a un aproximado de S/.300; mientras que en las ciudades de Cusco y Arequipa estas cifras son superiores, alcanzando los S/.370 y S/. 310, respectivamente⁵.

Este problema podría traer un impacto sobre la provincia del cusco, pues se sabe que existe un problema de optimización de las decisiones de consumo al observar que cusco ha tenido un crecimiento económico y la estructura de gasto no fueron las óptimas. En 2015, según información del INEI, Cusco contribuyó con el 4,8 por ciento al Valor Agregado Bruto (VAB) nacional, dominando el tercer lugar a nivel de departamentos⁶.

Este crecimiento se vio reflejado en el aumento de consumo de esparcimiento y diversión como también de vestido y calzado según muestra la encuesta de hogares (ENAHG) del 2007 y 2014, por otro lado ocurrió una disminución en el consumo de alimentos en la estructura de gasto según esta encuesta.

Empero en el 2016 el consumo en seis años registró su primer decrecimiento, en volumen los artículos que más se vendieron fueron del hogar, cuidado personal y las bebidas, y los niveles socioeconómicos A,B y C fueron los que más compraron, esto a consecuencia del fenómeno de El Niño. Y los productos donde hubo menor consumo fueron los artículos lácteos y los bienes de alimentos en general⁷.

⁵ Enrique Bernal, gerente de operaciones y estudios multiclientes de Arellano Marketing, en exclusiva a Perú Retail, 2016

⁶ Banco Central De Reserva del Perú sucursal Cusco / Caracterización del departamento de Cusco,2015

⁷ Fidel La Riva, country manager de Kantar Worldpanel, estudio de Kantar Worldpanel,2017



El 2017 iba a ser el año de la recuperación del consumo considerando que en el 2016 hubo una caída del mismo, pero ocurrió lo contrario, según un estudio de KWP⁸ al cierre del tercer trimestre del 2017, el consumo sufrió su mayor caída de los últimos siete años: -5%.

En este año 2018 se estima que el consumo de hogares sea el mayor en los últimos 5 años ya que crecerá en volumen y valor, recientemente el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) indicó que en enero de este año, la ejecución de la inversión pública se incrementó en 17% en relación al 2017 en términos reales. El MEF afirmó que la economía peruana ha ingresado a un ciclo alcista y no obstante el Producto Bruto Interno (PBI) de Perú registró en los últimos dos años una de las mayores tasas de crecimiento en la región, este indicador no se tradujo en un mayor consumo, porque fue impulsado por la minería y no la construcción, a diferencia de este año que el sector construcción inducirá el consumo de hogares pues tanto este sector como el de agricultura que se impulsarán este año emplean bastante mano de obra⁹.

Este aumento del consumo de hogares no sabemos cómo se traducirá, si disminuirá el consumo de alimentos y se acrecentará el consumo de otro tipo de bienes que no son de primera necesidad, como se ha observado en los antecedentes mostrados de los últimos años que como efecto de estas decisiones de consumo que no satisfacen completamente sus necesidades básicas priorizando bienes de deseo, aceptan su condición que no mejora la calidad de vida, pues se tiene una tendencia a la compra de bienes suntuarios, esto se da en todos los niveles socioeconómicos, y para personas que tienen poder adquisitivo suficiente para comprar este tipo de bienes no afecta su condición de vida, sin embargo para personas que tienen una restricción presupuestaria limitada, estas compras suntuarias superfluas e innecesarias remplazaran el gasto en bienes de primera necesidad como la educación, la salud, etc, ya que destinaran ciertas cantidades a bienes suntuarios.

⁸ Estudio de consultora Kantar Worldpanel (KWP), Milagros Sulca, analista de KWP, 2018

⁹ Miguel De la Vega Polanco, Andina agencia peruana de noticias, 2018



Esta es la problemática en el presente estudio que pretendemos analizar porque muchos hogares optan por priorizar las necesidades suntuarias y satisfacerlas.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 PROBLEMA CENTRAL:

¿Cuáles son los factores determinantes del consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2017 - 2018?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

- ¿En qué medida influye los ingresos en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2017 - 2018?
- ¿En qué medida influye el precio en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2017 - 2018?
- ¿En qué medida influye el tamaño del hogar en el consumo de bienes suntuarios los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2017 - 2018?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar cuáles son los factores del consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2017 – 2018.



1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar en qué medida los ingresos influyen en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2017 - 2018.
- Analizar en qué medida del precio influye en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2017 - 2018.
- Analizar en qué medida el tamaño del hogar influye en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2017 - 2018.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

1.4.1 RELEVANCIA SOCIAL

El principal fenómeno social que se logra analizar con la investigación, son las decisiones de consumo de los hogares, uno de ellos es el hecho que priorizan sus necesidades suntuarias, teniendo, en algunos casos, necesidades básicas insatisfechas.

Las decisiones de consumo de los hogares no solo afectan a factores económicos sino también a la sociedad puesto que los mismos, con ineficiente distribución de recursos aceptan condiciones desfavorables de vida, esto debido a que factores sociales y hábitos de consumo prevalecen más que satisfacer sus propias necesidades, por lo que es imprescindible investigar para poder combatir con el problema.

1.4.2 IMPLICANCIAS PRÁCTICAS

Esta investigación será en la práctica una herramienta para analizar la asignación de gasto por parte de los hogares en la compra de bienes suntuarios. Es decir esta investigación permitirá



determinar los factores que están influenciando en los hogares, el consumo de bienes suntuarios, que por lo observado está acrecentándose, es por esto que se pretende realizar un diagnóstico real de la situación en la que se encuentra los hogares.

1.4.3 VALOR TEÓRICO

Esta investigación permitirá el análisis a nivel microeconómico de la ciudad del Cusco, a través de la teoría del consumidor.

Por otro lado, esta investigación permitirá generalizar los resultados a principios más amplios o específicos acerca del consumo de bienes suntuarios de los hogares para futuras investigaciones en el tema de la distribución de los recursos de los hogares y contribuirá a obtener mayor conocimiento como documento de consulta en el tema de estructura de gasto de los hogares, debido a su valor descriptivo en función a los hechos, problemáticas, oportunidades y debilidades analizada en la investigación, así mismo la investigación realizada servirá para revisar, desarrollar y apoyar teorías sobre las decisiones de consumo de los hogares.

1.4.4 UTILIDAD METODOLÓGICA

Esta investigación pretende analizar y conocer los determinantes que influyen en las decisiones de consumo de bienes suntuarios y el influjo de su proceso en la evolución de la economía de la ciudad del Cusco y en la eficiente asignación de recursos, satisfacción de las necesidades primarias, etc, y directamente en la calidad de vida de los hogares cusqueños con esta investigación podríamos o ayudaría a crear un nuevo instrumento para la recolección de información o análisis.

Por otra parte, la ejecución de la investigación no modificará ni causará ningún daño a un individuo, red o condición. Por lo tanto, la empresa se considera razonable.



1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 DELIMITACIÓN TEMPORAL

El estudio se refiere esencialmente al consumo de bienes suntuarios de los hogares cusqueños, el período de tiempo de recolección de la información comprende los años 2017 y 2018, dado que en el presente año se está incrementando el consumo de bienes, recuperándose después de una caída del consumo en el 2017, además se utilizó como herramienta el cuestionario dirigido a los hogares por lo que por un tema de confiabilidad, la investigación no podría comprender más años de estudio.

1.5.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se limita a la provincia del cusco el cual posee 8 distritos de los cuales se obtendrán los datos por medio de las encuestas realizadas a 380 hogares. La medición de los indicadores se realizará en la provincia de Cusco, debido a que la misma tiene tendencia a las compras suntuarias a diferencia de las zonas rurales.

1.5.3 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

La investigación abarca cuatro conceptos fundamentales como son bienes suntuarios, ingreso, precio y tamaño del hogar para poder evaluar y explicar los determinantes del consumo de bienes suntuarios.

1.6 METODOLOGÍA

1.6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación será descriptiva, longitudinal.

1.6.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN



El enfoque de esta investigación es de carácter cuantitativo puesto que se aspira obtener información numérica como es en el caso de las variables ingreso por hogar, precio de bienes suntuarios y tamaño del hogar.

1.6.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación abarca un estudio no experimental. Es decir, la obtención de datos y el análisis de las distintas variables se realizarán sin la manipulación deliberada de los mismos y se procederá a realizar la observación del fenómeno en su contexto natural al final de un periodo.

1.6.4 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El alcance de la investigación es descriptivo dado que busca puntualizar propiedades, características y rasgos significativos de las decisiones de consumo, de acuerdo a su estructura y comportamiento es explicativa pues busca exponer la causa de la variable dependiente que son las decisiones de consumo a través de las variables independientes, como también se identificara las relaciones que existen entre las variables por lo que tendrá un enfoque correlacional.

1.6.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población o universo de estudio en esta investigación está constituida por los hogares de la provincia del Cusco, a continuación se presenta la muestra para esta investigación la cual será obtenida del total de la población de la provincia de cusco la cual tiene 88, 337 ¹⁰hogares.

Para determinar la muestra se realiza mediante el muestreo probabilístico aleatorio simple:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 p.q}$$

Donde:

¹⁰ Perfil Sociodemográfico del Departamento de Cusco- INEI / Características del Hogar – Inei



n= muestra

N= población

Z= porcentaje de confianza 95%

p= Variabilidad positiva

q= Variabilidad negativa

E= Porcentaje de error 5%

$$n= \frac{(1.96)^2 \cdot (88\,337) \cdot (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (88\,337) + (1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5)}$$

n=380

1.6.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.6.2.1 Técnicas

La investigación utilizará como técnica la encuesta, para el llenado del cuestionario de preguntas se visitará hogares aleatoriamente escogidos, dado que el estudio es de un fenómeno determinado, se clasificarán los hechos observados, se estará usando el método científico o llevando a cabo una investigación científica que consistirá en 3 pasos:

- La observación sistemática y registro de datos
- Su clasificación u organización
- La interpretación de los datos.

Para determinar los factores asociados al consumo de bienes suntuarios utilizamos el modelo de Working-Leser, donde el consumo de bienes suntuarios será medido por el gasto de bienes suntuarios sobre el gasto total del hogar. Una vez estimado el modelo econométrico se analizan los parámetros obtenidos, de tal forma que se analizan los datos con las probabilidades y t-estadísticos adquiridos para cada variable independiente, tomando como criterio que una variable



es significativa al 90%, se analiza la significancia individual de cada variable independiente respecto al consumo de bienes suntuarios. Para verificar la incidencia de las variables independientes sobre la dependiente, se observa los signos de los coeficientes estimados de las variables independientes, en caso de ser positivos significaría una relación directamente proporcional, caso contrario serian inversamente proporcionales a la variable dependiente.

1.6.2.2 Instrumentos

El instrumento necesario para el desarrollo de la investigación será la encuesta dirigida a los hogares, que responderán preguntas relacionadas a las variables ingreso y tamaño del hogar, para la variable precio se realizará otra encuesta, dirigida a los encargados de tiendas, centros comerciales, puntos de venta de diferentes bienes de lujo, en los cuales puedan proporcionarnos los datos requeridos. Se trabajó con 12 preguntas abiertas y cerradas, de las cuales la pregunta 11 se desarrolló 11 items. Las preguntas planteadas en las encuestas realizadas responden a los indicadores planteados de la investigación teniendo como unidad de análisis los hogares de la provincia de Cusco.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

2.1.1 EL CONSUMO: IMPORTANCIA ECONÓMICA Y FACTORES DETERMINANTES, Guillermo de la Dehesa- 1993

De la Dehesa (1993) expresa la importancia del consumo en el ámbito macroeconómico y microeconómico, los macroeconomistas refieren que el PBI consiste básicamente en la suma del consumo privado, la inversión privada, el gasto público y el saldo exterior neto y el consumo privado considerado como la parte más importante de dicha sumatoria, los cambios en el consumo tienen consecuencias muy importantes a corto plazo para las variaciones en la producción, los ingresos y el empleo y, por lo tanto, son determinantes imprescindibles de los ciclos económicos.

Por otro lado, los microeconomistas estudiaron la teoría de la demanda del consumidor y el estudio del equilibrio del consumidor con el concepto de utilidad. El consumo se entiende como un acto de satisfacción o utilidad para la persona que lo realiza, y por lo tanto intenta asignar una cierta cantidad de beneficio a cada acto de consumo.

Otro aspecto importante que se examina es la cantidad de un bien específico que se necesita en relación de su precio o los ingresos disponibles. Esto llevó al uso del concepto de "elasticidad". La elasticidad de la demanda en correspondencia con el precio expresa la relación entre el cambio porcentual en la cantidad demandada y el cambio porcentual en el precio del producto.

Las variaciones de los ingresos del consumidor de igual manera influyen las cantidades demandadas. En principio, cuanto mayor es el ingreso del consumidor, mayor es el número de bienes demandados y consumidos. Sin embargo, esto no se aplica a todos los bienes.



2.1.2 INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA GENERACIÓN DE HÁBITOS DE CONSUMO DE BIENES Suntuarios EN LOS CONSUMIDORES DE BAJOS INGRESOS DEL ECUADOR, Mónica Patricia-COSTA-Ruiz 2017.

En la investigación se encuestó a los jefes de hogar con ingresos inferiores al costo de la canasta básica. Donde además los principales bienes suntuarios analizados fueron bebidas gaseosas, planes de celular, cigarrillos, bebidas alcohólicas y televisión pagada. En la investigación se hace énfasis a los sustitutos de los bienes suntuarios, que poseen muchos y uno de ellos es negar la compra, además en los resultados de dicha investigación dentro del perfil del consumidor están variables analizadas como la edad del jefe de hogar, nivel de estudios alcanzado, género e ingreso mensual, este perfil del consumidor es similar en las tres provincias encuestas, a pesar que cada una es de una región diferente, donde sus características socioeconómicas son diferentes. La investigación demuestra que el bien suntuario más consumido son las gaseosas y el comportamiento del consumidor evidencia que el factor predominante en la decisión de consumo de bienes suntuarios es la costumbre y de manera menos influyente las modas, referencias familiares y curiosidad.

2.1.3 ANÁLISIS DEL CONSUMO DE BIENES Suntuarios IMPORTADOS EN EL ECUADOR DEL SECTOR COSMÉTICO PERÍODO 2009-2013 Y SU PROYECCIÓN AL AÑO 2014 A TRAVÉS DEL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, Valenzuela Núñez Jahaira Judith; Estrella Herrera Juan Carlos.

En esta investigación los autores exponen que el consumo de bienes suntuarios importados especialmente el sector cosmético afecta a la economía ecuatoriana por lo que el gobierno aplica una política comercial en materia de arancel, esto con la finalidad de disminuir la dependencia de productos que no son de primera necesidad que afectan la balanza comercial y en los resultados muestran que esta política aplicada ha disminuido las importaciones en un pequeño porcentaje, sin embargo el consumo de bienes suntuarios específicamente el sector cosmético se ha



mantenido y tiene una tendencia creciente ya que estos artículos han tomado gran importancia y la demanda aumenta cada vez más ya que son bienes inelásticos.

2.1.4 LA FAMILIA EN LA TEORÍA ECONOMÍA, Jorge Isauro Rionda Ramírez- 2006

La teoría muestra como la familia contribuye decisivamente al crecimiento económico, si cumple determinadas condiciones, y proporciona las bases que hacen posible el estado del bienestar.

La teoría neoclásica, que con todas sus transiciones compone la corriente principal del pensamiento económico, la cual no tiene una acertada explicación teórica de por qué existen las empresas, a pesar de su importancia obvia, un vacío que solo ha sido subsanado en una época reciente y a través de la interpretación inicial de Coase. Este enfoque impide observar la labor económica de la familia, más allá, de las funciones de ahorro, y consumo.

Miró plantea que es necesaria que esta sea contemplada como uno de los ejes de las políticas económicas y del sistema de bienestar, y no como un agente de la asistencia social. La política integral sobre la familia, o si se prefiere, la perspectiva de familia, corresponde a otro plano, al de las políticas socioeconómicas del desarrollo económico. Este es el brinco que Miro postula a partir del reconocimiento de lo que verdaderamente hace.

En definitiva, Miró dice que para un país que funciona bien, no solo tiene que hacer negocios, sino también a sus familias, que constituyen una institución que realiza su aportación económica a partir de una marco referencial distinto, pero no por ello menos importante¹¹.

2.1.5 ANALISIS DE LA DEMANDA DE CIGARRILLOS EN LOS HOGARES DE MÉXICO 1992-2008, Eliézer Elizondo Cantú

Elizondo demuestra en su estudio el gasto en tabaco por parte de las familias mexicanas, en el cual hace uso de un modelo que controla los efectos por características como el precio, ingreso y economías de escala. En el marco teórico plasma diversos estudios que analizan el

¹¹ Josep Miro I Ardèvol –Teoría de una nueva familia -funciones de la familia en el crecimiento económico y el sistema de bienestar



comportamiento del consumidor que han enfocado su atención en las relaciones ingreso gasto, conocidas como funciones de Engel, el cual realizó la primera generalización empírica que relaciona de forma inversa la proporción del gasto total que se destina a un cierto bien. Elizondo hace uso de un modelo como el propuesto por Deaton (1997), basado en una curva de Engel y el modelo de Working (1943), en el cual se tiene una función de Engel donde se relaciona linealmente la proporción del gasto del hogar en cierto bien (en este caso cigarrillos) con respecto al gasto total del mismo contra el gasto per cápita.

El modelo que presenta es Deaton (1997) acoplado variables que justifica de forma previa.

ANTECEDENTES NACIONALES

2.1.6 IDENTIFICACION DE FACTORES QUE INCIDEN EN LA COMPRA DE ROPA

FAST FASHION EN MILLENIALS, Soria Alva Dante, Bellido Gazzo Fernando-2016

En la investigación se presenta a raíz de un fenómeno de crecimiento que experimento el Perú en la industria de la moda, ropa de moda es considerado un bien suntuario, este mercado ha adquirido mayor competitividad a través de la llegada de nuevas tiendas, especialmente las denominadas Fast Fashion, estas ofrecen ropa de la última tendencia de moda que tiene gran impacto en la generación de jóvenes conocidos como millennials, que son las personas que nacen entre los años 1980 a 1997, a partir de ello, la investigación tiene por objetivo identificar factores de consumo de ropa fast fashion en los millennials en la ciudad de Lima, con el fin de encontrar información que permita entender el comportamiento del consumidor. Esta investigación tiene variables cuantitativas y cualitativas.

El modelo aplica 9 factores que son la Marca, Moda, Calidad, Recreación, Precio, Impulso, Confusión, Hábito y Celebrity Endorsement, todas ellas medidas por la escala de Likert, estos resultados se analizaron a través de análisis factorial, esta herramienta permitió identificar el grado de correlación, además estos resultados fueron contrastados con herramientas cualitativas que pudieron confirmarlos.



2.1.7 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR PARA LA MARCA METRO-GRAU, Tatiana García Granda, Dorita Natalí Gastulo Chuzón -2017

En la investigación realizada en Chiclayo el principal objetivo era encontrar los factores que influyen en la decisión de compra del consumidor de la marca metro según el modelo planteado. Ya que el problema principal es que los productos de marca Metro en productos básicos de consumo no son comprados de manera frecuente por lo clientes, a pesar de la variedad y calidad de lo que ofrecen. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo dado que como fin principal se tenía que conocer la opinión del consumidor de supermercados Metro-Grau, finalmente después de la investigación realizada y al modelo aplicado se pudo concluir que los factores que influyen en el consumo de este supermercado fueron la recomendación, precio y percepción.

Para llegar a la conclusión de esta investigación los tesisistas encuestaron a 380 clientes del supermercado Metro-Grau, y el diseño del trabajo fue descriptivo ya que se observó el comportamiento del consumidor.

2.1.8 LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS EN LA DISPOSICIÓN DE CONSUMO EN WINE BARS: CASO RESTAURANTE EL HORNERO, Nuria Mercedes Fernández Villavicencio – 2017

El objetivo principal de la investigación fue encontrar los factores influyentes en la disposición de consumo en wine bars en el caso de un restaurante llamada el hornero, el cual es un bien suntuario, los wine bars son establecimientos que ofrecen vino en un ambiente cómodo y de socialización, entre sus hipótesis están que la edad y el ingreso económico son factores socioeconómicos influyentes en el consumo de wine bars, los resultados demostraron que ni la edad ni el ingreso económico repercuten en la intención de consumo en wine bars, además de estos resultados se pudo encontrar que los consumidores prefieren consumir por botella que por



copa, este estudio se realizó en el restaurante el Hornero el cual posee un 30 % de consumidores que compran vino.

ANTECEDENTES LOCALES

2.1.9 INCIDENCIA DE LA MEZCLA DE PROMOCIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE LA EMPRESA “TITO’S PERFUMERÍA S.C.R.L.” EN EL DISTRITO DE CUSCO Vizcarra Mejía Eddy, Quispe Moscoso Damaris, Ttito Cornejo, David– 2017

En esta investigación realizada en la provincia del Cusco, en la empresa Tito’s se tuvo como objetivo determinar cómo incide la mezcla de promoción en la decisión de compra de los consumidores, que en este caso son bienes suntuarios y como hemos visto el consumo de este rubro se ha ido acrecentando en los últimos años, el tipo de investigación es correlacional y tiene un diseño no experimental, la población de estudio lo conformaron 3426 clientes y se encuestó a 67 clientes según la percepción de cada uno de ellos sobre la empresa.

Para medir el grado de relación entre factores utilizaron el índice de correlación de Spearman, el cual tiene valores entre 0 y 1, y a mayor proximidad de la unidad, mayor será la relación entre factores. Los resultados demostraron que la mezcla de promoción incide en la decisión de compra en la empresa Titos, se desglosó esta mezcla de promoción y reveló que la publicidad no incide de manera significativa en la decisión de compra, la promoción de ventas por el contrario, sí influye en la decisión de compra, al igual que las ventas personales, otro factor fue el marketing directo que dio como resultado que no incide en la decisión de compra de manera significativa, solo la promoción de ventas y las ventas personales son los factores dentro de la mezcla de promoción que inciden sobre una decisión de compra en la empresa Tito’s perfumería.



2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 TEORÍA CLÁSICA DE LA DEMANDA Adam Smith, David Ricardo, Jean-Baptiste Say

El modelo de la oferta y la demanda describe la interacción en el mercado entre ofertantes y demandantes. En correspondencia con las ventas de dicho bien y el precio. Es el modelo básico de microeconomía y es útil para explicar un sinnúmero de escenarios microeconómicos.

La curva de demanda constituye la cantidad de bienes que los compradores ansían comprar a determinados precios, suponiendo que los demás factores continúen constantes. La curva de demanda habitualmente es decreciente, dicho de otra manera, a un precio mayor, los consumidores comprarán menos.

La forma de una curva de demanda puede ser cóncava o convexa, obedeciendo a la distribución de los ingresos.

El precio de un producto del mercado está determinado por un equilibrio entre la oferta (lo que se quiere producir a un precio determinado) y la demanda (lo que quiere comprar a un precio determinado).

Cuando exista mayor número de gente que desee algo, la cantidad demandada en todos los precios tenderá a aumentar. Esto se traduce como un aumento en la demanda.

2.2.2 TEORÍA NEOCLÁSICA DE LA DEMANDA Carl Menger, Stanley Jevons, Leon Walras

La teoría del mercado laboral de la economía marxista fue abandonada en favor de una teoría de la utilidad marginal de la demanda y una teoría general de los costos de entrega. Por ejemplo la

teoría de la demanda de consumo individual, que encierra cómo los precios y los ingresos afectan ya sea de manera positiva o negativa en la cantidad demandada.

La economía convencional moderna se funda en la economía neoclásica, pero con bastantes cambios, como la econometría, la teoría de juegos, el análisis de fallas de mercado y la competencia imperfecta, así como el modelo neoclásico de crecimiento económico para el análisis de variables que influye el ingreso nacional.¹²

2.2.3 TEORÍA DEL CONSUMIDOR, John Maynard Keynes, Nicholas Georgescu Roegen, Herbet Simon

Los autores neoclásicos modernos suelen equiparar estas nociones, algo que no hacían sus precedentes como Alfred Marshall. Las necesidades pueden ser objetivamente jerarquizadas, mientras que los deseos se configuran a partir de las necesidades y se concretan en diferentes preferencias en el marco de una categoría común o de determinado nivel de necesidad, esta distinción puede ilustrarse así: la sed es una necesidad; la elección entre una fanta y una cola es un deseo¹³. La teoría post keynesiana del consumidor se alimenta de numerosas fuentes, en especial de los trabajos de psicólogo, socioeconomistas, institucionalistas, especialistas en marketing, y de ciertos economistas que van por libre, como Nicholas Georgescu- Roegen o Herbet Simon y su escuela behaviorista. Se ha demostrado que el mismo Keynes podría ser incluido entre los adeptos a esta teoría alternativa del consumidor. Dicha teoría no se apoya en un enfoque axiomático, sino en uno principios que dan razón de los comportamiento observados. Antes de enunciar los principios sostenidos por los post-keynesianos, conviene recalcar la diferencia entre necesidades y deseos.

¹² _The Death of Neoclassical Economics David Colander

¹³ La Economía postkeynesiana: un antídoto del pensamiento único by Marc Lavoie



Los siete principios de la teoría post keynesiana del consumidor:

- Racionalidad procedimental (Simon): El consumidor se rige por hábitos, por reglas de comportamiento.
- Saciedad (Georgescu- Roegen): La necesidad queda satisfecha, y consumir más unidades no aporta mayor utilidad.
- Separación (Lancaster): El comprador subdivide sus elecciones o sus necesidades en diversas categorías, flojamente relacionadas unas con otras.
- Subordinación (Georgescu- Roegen): Las necesidades son a menudo jerarquizado y subordinado unas a otras.
- Crecimiento (Georgescu-Roegen y Pasinetti): El tiempo y el aumento de los ingresos admiten transitar de una necesidad a otra de forma escalonada.
- Dependencia (Galbraith): Las necesidades están influidas por la publicidad, las modas, los grandes personajes, la cultura, la familia, los amigos.
- Herencia (Georgescu-Roegen): Las elecciones están condicionadas por las experiencias del ayer.

2.2.4 TEORÍA DE LA ELASTICIDAD, Alfred Marshall

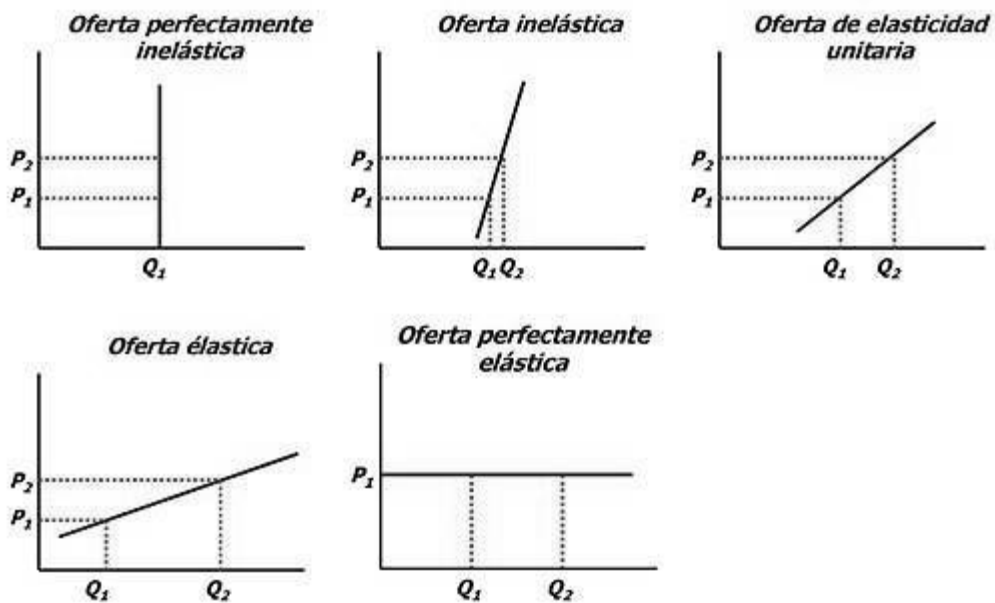
En economía se caracteriza como la sensibilidad que expresa una variable dependiente ante un cambio. Por ejemplo, la cantidad de un bien que un agente económico desea comprar está en relación a su precio, al precio de los demás bienes, a su ingreso monetario, a las predilecciones del consumidor, a las expectativas del mismo y a otros componentes influyentes.

- Elasticidad-precio de la demanda.

Dicha elasticidad calcula la diferenciación de la cantidad demanda con una fluctuación en los precios. La demanda de un bien es elástica cuando la cantidad requerida expresa un relevante

cambio ante un cambio en el precio y es inelástica cuando la cantidad requerida manifiesta un leve cambio ante la fluctuación del precio.

- Factores que determinan que una demanda sea elástica o inelástica:
 - Bien necesario o bien de lujo: Bien necesario: Posee una demanda inelástica. Bien de lujo: Posee una demanda muy elástica.
 - Existencia o no de bienes sustitutos cercanos: Sí existen bienes sustitutos tiene demanda elástica, caso contrario si no los tiene posee una demanda inelástica.
 - Horizonte temporal: La demanda es más elástica cuando se analiza un horizonte temporal mayor¹⁴.



¹⁴ Introducción a la economía y la hacienda pública. Curso 2009-2010. J. Rodolfo Hernández Carrión. Vicente Jaime Pastor



2.2.5 TEORÍA DE LA ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR, William Jevons, Carl Menger, León Walras Y John Bates Clark

Los marginalistas serán llamados proponentes de la ley de la utilidad marginal decreciente, la usarán para explicar el valor de los bienes apoyándose en la idea de que los individuos tratan de lograr la máxima satisfacción posible.

Más precisamente, la selección se hace de tal manera que la relación entre la utilidad marginal y el precio de cada bien sea la misma para todos los bienes en la cesta elegida.

De hecho, si no fuera así, el consumidor podría aumentar su utilidad cambiando la composición de la canasta. Si, por ejemplo, la relación entre utilidad marginal y precio fuera mayor para el bien A que para el bien B, es perceptible que el consumidor tenga interés en vender B y comprar A con el resultado de la decisión; la canasta considerada no concerniría una utilidad máxima.

Llamamos " optimalidad ", a lo que acaba de establecerse, el análisis de las razones de los beneficios marginales y el precio, se puede expresar de la siguiente manera: de la cesta que maximiza la utilidad con la circunstancia de una restricción presupuestaria.

Este coeficiente obedece al ingreso, dado que si aumenta, la restricción presupuestaria será menos "ajustada", de modo que el consumo de bienes se incrementará y las ganancias marginales caerán; ahora que se aceptan los precios fijos, la relación entre las ganancias y los precios marginales.¹⁵

2.2.6 CURVA DE ENGEL, Ernst Engel

La curva de Engel nos muestra que para cierto nivel de ingreso, hay una canasta de bienes óptima que obedece a las preferencias del consumidor. En la gráfica, la canasta óptima de un cierto nivel de ingresos es el punto de tangencia entre la curva de indiferencia y las limitaciones presupuestarias o de presupuesto.

¹⁵ Microeconomía Bernard Guerrien* Economía. Primera edición en castellano por Departamento de Economía, Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín, 1998.



Si el bien es normal o superior, la pendiente será positiva, debido que antes aumento de los ingresos la cantidad demandada también aumentará. Por ejemplo, la carne de vacuno es un bien normal, si el ingreso aumenta, se puede esperar que vaya a aumentar su demanda y la curva de Engel tiene una pendiente positiva. Gráficamente, se muestra en el primer cuadrante del plano cartesiano, ya que ni la cantidad demandada, ni el ingreso pueden ser negativos.

Así por ejemplo, la carne de cerdo es un bien normal, cuando el ingreso aumenta se deduce que aumenta la demanda y por tanto, la curva de Engel mostrará una pendiente positiva.

Cuando el bien es inferior, la pendiente será negativa puesto que al aumentar el ingreso, el consumidor optará por disminuir su demanda de dicho bien. Así por ejemplo, el pan seco o de un día anterior es un bien inferior, si el consumidor posee un ingreso reducido comprará el pan de menor precio y por consiguiente de menor calidad que encuentre pero a medida que aumenta su ingreso buscará reemplazarlo por otro bien de mayor calidad.¹⁶

2.2.7 CURVAS DE INDIFERENCIA, Francis Edgeworth

El mapa de preferencias se basa en la suposición de que los humanos pueden dividir todas las combinaciones posibles de productos en tres grupos: preferidos, no preferidos e indiferentes. Para dar un ejemplo de esta idea concreta, una persona que clasifica diferentes combinaciones de películas y hamburguesas. En el mapa de preferencias de esta persona se muestra parte de esa respuesta, dicho actor dice que consume como mínimo dos películas y seis hamburguesas, es decir su consumo describe el punto un cierto punto. Luego se enumera todas las combinaciones de películas y hamburguesas por lo tanto, también es aceptable que combine dos películas y seis hamburguesas por mes. La curva de indiferencia en la figura indica que se satisface en el punto determinado, de igual forma consumiendo la combinación de películas y hamburguesas.

¹⁶ <http://economipedia.com/definiciones/curva-de-engel.html>



A lo largo de la curva de indiferencia cada punto tiene un valor monetario distinto, pero el grado de satisfacción es idéntico¹⁷.

2.2.8 TEORÍA MARGINALISTA DE DECISIÓN Y ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR, WILLIAM JEVONS, Carl Menger, León Walras Y John Bates Clark

La teoría marginalista aporta una buena tesis para explicar las elecciones subjetivas de los consumidores al elegir entre una cesta de productos satisfactorios y una restricción presupuestaria.

Esto utiliza esquemas sofisticados que permiten la indiferencia entre una cantidad satisfactoria en comparación con otro u otros sustitutos cercanos para satisfacer un deseo. Bajo la restricción presupuestaria, el proceso de toma de decisiones que se basa en maximizar el beneficio en términos de sacrificio implícito se elige al nivel del costo de sustituir el bien por otro a través de los precios correspondientes debido al sacrificio implícito de dicha sustitución en cuanto a la utilidad marginal que brinda cada bien.

La elección bajo este criterio es la optimización, que apunta al principio hedonista para que el consumidor alcance el máximo beneficio con un mínimo de sacrificio. Lo que estamos tratando de exponer la teoría de los consumidores como teoría del productor es la explicación del comportamiento individual, cómo las personas toman la mejor decisión o deciden, con la microeconomía en busca de la mejor selección de empresas en el proceso de toma de decisiones.

Una extensión de este análisis es la caja de Edgeworth, en la que las curvas de indiferencia de un individuo se afrontan con otra en ángulos contrapuestos, y se ve que de un número infinito de posibilidades, y una que concilia la optimalidad buscada por ambas personas. Es decir, las negociaciones entre las partes de una transacción económica se pueden considerar como el interés del comprador en adquirir la mayor cantidad de un bien al menor costo y la de un vendedor que vende la cantidad más pequeña al precio más alto. A la luz de las restricciones

¹⁷ Libro Microeconomía: versión para Latinoamérica by Michael Parkin, Gerardo Esquivel



presupuestarias, ambos acuerdan y alinean sus intereses con sus respectivas restricciones presupuestarias. Estos modelos explican el comportamiento del consumidor en su lógica de elección antes que una canasta de bienes viables antes de su poder adquisitivo. Su enfoque es bastante matemático y, por lo tanto, se deriva de la teoría de la demanda¹⁸.

2.2.9 EFECTO VEBLEN, Thorstein B. Veblen

En su teoría de la clase ociosa, obra de 1899, que lo hizo conocido, Veblen estudió los pormenores de los hábitos de consumo y la constitución de los gustos. Allí dijo que no siempre se compra a precios más bajos y que puede ser comprado con precios más altos "por emulación".

El efecto de Veblen es el fenómeno por el cual algunos consumidores, cuando el precio de un bien disminuye, lo interpretan como una disminución en la calidad del bien y dejan de adquirirlo. El resultado es que la curva de demanda del mercado mostrará una pendiente más pronunciada de lo que cabría esperar. Incluso puede tener una tendencia positiva que contradice con la ley de la demanda. Esto es explicado por ser un artículo de lujo, porque al aumentar el precio las personas consumen más porque es más exclusivo. Un ejemplo sería las joyas pues si bajaran sus precios, no se consumirían porque la gente ya no los percibiría como exclusivos.¹⁹

2.2.10 BIEN GIFFEN, Robert Giffen

Este tipo de bienes tienen una curva de demanda con pendiente positiva, por lo que a medida que el precio del bien aumenta, los consumidores desearán consumir mayor cantidad del bien de igual forma, si su precio desciende, los consumidores disminuirán su cantidad deseada de dicho bien. Para que se considere un bien Giffen, una de ellas es que el bien debe de ser un bien inferior y debe representar una parte primordial del presupuesto del consumidor, este tipo de bien se asocia a bienes que las personas necesitan consumir para su subsistencia, que se encuentren en pobreza o con un presupuesto muy limitado. Un ejemplo sería que si un individuo tenga el

¹⁸ Microeconomía Básica Jorge Isauro Rionda Ramírez I Guanajuato, Gto; enero de 2006

¹⁹ Diccionario Akal de Economía Moderna By David W. Pearce

presupuesto muy limitado y en el supuesto que solo consume 2 bienes que serán carne y pan, si el precio del pan aumenta, no tendrá otra opción de sustituir la carne y consumir más pan, pese al hecho que el precio del pan aumentó, el demandará más cantidad de pan, por lo que el bien no tienen sustitutos y se considera un bien de primera necesidad o de subsistencia.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Bien suntuario: Un bien suntuario es un bien de lujo que no se considera esencial dado que es algo que físicamente no necesitamos pero si posees los recursos para obtenerlo, lo adquieres. Los bienes de lujo se consideran bienes normales de igual forma que los de primera necesidad dado que tienen el mismo tipo de comportamiento. Por ejemplo un automóvil es útil y necesario para algunas personas por lo cual en cuestión de utilidad es igual un vw tipo1 a un Mercedes Benz lujoso, sin embargo un Mercedes Benz es un bien suntuario que no solo cumple la función de movilidad si no es considerado un bien de lujo.

2.3.2 Ingreso del hogar: Son todos los ingresos económicos que recibe una familia o miembros de la familia. En otras palabras, es el ingreso familiar total dividido por el tamaño computable de la unidad familiar. Y para los miembros computables de la unidad familiar, nos referimos a padres o tutores, niños menores de edad no emancipados y niños grandes.

2.3.3 Precio

Es la suma monetaria que se cobra por un artículo o bien, es decir, el valor que un bien o servicio tiene, comunicada en efectivo, el consumidor otorga a cambio del bien o servicio.

2.3.4 Gustos y preferencias

Una unidad consumidora, ya sea un individuo o una familia, obtiene satisfacción o utilidad por los bienes consumidos en un tiempo determinado, es un factor totalmente subjetivo ya que para



una persona puede ser un bien preferible para otra no, pues cuentan con una base de conocimientos y de comparación entre bienes.

2.3.5 Los hogares

Un hogar designa un grupo de personas que vive en agrupación, cuya forma se modifica de acuerdo a una sociedad, y a la cual se le atribuyen gustos y una voluntad como si fuera un individuo. La mayor proporción de los hogares está habitado por las familias.

2.3.6 Familia

Familia se define como dos o más personas relacionadas por sangre, matrimonio, o adopción, que viven juntos. En un sentido más dinámico, las personas que forman una familia pueden describirse como miembros del grupo social más elemental que coexisten e interactúan.

2.3.7 Socialización del consumidor

La socialización del consumidor, que se entiende como el paso por medio del cual los niños obtienen las destrezas, conocimientos, y actitudes necesarias para funcionar como consumidores. Muchos niños obtienen sus normas de comportamiento de consumo al prestar atención a sus padres. Los preadolescentes tienden a ver a sus padres y hermanos mayores como los primordiales fuentes de normas para el aprendizaje básico de consumo.

2.3.8 Ingreso

El ingreso son las entradas financieras que reciben una persona, una familia, un negocio, una organización, un gobierno y otros. El tipo de ingreso que recibe una persona, empresa u organización depende del tipo de negocio que está ejecutando (un trabajo, un negocio, algunas ventas, etc.). En general, los ingresos se pueden dar en forma de dinero en efectivo por la venta de bienes, por el interés bancario en una cuenta, por préstamos, etc.

2.3.9 Ingreso permanente



El término "ingreso permanente", que se usa principalmente en macroeconomía, también enfatiza el equilibrio intertemporal como parte de la idea de que los hogares hacen su elección con base en el valor actual del conjunto de sus ingresos futuros, que también se equipara con la riqueza. El ingreso permanente es, por lo tanto, el ingreso que se gana en cada período para que los activos permanezcan constantes a lo largo del tiempo. Un ejemplo importante de preferencia intertemporal se relaciona con la distribución del tiempo disponible entre el trabajo y el descanso: en comparación con los salarios. En varios momentos, las familias deciden trabajar más en algunos de ellos cuando el salario en otros es más grande y más pequeño.

2.3.10 Ingreso real

El ingreso real se concreta como el ingreso monetario de una persona, familia, empresa, etc. Teniendo en cuenta el efecto de la inflación. El ingreso real sirve para comparar el poder de compra de los salarios a lo largo del tiempo.

2.3.11 Ingreso nominal

El ingreso nominal no considera el efecto de las fluctuaciones de los precios. Si en un año el ingreso nominal de una familia aumenta, pero de forma similar el tiempo, el nivel de precios aumenta en la misma proporción, el ingreso real se mantiene constante, el ingreso nominal habrá aumentado.

2.3.12 Comportamiento del Consumidor

Se definen como las actividades del individuo destinadas a la adquisición y el uso de bienes y/o servicios, etc. Acciones que los consumidores consideran en la búsqueda, adquisición, uso y evaluación de los artículos o bienes que esperan que les sirva para satisfacer sus necesidades.

La definición de los consumidores en el marketing depende en fragmento de su comportamiento, es decir, de la naturaleza de sus métodos y procesos de toma de decisiones.

2.3.13 Conducta

La conducta se razona como un conjunto de actividades elementales, tanto mentales como físicas, como puede ser el listado de compras, indagación, etc. que de alguna forma influyen

entre sí e inducen al acto de compra, a la elección de un producto o marca en específico, o de un servicio.

2.3.14 Hábitos de consumo

Son los comportamientos del comprador pues hábito se entiende por aquello que una persona hace de manera constante y la relación con el consumo se determina a partir de aquello que constantemente se adquiere o consume, los hábitos difieren de las costumbres dado que suponen la libre decisión de cada persona de hacerlos, a diferencia de las costumbres que no necesariamente se hacen de modo consciente y libre.

2.3.15 Criterio de información

Estadístico utilizado para estimar el número de remisiones de las variables explicativas a incluir en un modelo autorregresivo.

2.3.16 Bien Veblen:

El bien Veblen nos muestra que son un tipo especial de bienes de lujo, a precios del bien más altos la cantidad que adquieren los consumidores aumenta. Así mismo, para un individuo su valor no solo es la utilidad intrínseca que trae consigo su consumo, como cualquier otro bien, sino también y en principio, su valor posicional, del hecho de que no todos puedan tener acceso a él. Estos tipos de bienes permiten satisfacer necesidades suntuarias (terciarias o superfluas).

2.4 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL

- Los factores determinantes en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el año 2017-2018, son el ingreso, precio y las características del hogar.



2.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El ingreso es un factor determinante en el consumo de bienes suntuarios, por lo que a medida que aumente los ingresos aumentará el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de cusco, departamento del Cusco.
- El precio es un factor determinante del consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, dado que a un elevado nivel de precios se tomará una decisión de reducir la cantidad o negar la compra. Existe una relación inversa entre el precio y el consumo, si el precio se reduce, la demanda de bienes suntuarios se incrementará y viceversa.
- El tamaño del hogar es un factor determinante ya que siendo más número de personas demandaran más bienes suntuarios, el tamaño del hogar tiene una relación directamente proporcional puesto que un hogar integrado por un grupo reducido de personas tendrán menor consumo comparado con un hogar que lo integran 9 o 10 personas.

2.5 VARIABLES

2.5.1 VARIABLE DEPENDIENTE

Consumo de bienes suntuarios

2.5.2 VARIABLES INDEPENDIENTES

- Ingreso de los hogares
Será medido por la suma de los salarios o renta de los integrantes del hogar dividido entre el tamaño.
- Precios
Los precios serán medidos por su valor monetario.



- Tamaño del hogar

Será medido por la cantidad de personas que conforman el hogar

2.5.3 CONCEPTUALIZACIÓN DE VARIABLES

- **Bien suntuario:** Un bien suntuario es un bien de lujo que no se considera esencial dado que es algo que físicamente no necesitamos pero si posees los recursos para obtenerlo, lo adquieres. Los bienes de lujo se consideran bienes normales de igual forma que los de primera necesidad dado que tienen el mismo tipo de comportamiento es decir la demanda de ese tipo de bienes aumenta cuando aumenta la renta de las personas.

- **Ingreso del hogar:** Son todos los ingresos económicos que recibe una familia o miembros de la familia. En otras palabras, es el ingreso familiar total dividido por el tamaño computable de la unidad familiar. Y para los miembros computables de la unidad familiar, nos referimos a padres o tutores, niños menores de edad no emancipados y niños grandes pero incapacitados judicialmente.

- Precio

Es la suma monetaria que se cobra por un artículo o bien, es decir, el valor que un bien o servicio tiene, comunicada en efectivo, el consumidor otorga a cambio por los beneficios de tener o utilizar el producto o servicio.

- Tamaño del hogar

El hogar, es la persona o conjunto de personas, que unificadas o no por relaciones de parentesco comparten la misma vivienda y se relacionan para atender las necesidades de supervivencia de sus miembros, el tamaño del hogar se refiere al número de miembros empadronados en el hogar, es decir, que viven bajo un mismo techo y comparten los mismos intereses.



2.5.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización De Variables

	VARIABLES	INDICADOR	VALORACIÓN
Dependiente:	Consumo de bienes suntuarios	Gasto en bienes suntuarios	Variable continua
Independientes:	- Ingreso	Ingreso del hogar	Variable continua
	- Precio	Unidades monetarias	Variable Continua
	- Tamaño del hogar	Cantidad de personas que integran el hogar	Variable continua

CAPITULO III: CARACTERIZACIÓN DE LA PROVINCIA DEL CUSCO

ASPECTOS GENERALES

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Cusco se encuentra en la región de Cusco el cual se encuentra en la zona central y oriental del Perú. La diversidad y los cambios dramáticos en el paisaje y los ecosistemas están esencialmente asociados a la Cordillera de los Andes. Si no, Cuzco y Perú serian lugares tropicales, principalmente en la región sur oriental de Perú. El área es de 617 kilómetros cuadrados. Las áreas geográficas comprenden dos áreas geográficas, áreas rurales y urbanas, y su ubicación geográfica se presenta de la siguiente manera:

- Altitud:

Provincia de Cusco 3 414 m.s.n.m

- Límites:

Por el norte: Provincia de Calca y Provincia de Urubamba

Por el este: Provincia de Quispicanchi

Por el oeste: Provincia de Anta

Por el sur: Provincia de Paruro

Tabla 2

Geografía de la Provincia de Cusco

Nombre	Categoría	Altitud	Latitud Sur	Ubigeo
Cusco	Ciudad	3 399 m.s.n.m	13°30'45"	080101
Ccorca	Pueblo	3 635 m.s.n.m	13°34'50"	080102
Poroy	Pueblo	3 570 m.s.n.m	13°30'48"	080103
San Jerónimo	Pueblo	3 244 m.s.n.m	13°32'24"	080104
San Sebastián	Pueblo	3 299 m.s.n.m	13°31'33"	080105
Santiago	Ciudad	3 400 m.s.n.m	13°31'26"	080106
Saylla	Pueblo	3 138 m.s.n.m	13°34'06"	080107
Wanchaq	Ciudad	3 366 m.s.n.m	13°31'12"	080108

Fuente: Compendio Estadístico Cusco, 2017²⁰

La provincia de Cusco tiene como altitud mínima la del distrito de Saylla con 3 138 metros sobre el nivel del mar y una altitud máxima en el distrito de Ccorca con 3 635 metros sobre el nivel del mar. Encontrando los 3 únicos distritos que se consideran parte de la ciudad al distrito de Cusco, Wanchaq y San Sebastián los demás distritos de la provincia de Cusco son considerados pueblo.

²⁰ Instituto Nacional de Estadística e Informática/ documento "Compendio Estadístico Cusco 2017":Capítulo 1 Territorio

Figura 1

Mapa de Macrolocalización



Fuente :Google Maps

Fuente :Google Maps

Figura 2

Mapa de Microlocalización



Fuente :Google Maps

3.2 ASPECTOS MEDIO AMBIENTALES DE LA PROVINCIA DEL CUSCO

Cusco tiene un gran potencial porque es un departamento mega diverso y pluricultural, pero es propenso a los impactos del cambio climático, por lo que se genera la responsabilidad de proteger el capital natural con un sistema de adaptación a los cambios futuros, que influyen en las zonas con el mayor índice de pobreza y desigualdad social, para que así se pueda lograr el desarrollo sostenible.

Clima:

Semiseco y frío.

Temperatura máxima 21°C / 70°F

Temperatura mínima 1°C / 34°F

La provincia del Cusco ubicada en la zona del valle interandino (2500 m.s.n.m -3500 m.s.n.m). Abarca las provincia de Cusco, Acomayo, Anta y Canchis. El clima es templado en la región Quechua y frío en la región Puna, las temperaturas media anual llegan a 19.4°C hasta 0.8°C, siendo julio el mes más frígido. La precipitación promedio anual es de 716 m.m. Diferenciándose dos estaciones muy distinguidas, uno de ellos es un ciclo lluvioso entre octubre y abril y otro ciclo seco entre mayo y setiembre.

Flora:

- **Ichu:** Es un pasto del altiplano andino sudamericano tiene un tallo de 60-180 cm de altura. Las hojas son rígidas, verticales; cubiertas en la parte posterior, ciliadas en un borde y en el cuello; la lígulas de 0.5 mm; Cuchillas de 25-70 cm x 1-2 (-5) mm, a veces aplastadas, un poco ásperas.
- **Queñua:** La queñua es uno de los árboles más invulnerables al frío en el mundo, existen especies en su familia que se crecen con naturalidad por encima de los 5 mil 200 metros sobre el nivel de mar, las funciones ecológicas que cumple son de regular el clima, evitan



la erosión del suelo y almacenan grandes cantidades de agua que después de un proceso de filtración (por la tierra) alimentan manantiales y puquios.

- **Raqui- Raqui:** Es una planta que poseen florecitas sentadas que forman la espiga, como el trigo, es decir el eje principal de una inflorescencia de gramínea por extensión, estructuras lineales que forman el eje principal de una espiga compuesta.
- **Eucalipto:** En la actualidad se encuentran en distintos lugares del mundo y debido a su crecimiento rápido continuamente se emplean en plantaciones forestales para la producción papelera, maderera o para la obtención de productos químicos, además de su valor ornamental.

Fauna: En el Cusco podemos hallar en las lejanas mesetas andinas manadas de vicuñas, llamas, cuyes, y vizcacha. La crianza de ganado en Cusco es heterogénea (vacunos, ovinos, camélidos, equinos, porcinos, aves) la particularidad de especies explotadas se adopta a cada diferente lugar. Predominan las razas criollas, aunque la tendencia es producir un mejor ganado de carácter lechero. En los ríos y lagunas existe la variedad de gansos andinos o huallpas y patos.

3.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO

Tabla 3

Población de los distritos de Cusco, según sexo

Distritos	Hombre	Mujer	Población
Cusco	58102	60214	118316
Ccorca	1106	1129	2235
Poroy	3878	3939	7817
San Jerónimo	22820	24281	47101
San Sebastián	56522	58783	115305
Santiago	43813	46341	90154
Saylla	2740	2649	5389
Wanchaq	30874	32904	63778

Fuente: Compendio Estadístico Cusco, 2017²¹

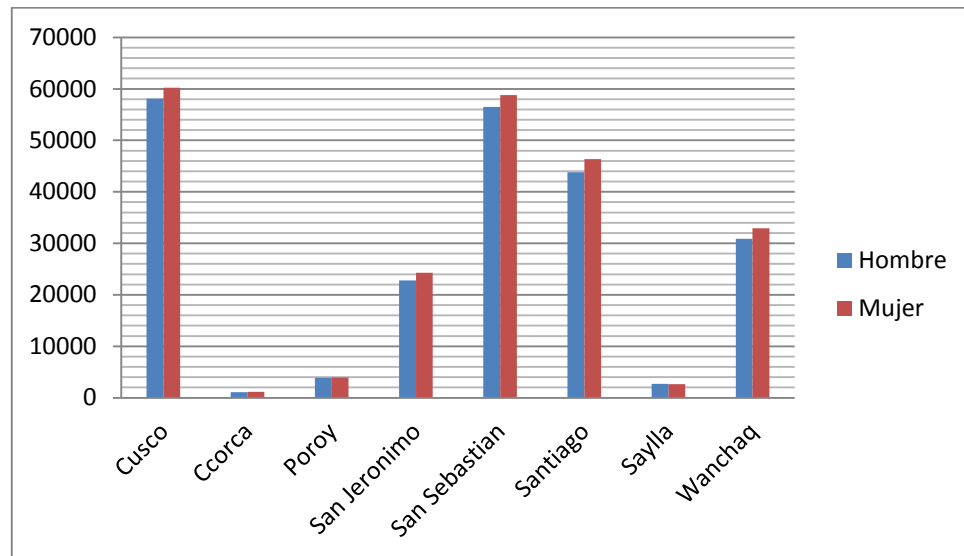
Elaboración Propia

En la tabla 3 se aprecia la población del Cusco por distritos y por sexo, donde Cusco tiene la mayor población con 118 316 habitantes seguido por San Sebastián con 115 305 habitantes y también los distritos con mayor cantidad de mujeres, respecto a los hombres.

²¹ Instituto Nacional de Estadística e Informática/ documento "Compendio Estadístico Cusco 2017":Capítulo 1 Territorio -2015

Gráfico 1

Población de los distritos de Cusco, según sexo



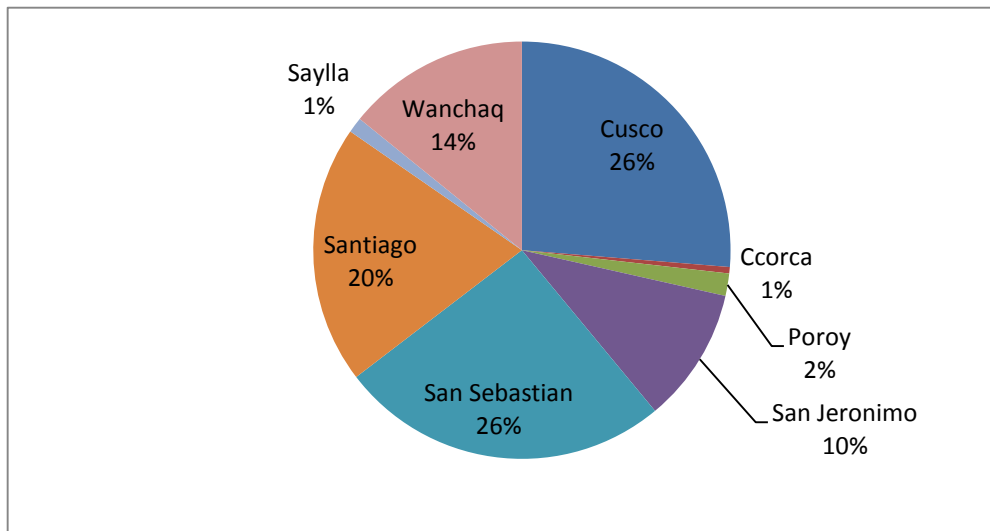
Fuente: Compendio Estadístico Cusco, 2017²²

El gráfico de barras muestra que hay mayor cantidad mujeres en la provincia de Cusco, existiendo una brecha entre mujeres y varones, más significativa en los distritos de Santiago y San Sebastián, habiendo 2518 y 2261 más mujeres, respectivamente. Solo en el distrito de Saylla habitan mayor número de hombres que mujeres sin embargo, la diferencia es mínima, al igual que en el distrito de Ccorca que la brecha ambos sexos es ínfima.

²² Instituto Nacional de Estadística e Informática/ documento "Compendio Estadístico Cusco 2017":Capitulo 1 Territorio -2015

Gráfico 2

Población de los distritos de Cusco, ambos sexos



Fuente: Compendio Estadístico Cusco, 2017

En el gráfico 2 de 360° plasma el porcentaje de la población de los distritos de la provincia de Cusco, teniendo porcentajes iguales de 26% a los distritos de Cusco y San Sebastián, solo los dos distritos integran un poco más de la mitad de toda la Provincia de Cusco, y menos del 30% de la población de provincia del Cusco lo conforman Poroy, Ccorca, San Jerónimo, Saylla y Wanchaq, siendo Ccorca y Saylla los distritos con menor población.

Tabla 4

Provincia de cusco según área de residencia y sexo, por distritos

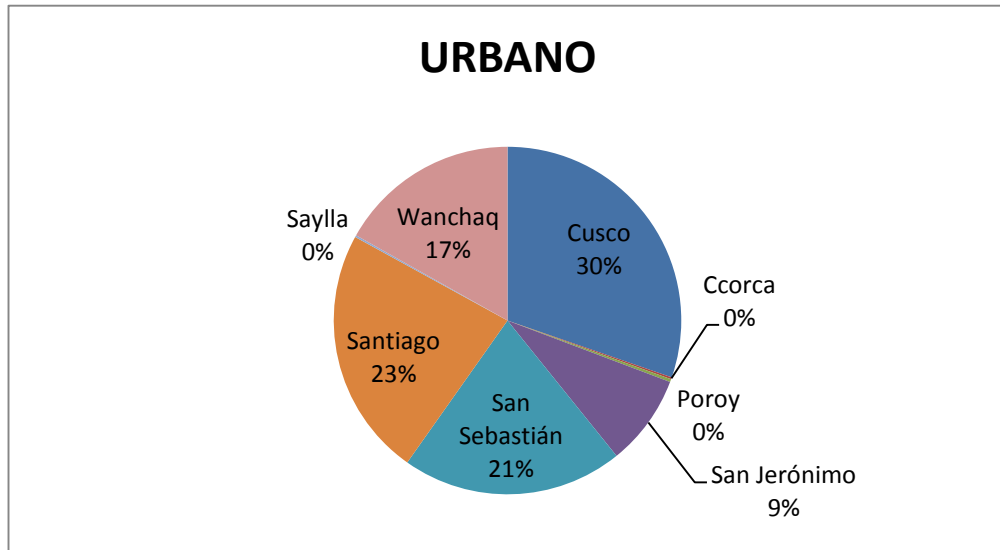
Distritos	Urbano			Rural		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Cusco	51183	51183	106400	1228	1170	2398
Ccorca	315	315	629	835	879	1714
Poroy	469	469	961	1758	1743	3501
San Jerónimo	14473	15205	29678	1031	978	2009
San Sebastián	34999	37282	72281	1241	1190	2431
Santiago	39424	42018	81442	1120	1159	2279
Saylla	1255	635	620	844	835	1679
Wanchaq	27998	31136	59134	0	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Censo Nacional 2007: XI de Población y VI de Vivienda

En la tabla 4 sobre área de residencia de la provincia de Cusco se puede apreciar que solo los distritos de Ccorca, Poroy y Saylla hay mayor número de habitantes en la zona rural, de ambos sexos; y en un sentido opuesto, en el distrito de Wanchaq no hay habitantes que se encuentren en el área rural.

Gráfico 3

Área de residencia de la provincia del cusco: Urbano

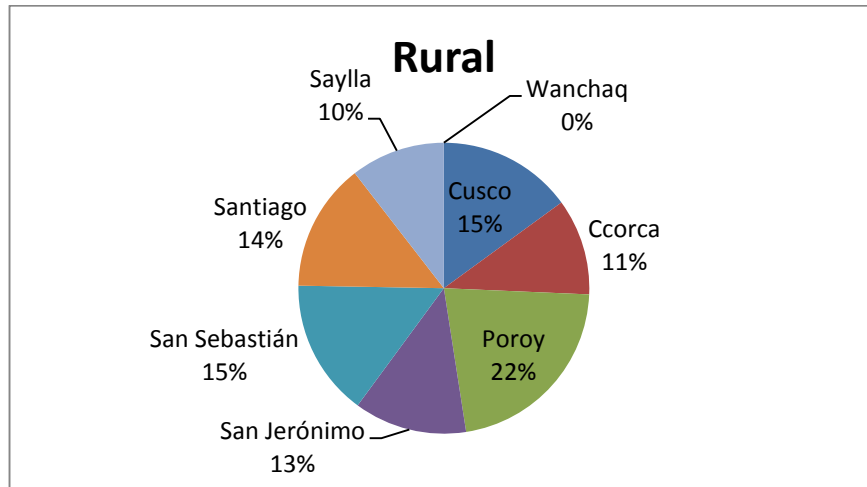


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Censo Nacional 2007: XI de Población y VI de Vivienda

En el gráfico 3 en el área de residencia urbano se aprecia que el distrito que más lo representa es el de Cusco con un 30% seguido por el distrito de Santiago con un 23% y los que tienen menos área urbana son los distritos de Saylla, Ccorca y Poroy con un 0% los tres distritos.

Gráfico 4

Área de residencia de la provincia del cusco: Rural

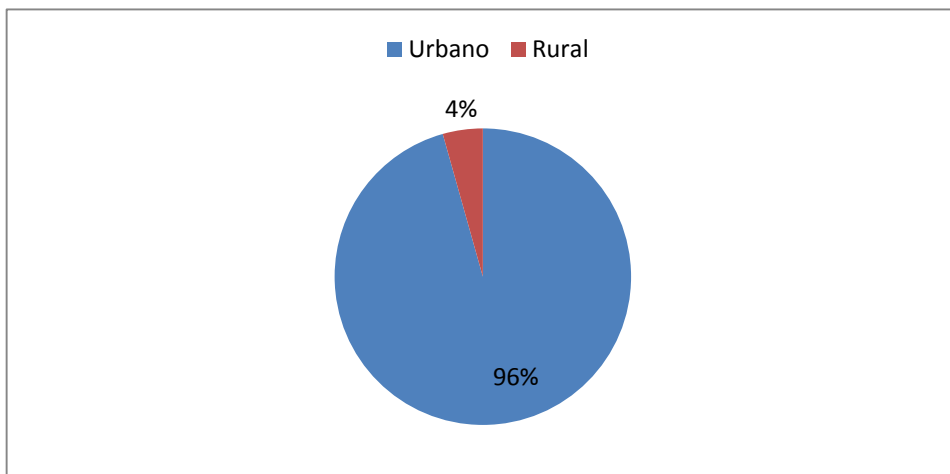


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Censo Nacional 2007: XI de Población y VI de Vivienda

En el gráfico 4 del área de residencia rural de la provincia del cusco presenta que el distrito de Poroy tiene mayor cobertura rural en comparación a los demás distritos con un porcentaje del 22% y el distrito con menor área de residencia rural es el de Wanchaq con 0%.

Gráfico 5

Áreas de residencia de la provincia de Cusco



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Censo Nacional 2007: XI de Población y VI de Vivienda

En el gráfico 5 se observa que solo el 4 % de la Provincia del Cusco y de los distritos del mismo poseen áreas de residencia rurales, el 96 % pertenecen al área urbana.

3.4 ASPECTOS SOCIALES DE LA PROVINCIA DEL CUSCO

Tabla 5

Población de la provincia del Cusco, según rangos de edades

Provincia	Infantil (0-14 años)	Joven (15-29 años)	Adulta Joven(30-44 años)	Adulta(45-59 años)	Adulto mayor (60 a más años)
Cusco	102 725	113 695	77 883	44 750	28 738

Fuente: Compendio Estadístico Cusco, 2017²³

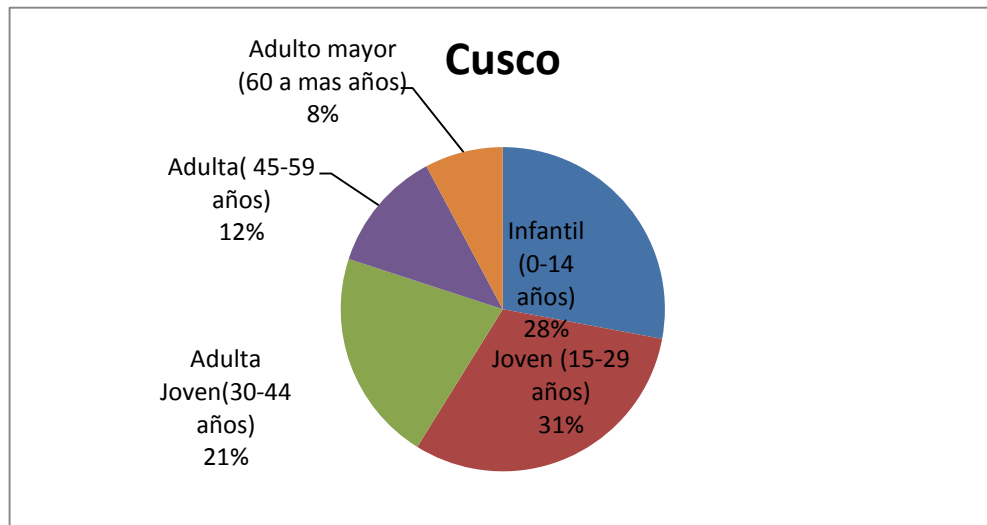
Elaboración Propia

En la tabla 5 se observa la población de la provincia del Cusco, según rangos de edades, teniendo mayor cantidad de habitantes en la edad joven, de 15 a 29 años de edad, y habitando con una cantidad menor de 28 738 los adultos mayores de 60 a más años.

²³ Instituto Nacional de Estadística e Informática/ documento "Compendio Estadístico Cusco 2017":Capitulo 1 Población / Censo Nacional 2007

Gráfico 6

Población de la provincia del Cusco, según rangos de edades



Fuente: Compendio Estadístico Cusco, 2017

En el gráfico 6 de 360° podemos apreciar que en la provincia de Cusco el 31% de la población pertenece a la edad joven que va dentro del rango de 15 a 29 años de edad, seguido por la población que se encuentra en el rango de edad de 0 a 14 años que es la infantil, por el contrario una pequeña parte de habitantes tiene una edad de 60 años o más pues solo representa el 8% de toda la población de Cusco, esto se puede explicar en el siguiente cuadro de esperanza de vida al nacer que lo veremos a continuación.

Tabla 6

Esperanza de vida al nacer, según sexo, 2000-2025

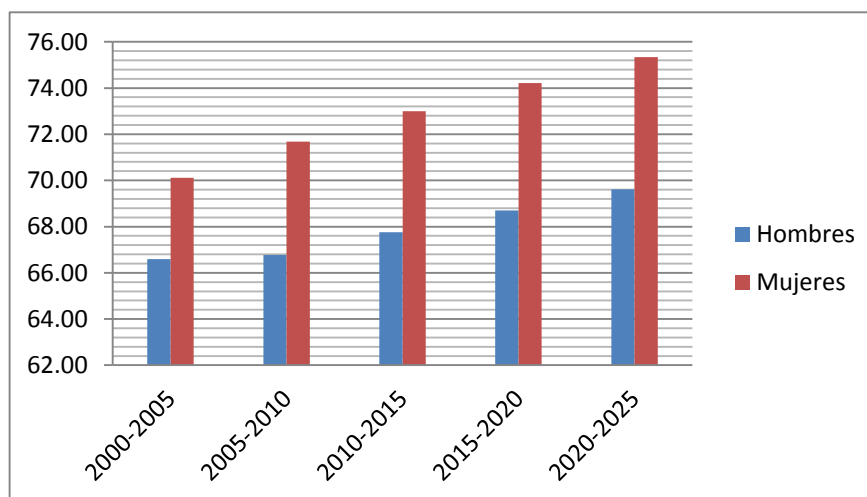
Departamento de Cusco	Año				
	2000-2005	2005-2010	2010-2015	2015-2020	2020-2025
Sexo					
Ambos Sexos	67.80	69.17	70.31	71.39	72.41
Hombres	66.60	66.78	67.76	68.70	69.61
Mujeres	70.12	71.68	72.99	74.21	75.34

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática(INEI)

La tabla 6 muestra que la esperanza de vida al nacer va incrementándose cada quinquenio, es decir el promedio en número de años de vida esperada si los patrones de mortalidad vigentes al momento de su nacimiento no cambian a lo largo de la vida.

Gráfico 7

Esperanza de vida al nacer, según sexo,2000-2025



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

En el gráfico 7 se observa que las mujeres respecto a los hombres, tienen en promedio de edad, mayor esperanza de vida al nacer, además que el crecimiento por cada quinquenio es mayor al de

los hombres, y del 2000 al 2025 la esperanza de vida al nacer solo crece en 3 años de edad, a diferencia del de las mujeres que aumenta en 5 años de edad.

Tabla 7

Viviendas particulares por tipo de vivienda de la provincia de Cusco

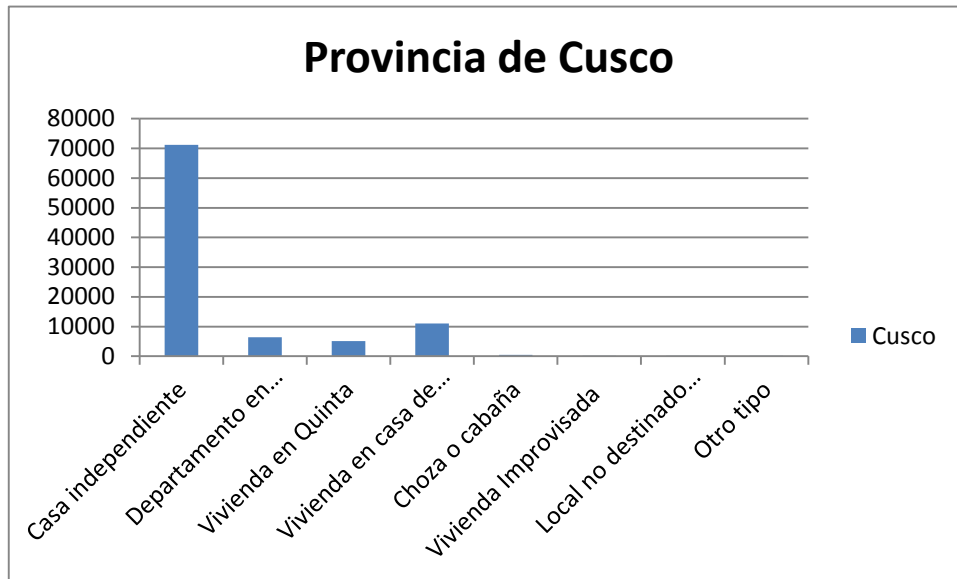
Provincia	Casa independiente	Departamento en edificio	Vivienda en Quinta	Vivienda en casa de vecindad	Chozas o cabañas	Vivienda Improvisada	Local no destinado para habitación humana	Otros tipos
Cusco	71 175	6354	5059	10 991	498	198	136	132

Fuente : Instituto Nacional Estadística e Informática, Censo Población y Vivienda 2007

En la tabla 7 se exhibe a las diferentes tipos de viviendas de la provincia de Cusco, habiendo mayor número de casas independientes, y solo 136 viviendas en toda la provincia de Cusco que no son destinados para habitación humana y 132 de otros tipos que no está mencionando.

Gráfico 8

Viviendas particulares por tipo de vivienda



Fuente : Instituto Nacional Estadística e Informática, Censo Población y Vivienda 2007

Según el gráfico 8 se puede observar que la mayoría de hogares vive en casas independientes, seguida por el tipo de vivienda en casa de vecindad, las cuales forman un conjunto de viviendas distribuidas alrededor de un patio o a lo largo de un corredor, de este tipo de viviendas existen un poco más de 10 000 viviendas en toda la provincia de Cusco.

- **Educación:**

Tabla 8

Analfabetismo de la Provincia de Cusco

Provincia	Población analfabeta	Tasa de analfabetismo
Cusco	10224	3.9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2007.

La tabla 8 presenta la tasa de analfabetismo y la población analfabeta de la provincia de Cusco, siendo solo un 3.9% personas analfabetas de toda la población cusqueña, equivaliendo a 10 224 habitantes analfabetas.

Tabla 9

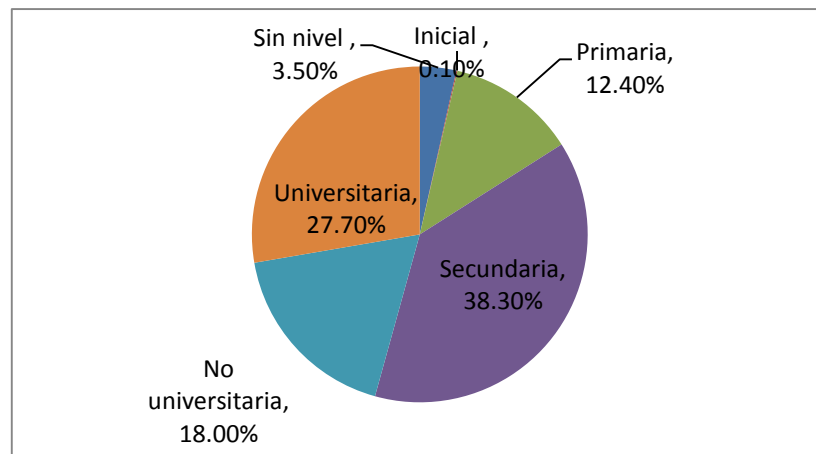
Población de la provincia de Cusco de 15 y más años de edad, por nivel de educación alcanzado, porcentaje

Provincia	Sin nivel	Inicial	Primaria	Secundaria	No universitaria	Universitaria
Cusco	3.50%	0.10%	12.40%	38.30%	18.00%	27.70%

Fuente: Compendio Estadístico Cusco, 2017²⁴

Gráfico 9

Población de la provincia de Cusco de 15 y más años de edad, por nivel de educación alcanzado, porcentaje



Fuente: Compendio Estadístico Cusco, 2017

En el gráfico 9 se muestra la población de la provincia de Cusco de 15 y más años de edad, por nivel de educación alcanzado expresado en porcentajes, el 38% de la población

²⁴ Instituto Nacional de Estadística e Informática/ documento "Compendio Estadístico Cusco 2017":Capitulo 4 educación/ Censo Nacional 2007

comprende a los habitantes que culminaron sus estudios del nivel secundario y contrariamente se encuentran los habitantes en nivel inicial que se perciben en un 0.1 % de la población de la provincia de Cusco.

3.5 ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO

Tabla 10

Distribución de hogares según niveles socioeconómicos, departamento del cusco

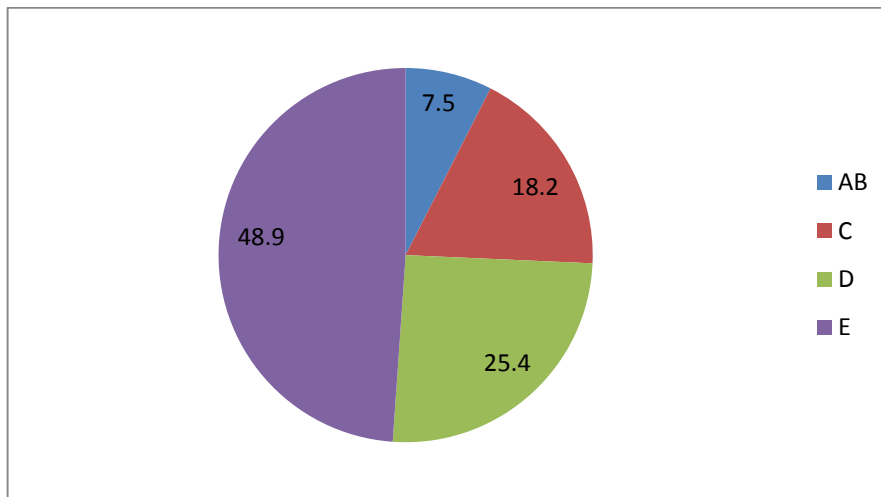
Nivel	AB	C	D	E
Cusco	7.5	18.2	25.4	48.9

Fuente: Estimaciones APEIM (Asociación peruana de empresas de investigación de mercados) según ENAHO 2017

En la tabla 10 se observa que hay mayor número de personas que se encuentran en los niveles socioeconómicos D y E, y un número minoritario de hogares que están en el nivel AB.

Gráfico 10

Distribución de hogares según niveles socioeconómicos, departamento del cusco por porcentaje



Fuente: Estimaciones APEIM (Asociación peruana de empresas de investigación de mercados) según ENAHO 2017

En el gráfico 10 se presenta los diferentes niveles socioeconómicos, teniendo un poco menos de la mitad de la población en el nivel socioeconómico E y un 7.5% de la población en el nivel socioeconómico AB.

Tabla 11

Ingreso promedio proveniente del trabajo de la provincia de Cusco, por sexo, 2015-2016

(soles corrientes)

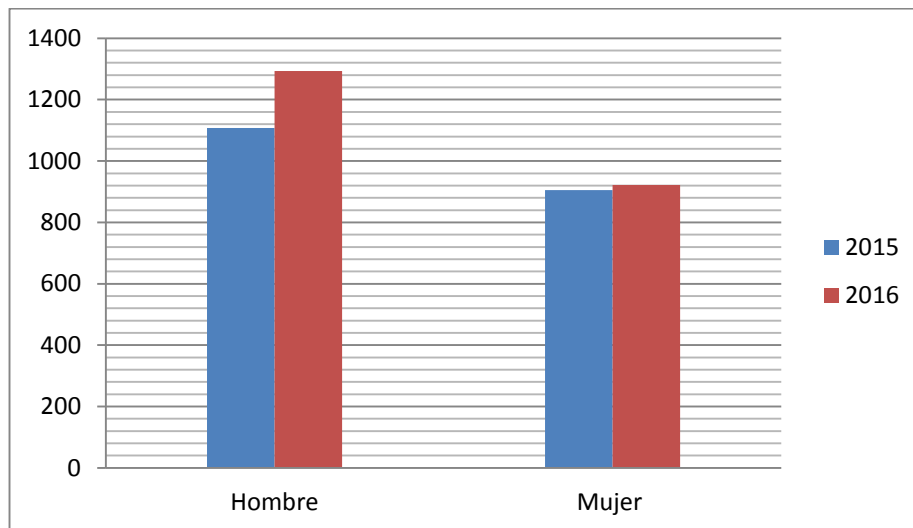
	Hombre	Mujer
2015	1107.8	905.5
2016	1293.7	922.1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingresos por Departamentos, 2007-2016

En la tabla 11 se expone el ingreso promedio proveniente del trabajo de la provincia de Cusco, por sexo, se puede observar una notable diferencia en ambos años entre el ingreso promedio del hombre y la mujer, siendo el del hombre el más alto.

Gráfico 11

Ingreso promedio proveniente del trabajo de la provincia de Cusco, por sexo, 2015-2016



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingresos por Departamentos, 2007-2016

En el gráfico 11 se observa que el ingreso promedio proveniente del trabajo del hombre se acrecentó del año 2015 al 2016, mientras que el ingreso promedio de la mujer aumentó en menor proporción.

CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS, AÑO 2018**Tabla 12****Promedio de número de personas en un hogar de la provincia de Cusco, por distritos, 2018**

Distrito	Ubigeo	N° de personas en el hogar		
		Promedio	Moda	Mediana
Cusco	80101	4	3	3
Ccorca	80102	4	4	4
Poroy	80103	4	4	4
San Jerónimo	80104	4	4	4
San Sebastián	80105	4	2	3
Santiago	80106	4	3	3
Saylla	80107	4	4	3
Wanchaq	80108	3	3	3
Total		4	3	3

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

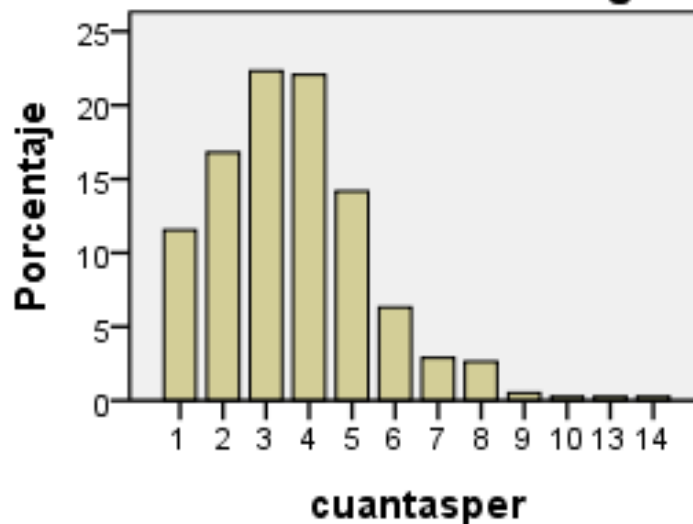
En la tabla 12 podemos observar que el promedio del número de personas en un hogar es 4 es decir que aproximadamente los hogares de la población del Cusco lo integran 4 personas, y en la medida de tendencia moda se obtiene un resultado de 3, entonces se puede entender que hay mayor número de hogares formados por 3 miembros, la mediana nos dice que la mitad de la población del Cusco tiene 3 o menos miembros integrando su hogar.

Gráfico 12

Número de personas en un hogar de la provincia de Cusco, por distritos, 2018

		Tamaño del hogar				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	1	44	11,5	11,5	11,5	
	2	64	16,8	16,8	28,3	
	3	85	22,3	22,3	50,7	
	4	84	22,0	22,0	72,7	
	5	54	14,2	14,2	86,9	
	6	24	6,3	6,3	93,2	
	7	11	2,9	2,9	96,1	
	8	10	2,6	2,6	98,7	
	9	2	,5	,5	99,2	
	10	1	,3	,3	99,5	
	13	1	,3	,3	99,7	
	14	1	,3	,3	100,0	
	Total		381	100,0	100,0	

Número de miembros del hogar



Fuente: Encuestas de la investigación
Elaboración propia

En el gráfico 12 podemos observar que el 42% de la población de cusco tiene 3 o 4 miembros en el hogar, esto se debe a que la mayoría de los hogares lo conforman las familias, las cuales, años

atrás eran numerosas, sin embargo ahora existe mayor planificación familiar, y una tendencia a no tener hijos o solo tener uno, esto es más frecuente en los más jóvenes, sin embargo cada vez hay menos cantidad de hijos, por tanto el tamaño del hogar se redujo.

Tabla 13
Sexo de los jefes de hogar

Distrito	Sexo del jefe de hogar		
	Hombre	Mujer	Total
Cusco	48	29	77
Ccorca	34	9	43
Poroy	35	8	43
San Jerónimo	30	13	43
San Sebastián	26	15	41
Santiago	25	14	39
Saylla	30	16	46
Wanchaq	37	12	49

Fuente: Encuestas de la investigación

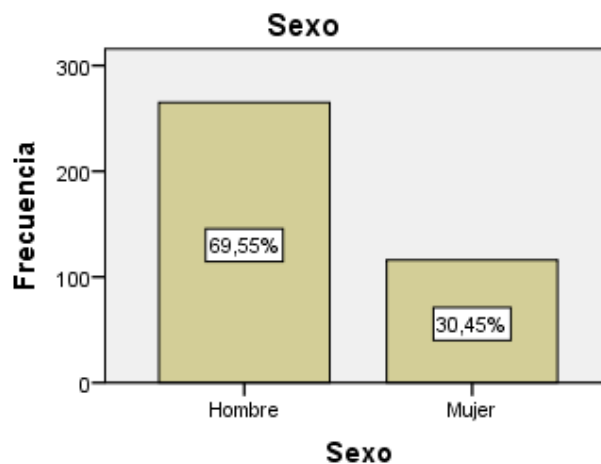
Elaboración propia

En la tabla 13 podemos observar que de los hogares encuestados de la provincia del cusco, la respuesta más común fue que el jefe del hogar es de sexo masculino además podemos notar que en el distrito donde hay menos mujeres como jefe de hogar es en Poroy seguido del distrito de Ccorca.

Gráfico 13

Sexo de los jefes de hogar de la provincia de Cusco

		Sexo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	265	69,6	69,6	69,6
	Mujer	116	30,4	30,4	100,0
	Total	381	100,0	100,0	



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 13 se presenta el sexo de los jefes de hogar de la provincia del Cusco y 265 jefes de hogar son del sexo masculino representando los 70 % de los 380 hogares encuestadas, y solo un 30% representan a las jefas de hogar de la provincia del Cusco, es cierto que en la actualidad hay mayor número de jefas de hogar por el empoderamiento de los mujer, sin embargo hay existe el machismo o antiguas costumbres que definen al varon como jefe de hogar.

Tabla 14

Nivel educativo de los jefes de hogar de la provincia de cusco,2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin nivel	24	6,3	6,3	6,3
	Primaria incompleta	65	17,1	17,1	23,4
	Primaria completa	31	8,1	8,1	31,5
	Secundaria incompleta	40	10,5	10,5	42,0
	Secundaria completa	79	20,7	20,7	62,7
	Superior no universitaria Incompleta	12	3,1	3,1	65,9
	Superior no universitaria completa	27	7,1	7,1	73,0
	Superior universitaria incompleta	29	7,6	7,6	80,6
	Superior universitaria completa	64	16,8	16,8	97,4
	Postgrado universitario	10	2,6	2,6	100,0
	Total	381	100,0	100,0	

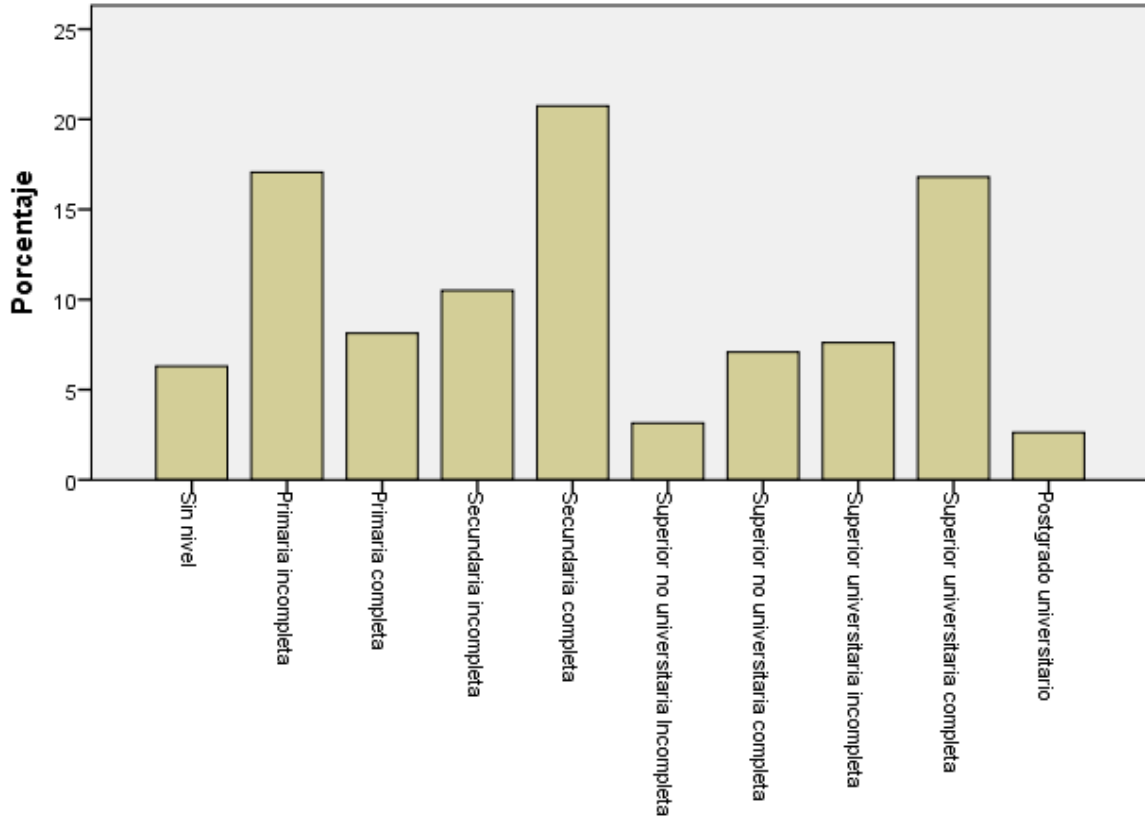
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En tabla 14 podemos observar el nivel de estudios de los jefes de hogar de la provincia del Cusco, apreciando que no se registra jefes de hogar estudiando en inicial, ni en básica especial. Y solo 10 jefes de hogar tienen postgrado universitario.

Gráfico 14

Nivel de estudios de los jefes de hogar de la provincia de Cusco, por distritos, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 14 se puede notar los diferentes niveles de estudios, teniendo cerca de 80 personas con secundaria completa, por lo que se diría que la respuesta más común fue de haber culminado la secundaria y teniendo un número minoritario de personas con post grado universitario y educación superior no universitaria incompleta, esto debido a que las personas sienten que tendrán oportunidades laborales si acaban la secundaria, u otros piensan que tendrán mayores oportunidades si acaban la universidad, por eso es que la mayoría de personas se encuentra en ese punto de culminar la secundaria o universidad.

Tabla 15

Tipo de entidad para el que trabaja el jefe de hogar de la provincia de Cusco, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Fuerzas Armadas, Policía Nacional del Perú (militares)	9	2,4	7,7	7,7
	Administración Pública	42	11,0	35,9	43,6
	Empresa Pública	2	,5	1,7	45,3
	Empresas especiales de servicios	2	,5	1,7	47,0
	Empresa o Patrono Privado	62	16,3	53,0	100,0
	Total	117	30,7	100,0	
	Perdidos	Sistema	264	69,3	
Total		381	100,0		

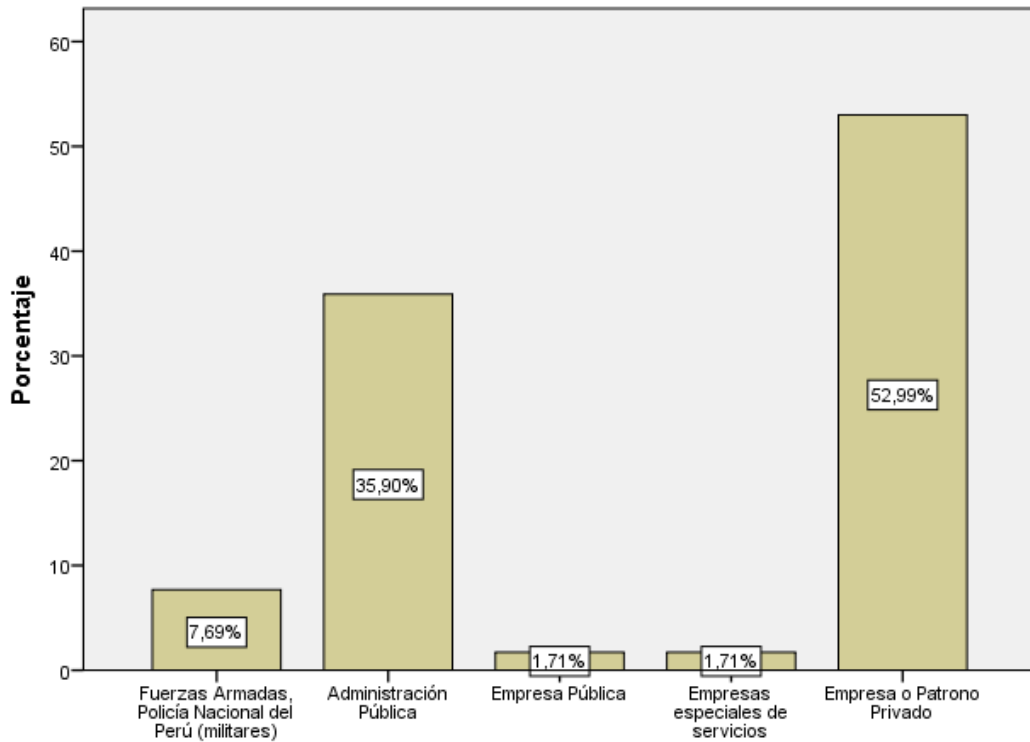
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 15 se percibe que de los hogares encuestados, la mayoría de jefes de hogar trabaja para una empresa privada o en administración pública, a causa que hay mayor número de empresas privadas, y cada una de ellas necesita mano de obra calificada o no, a diferencia de una empresa pública que no son tan numerosas y por lo tanto no demandan demasiado personal, sin embargo el 69,3% no contestó esta pregunta por ser una pregunta muy personal relacionada con el ingreso que proviene de su principal actividad.

Gráfico 15

Tipo de entidad para el que trabaja el jefe de hogar de la provincia de Cusco, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En gráfico 15 podemos ver que el 52% de las personas encuestadas trabaja en empresas privadas seguido por un 36% que trabaja en administración pública y un 2% en ambos casos en empresas especiales de servicios y empresa pública.

Tabla 16

Ingreso liquido mensual de los hogares de la provincia de Cusco, 2018

Distrito	Promedio	Moda	Mediana
Cusco	2251	1500	1650
Ccorca	905	1200	775
Poroy	1264	1200	1200
San Jerónimo	2022	1200	1595
San Sebastián	2170	1200	1700
Santiago	1558	800	1250
Saylla	848	500	600
Wanchaq	2707	2000	2175
Total	1954	1200	1500

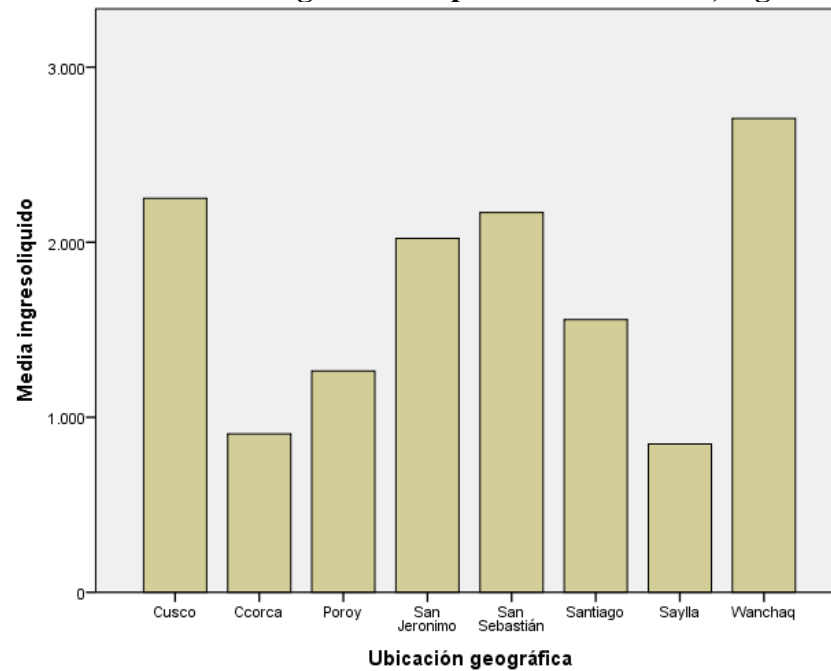
N	Válido	194
	Perdidos	187

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 16 podemos observar que el promedio de ingreso mensual liquido de los hogares de la provincia del Cusco es de 1954 soles, y la respuesta más común fue tener un ingreso liquido de 1200 mensual, sin embargo el 50 % de los hogares tiene un ingreso líquido mensual mayor a 1500, el otro 50% tiene un ingreso liquido mensual igual o por debajo de 1500.

Gráfico 16
Ingreso líquido mensual de los hogares de la provincia de Cusco, según distritos, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 16 podemos observar que el distrito con mayor ingreso líquido mensual es el distrito de Wanchaq, contando aproximadamente más de 2500 soles de ingreso líquido mensual, y la mitad de encuestados teniendo más de 2000 soles de ingreso líquido mensual, y el distrito con menor ingreso líquido mensual es el distrito de Saylla, con un promedio de menos de 1000 soles, esta pregunta fue muy personal por lo que se tiene 187 datos perdidos, empero de los hogares que contestaron, se sabe que están en diferentes distritos de acuerdo a su poder adquisitivo, ya que en la zona de Wanchaq las viviendas, supermercados, etc, tiene un costo más elevado a otras zonas como podría ser Ccorca, lo que se ve una diferencia del ingreso promedio por distritos.

Tabla 17

Gasto en celulares de la provincia del cusco, según distritos, 2018

Distrito	Promedio	Mediana
Cusco	1650	1500
Ccorca	-	-
Poroy	1450	1450
San Jerónimo	1717	1500
San Sebastián	1400	1400
Santiago	1695	1695
Saylla	-	-
Wanchaq	1900	1900
Total	1671	1500

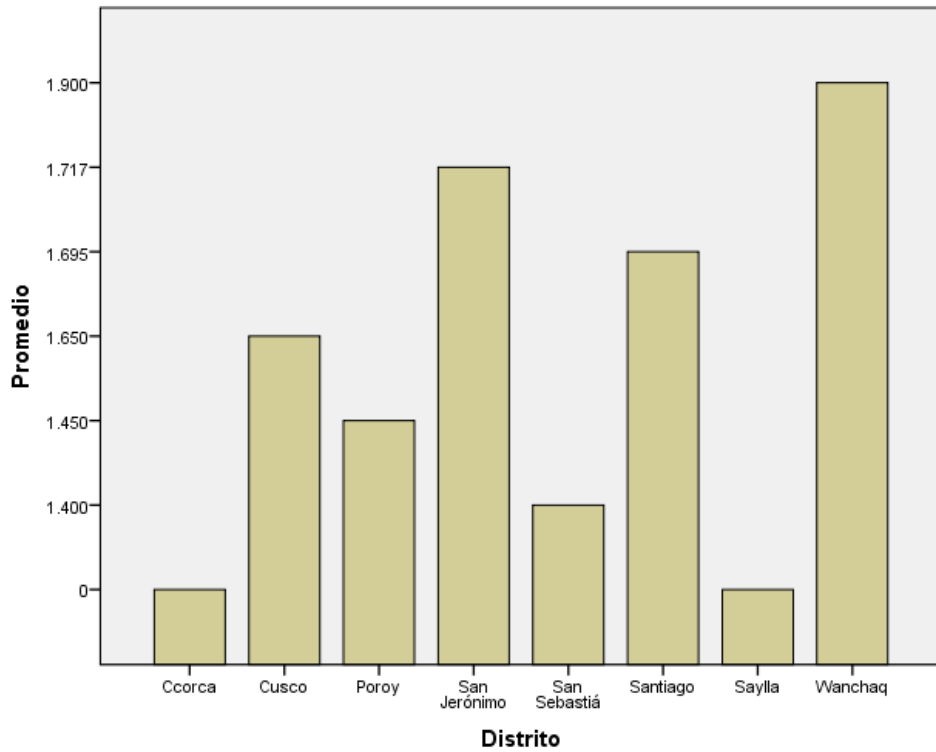
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 17 de los gastos más representativos de los hogares de la provincia del Cusco se tiene el gasto en celulares, en los primeros 5 meses del año 2018, considerando como bienes suntuarios solo a los celulares de alta gama que están en el rango de precio de 1300 soles a más, no se considera la forma de medición estadística moda porque el número de hogares encuestados que compraron celulares fueron pocos. Observando así un promedio de gasto de celulares de 1671 soles de los hogares de la provincia del Cusco.

Gráfico 17

Gasto en celulares de la provincia del cusco, según distritos, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 17 se aprecia mejor el gasto promedio en celulares por distritos, notando que el distrito de Wanchaq es el que en promedio gasta más en la compra de celulares, y el distrito de Ccorca y Saylla en lo que va del año no se registró ninguna compra en celulares de alta gama.

Tabla 18

Gasto en televisores de la provincia del cusco, según distritos, 2018

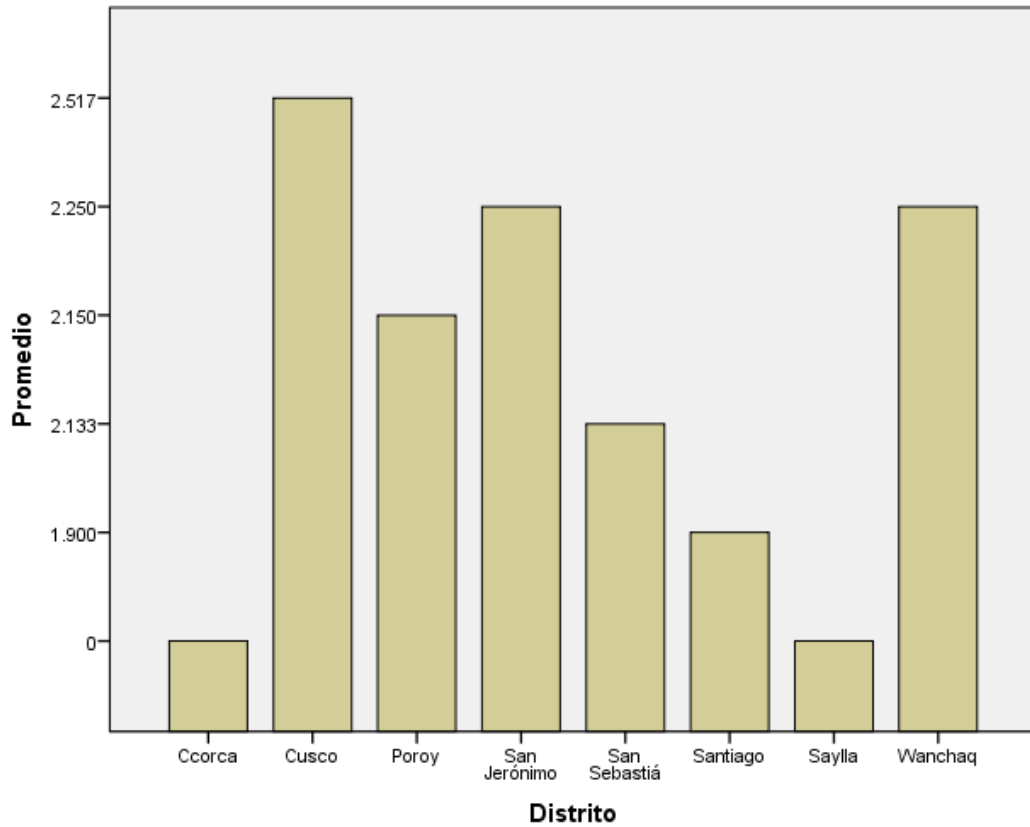
Distrito	Promedio	Mediana
Cusco	2517	2425
Ccorca	-	-
Poroy	2150	2150
San Jerónimo	2250	2250
San Sebastián	2133	2100
Santiago	1900	1900
Saylla	-	-
Wanchaq	2250	2250
Total	2289	2225

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 18 resalta otro de los gastos más representativo de los hogares de la provincia del Cusco, fue la compra de televisores, se considera representativo por el número de hogares que compraron televisores en los primeros 5 meses, a diferencia del gasto que realizaron un número reducido de familias en otros bienes suntuarios, el promedio de gasto en televisores es de 2289 soles de los hogares de la provincia de Cusco.

Gráfico 18
Gasto en televisores de la provincia del cusco, según distritos, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 18 el distrito con mayor gasto promedio en televisores fue el distrito de Cusco, gastando 2500 soles aproximadamente en los primeros 5 meses, contrariamente de los distritos de Ccorca y Saylla que no se registró ninguna compra en televisores.

Tabla 19

Gasto en joyas de la provincia del cusco, según distritos, 2018

Distrito	Promedio	Mediana
Cusco	113	95
Ccorca	15	15
Poroy	60	50
San Jerónimo	239	150
San Sebastián	125	125
Santiago	61	55
Saylla	32	32
Wanchaq	266	78
Total	156	80

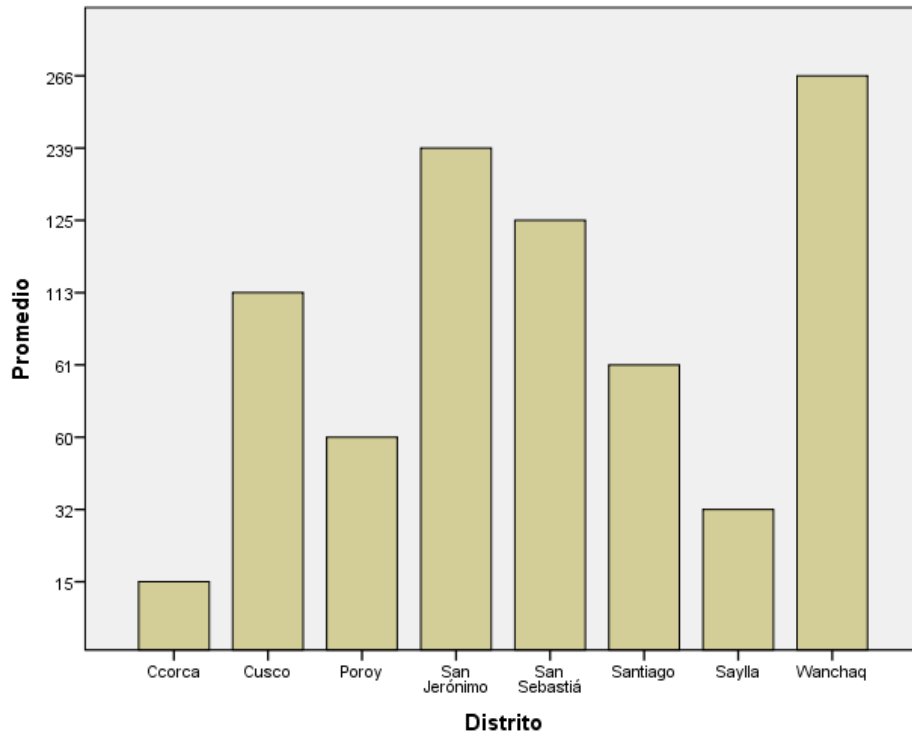
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 19 se aprecia el gasto de joyas en la provincia del Cusco, en promedio se gastó 156 soles por hogar en joyas en los primero 5 meses, además el 50% de la población encuestada gasto más de 80 soles en joyas.

Gráfico 19

Gasto en joyas de la provincia del cusco, según distritos, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 19 se aprecia el mayor gasto en promedio realizada por los distritos de San Jerónimo y Wanchaq, con un 50% de la población encuestada gastando más de 150 soles y 78 soles, respectivamente, y el menor gasto en Ccorca.

Tabla 20

Gasto en artículos de cuidado personal de la provincia del cusco, según distritos, 2018

Distrito	Cuidado personal (otros)		
	Promedio	Moda	Mediana
Cusco	23	20	20
Ccorca	10	6	8
Poroy	13	10	10
San Jerónimo	24	5	14
San Sebastián	25	10	28
Santiago	32	28	23
Saylla	11	14	8
Wanchaq	34	15	25
Total	21	10	14

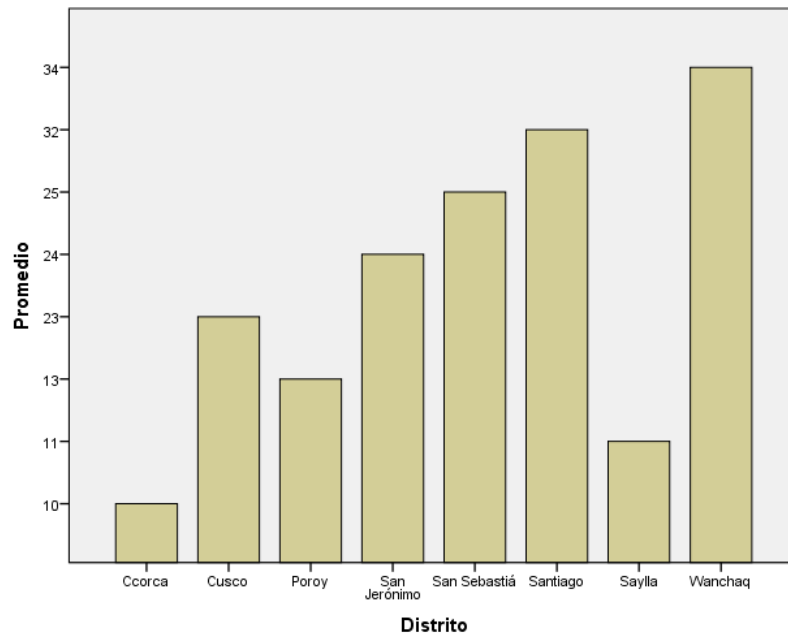
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 20 se muestra el gasto en artículos de cuidado personal que no incluyen los artículos de higiene como el shampoo, el jabón, crema dental, etc., En la sección de otros se encuentra los artículos que no estaban en las opciones de encuesta tales como colonia, lápiz labial, cuidado personal del bebé. El promedio de gasto de diversos bienes de cuidado personal fue de 21 soles por hogar y siendo 10 soles la respuesta más repetitiva, además de deducir que la mitad de la población encuestada gasta más de 14 soles en bienes de cuidado personal.

Gráfico 20

Gasto en artículos de cuidado personal de la provincia del cusco, según distritos, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 20 se aprecia a los dos distritos con mayor gasto promedio en artículos de cuidado personal que es Santiago y Wanchaq, y siendo Ccorca el distrito con menor gasto en este tipo de bienes, distinguiendo la respuesta más frecuente que fue el gasto de 6 soles en los primeros 5 meses del año 2018.

Tabla 21

Gasto en ropa de adulto de la provincia del cusco, según distritos, 2018

Distrito	Ropa de adulto		
	Promedio	Moda	Mediana
Cusco	198	120	180
Ccorca	113		100
Poroy	155	110	120
San Jerónimo	178	150	155
San Sebastián	207	150	200
Santiago	171	200	170
Saylla	98	80	100
Wanchaq	190	200	190
Total	172	200	150

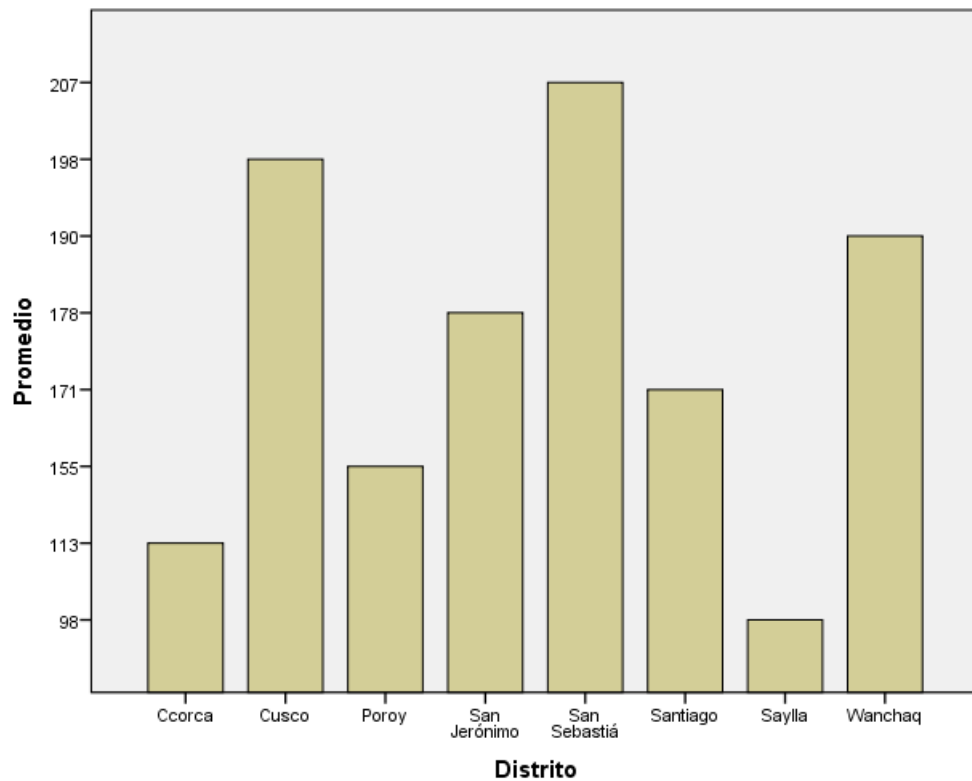
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 21 se expone el gasto de ropa de adulto de los hogares en la provincia del Cusco en los primeros 5 meses, considerando bienes suntuarios a las compras de ropa de marcas exclusivas, siendo el precio mínimo de 80 soles. El promedio de gasto en ropa de adulto es de 172 soles y la mayor parte de la población encuestada respondió que gastó 200 soles en ropa de adulto en los que va del año.

Gráfico 21

Gasto en ropa de adulto de la provincia del cusco, según distritos, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 21 se aprecia el gasto en ropa de adulto de la provincia del Cusco, según distritos podemos observar que en el distrito de Ccorca no se registra la moda, dado que el número de hogares que compraron ropa de adulto fue mínima y de las pocas respuestas no hubo coincidencia para ser iguales, por otro lado el distrito que más gasto en promedio fue el distrito de San Sebastián y teniendo como respuesta más común el gasto de 150 soles en ropa de adulto.

Tabla 22

Gasto en calzado de adulto de la provincia del cusco, según distritos, 2018

Distrito	Calzado de adulto		
	Promedio	Moda	Mediana
Cusco	269	250	250
Ccorca	200	-	200
Poroy	170	120	140
San Jerónimo	249	-	200
San Sebastián	214	-	190
Santiago	214	150	200
Saylla	113	120	120
Wanchaq	214	100	200
Total	215	250	200

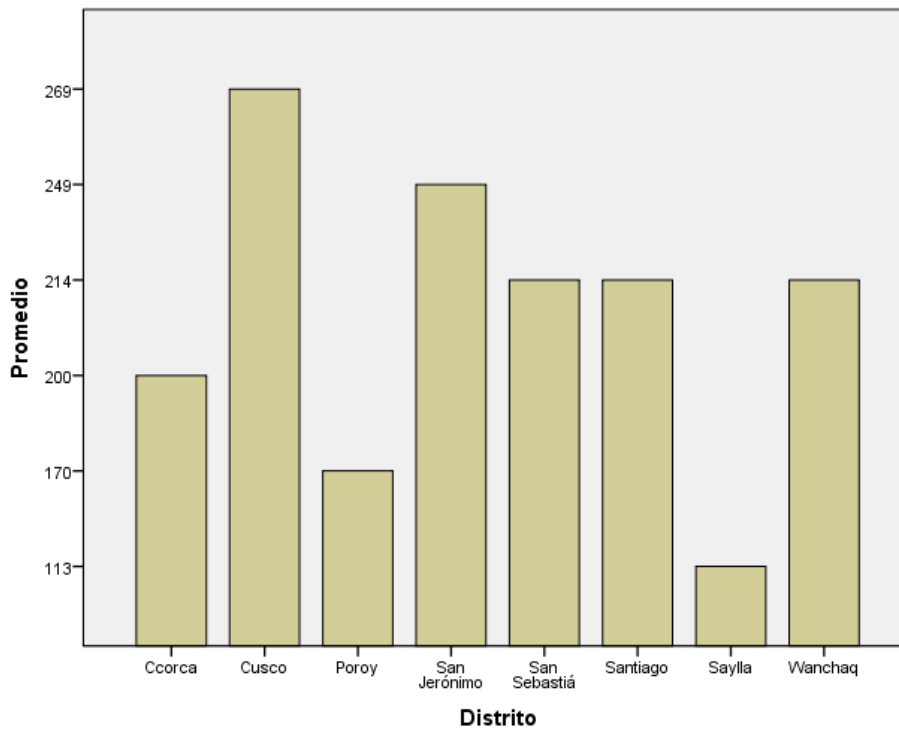
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 22 se presenta el gasto de calzado de adulto otro de los gastos más representativos de los hogares en la provincia del Cusco en los primeros 5 meses del año 2018, considerando bienes suntuarios a las compras de calzado de marcas exclusivas, siendo el precio mínimo de 100 soles, haciendo notar en la tabla el gasto promedio de 215 soles de todos los distrito de la provincia del Cusco, y una mediana de 200 soles que nos indica que la mitad de la población encuestada gasto más de 200 soles en calzado de adulto.

Gráfico 22

Gasto en calzado de adulto de la provincia del cusco, según distritos, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 22 se distingue que no hay el registro de la moda de las respuestas acerca del gasto en calzado de adulto, esto se debe a la falta de coincidencia de respuestas dado que existen pocas respuestas de gasto de calzado en las provincias de Ccorca, San Jerónimo y San Sebastián, sin embargo el distrito que gasta más en estos bienes es el de Cusco con un promedio de gasto de poco más de 250 soles y una respuesta frecuente de gasto en calzado de 250 soles.

4.1 ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

Tabla 23

Gasto en los principales bienes suntuarios de la provincia de Cusco, 2018

Celular		Tv		Joyas		arti.cuidado personal		ropa adulto		calzado adulto	
prom edio	medi ana	prom edio	medi ana	Prom edio	Medi ana	Prom edio	Medi ana	prom edio	medi ana	Prom edio	Medi ana
1671	1500	2289	2225	156	80	21	14	172	150	215	200

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

Tabla 24

Número de hogares que realizaron compras en los principales bienes suntuarios de la provincia de Cusco, 2018

	Celulares	Televisores	Joyas	Art. Cuidado personal	Ropa adulto	Calzado adulto
n° hogares	16	18	48	97	83	49
Porcentaje	4.20	4.72	12.60	25.46	21.78	12.86

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En la tabla 23 se expone los bienes suntuarios más representativos, escogidos por la gran cantidad de hogares que gastan en estos bienes a diferencia de los otros bienes plasmados en la



encuesta (anexo n°1), y en la tabla 24 se plasma el conteo de los hogares que realizaron algún gasto en estos bienes en los primeros 5 meses del año 2018.

De los hogares de la provincia del Cusco un 4% ha realizado una compra en celulares de alta gama en los primeros 5 meses del 2018, los gastan en promedio en un celular 1671 soles y la mitad de la población gasta 1500 o más.

El promedio de gasto en televisores de la provincia del Cusco en los primeros 5 meses del 2018 es de 2289 y el 50% de población gasta más de 2250, este tipo de gastos lo realizaron solo el 5% de la población cusqueña.

El gasto en joyas de la provincia del Cusco, solo un 12.6% de la población total lo realizó, siendo el gasto promedio 156 soles y la mediana de 80 soles que nos explica que la mitad de la población que compró este bien es decir el 12.6%, gasta 80 soles o más.

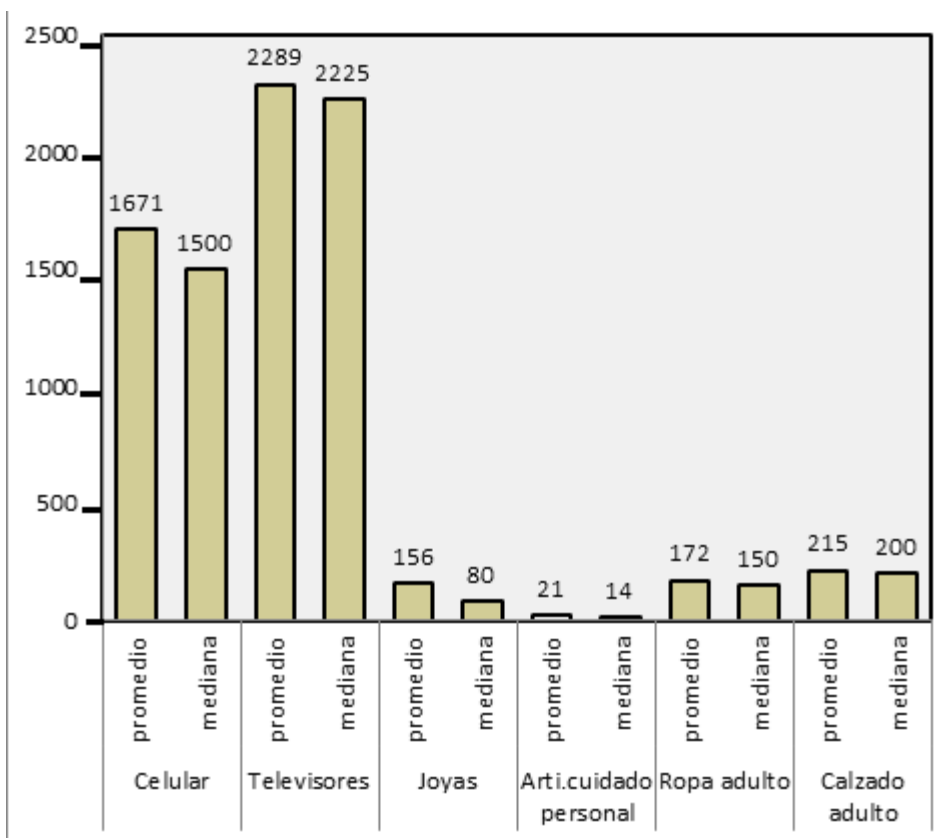
De los hogares de la provincia del Cusco, el 25 % realizó algún gasto en productos de cuidado personal gastando en promedio 21 soles, y la mitad de dicha población gastó igual o más de 14 soles.

De los hogares de la provincia del Cusco, el 22% gastó en ropa de adulto, aproximadamente 172 soles, y el 50% de dicha población gasta 150 soles o más.

El promedio de gasto en calzado de adulto de la provincia del Cusco en los primeros 5 meses del 2018 es de 215 soles y el 50% de población gasta igual o más de 200 soles, este tipo de gastos lo realizaron el 13% de la población de la provincia del Cusco.

Gráfico 23

Gasto en los principales bienes suntuarios de la provincia de Cusco, 2018



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

Se puede observar que el mayor gasto de bienes suntuarios que realiza la población de la provincia del Cusco es la de televisores seguido por el de celulares, pero esto se puede explicar por el precio del bien, ya que solo un 5 y 4 % respectivamente, de los hogares realizaron gastos en estos dos bienes opuestamente de los bienes de cuidado de cuidado personal que en promedio es el bien que menor gasto genera sin embargo, es el bien que tiene mayor número de hogares que lo compran , representando el 25 % de la población de la provincia del cusco que gastó en estos primeros 5 meses.

CAPITULO V: MODELO ECONOMETRICO APLICADO

5.1 MODELO ECONOMETRICO APLICADO: MODELO WORKING-LESER

El modelo empírico aplicado en este estudio es el modelo Working-Leser. La forma original del modelo Working-Leser fue discutida por Working (1943) y Leser (1963). En el modelo Working-Leser, cada porción del artículo alimenticio es simplemente una función lineal del registro de precios y del gasto total en todos los alimentos considerados. La función de demanda de alimentos Working-Leser se puede expresar como:

$$w_i = \alpha_0 + \alpha_1 \log x + \sum_j \beta_{ij} \log P_j + \sum_k \gamma_{ik} H_k + \varepsilon \quad (1)$$

Donde:

- (i, j) representa los 17 principales bienes suntuarios
- w_i es la participación en el gasto en los principales 17 bienes suntuarios
- p_j es el precio de los bienes
- x es el gasto total de todos los bienes incluidos en el modelo.

H_k incluye variables donde k es:

- *TAMAÑO* = número de personas en el hogar;
- *INGRESO* = Ingreso bruto del hogar;

ε_i son perturbaciones aleatorias supuestas con media cero y varianza constante. Este modelo se puede estimar para cada artículo o bien por mínimos cuadrados ordinarios (MCO). Los coeficientes en el modelo en este caso $\alpha_1, \beta_{ij}, \gamma_{ik}$ podrán tener valores positivos o negativos de acuerdo a la relación que tengan con la variable dependiente.

Fórmulas de elasticidad de demanda para el modelo Working-Leser:

Es fácil mostrar las fórmulas de elasticidad para el modelo Working-Leser. La elasticidad gastos (e_i) se puede expresar como:

$$e_1 = 1 + \left(\frac{\alpha_1}{w_1} \right)$$

Elasticidad del ingreso en el modelo Working-Leser

Como el modelo Working-Leser usa los gastos totales para el grupo de alimentos incluidos en el modelo. Para estimar la elasticidad ingreso, se estima la siguiente función de Engel:

$$\log x = \alpha_0 + \alpha_1 \log x + \beta \log P + \sum_k Y_{ik} H_k + \varepsilon \quad (3)$$

Donde:

- x es el gasto total de los bienes incluidos en el modelo
- X es el gasto total de bienes y servicios de consumo de bienes suntuarios y bienes no suntuarios;
- P es el índice de precios de Laspeyres para los bienes
- Y otras variables demográficas y ficticias son las mismas que se definieron previamente.

Las variables restantes son las mismas que en la Ecuación (1) La elasticidad del ingreso puede estimarse a partir de las Ecuaciones (1) y (3) De la Ecuación (1), la elasticidad del gasto, $e_i =$

$\left(\frac{\partial q_i}{\partial x} \cdot \frac{x}{q_i} \right)$ puede ser estimada. De la Ecuación (3) $S = \left(\frac{\partial x}{\partial X} \cdot \frac{X}{x} \right)$, se puede derivar la

capacidad de respuesta del gasto en artículos alimenticios por el cambio en el ingreso. Por lo tanto, la elasticidad ingreso se estima de la siguiente manera:

$$e_{i(\text{income})} = e_i S = \left(\frac{\partial q_i}{\partial x} \cdot \frac{x}{q_i} \right) \left(\frac{\partial x}{\partial X} \cdot \frac{X}{x} \right) = \frac{\partial q_i}{\partial X} \cdot \frac{X}{q_i}$$

Diagnósticos de regresión

Supuestos que se deben cumplir:

- **Linealidad:** las relaciones entre los predictores y la variable de resultado deben ser lineales.
- **Normalidad:** Los errores deben distribuirse normalmente, la normalidad técnica es necesaria solo para que las pruebas de hipótesis sean válidas, la estimación de los coeficientes solo requiere que los errores se distribuyan de forma idéntica e independiente.
- **Homoscedasticidad:** Una de las principales suposiciones para la regresión de mínimos cuadrados ordinarios es la homogeneidad de la varianza de los residuos.
- **Independencia:** Los errores asociados con una observación no están correlacionados con los errores de ninguna otra observación.
- **Especificación del modelo:** el modelo debe especificarse adecuadamente (incluidas todas las variables relevantes y excluyendo las variables irrelevantes).

Otros: Hay otros problemas que pueden surgir durante el análisis que, aunque estrictamente hablando, no son suposiciones de regresión, no dejan de ser motivo de gran preocupación para los analistas de datos)

- **Influencia de las observaciones:** observaciones individuales que ejercen una influencia indebida sobre los coeficientes
- **Colinearidad:** los predictores que son altamente colineales, es decir, linealmente relacionados, pueden causar problemas al estimar los coeficientes de regresión.

5.2 MODELO WORKING-LESSER “FACTORES DETERMINANTES DEL CONSUMO DE BIENES Suntuarios DE LA PROVINCIA DEL CUSCO, 2017”

El modelo que se utilizó en este trabajo es un modelo de regresión lineal donde se usará formas funcionales en las que se emplean logaritmos, específicamente el modelo Nivel-Log²⁵, en este análisis de regresión con datos de corte transversal se empleará la incorporación de no linealidades en la regresión simple.

Al modelo de regresión simple también se le llama modelo de regresión lineal simple. Sin embargo, como se acaba de mencionar, el modelo general también permite ciertas relaciones no lineales. En la ecuación se puede ver que $y = \beta_0 + \beta_1x + u$, la clave es que esta ecuación es lineal en los parámetros β_0 y β_1 . No hay restricción alguna en la manera en que y y x estén relacionadas con las variables originales, explicada y explicativa, de interés, y y x pueden ser los logaritmos naturales de estas variables, lo que es muy común en las aplicaciones.

El modelo considera como variable dependiente al “consumo de bienes suntuarios de la provincia de Cusco, año 2017”

Se tienen como variables independientes:

- Ingreso líquido del hogar
- Gasto total bruto del hogar
- Precio de los bienes suntuarios
- Número de personas en el hogar

El modelo pretende reflejar la probabilidad de influencia de las variables independientes en el consumo de bienes suntuarios de la provincia de Cusco. Se tomó una muestra de 380 hogares que fueron encuestados, posteriormente se procedió a estimar el modelo planteado en el programa estadístico stata.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

²⁵ Jeffrey M. Wooldridge, introducción a la econometría, un enfoque moderno/ Unidades de medición y forma funcional

Gráfico 24

Modelo Working-Leser “Factores determinantes del consumo de bienes suntuarios de

Linear regression

Number of obs = 154
 F(7, 146) = 16.29
 Prob > F = 0.0000
 R-squared = 0.5093
 Root MSE = .02617

ratiobs	Robust			P> t	[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	t			
lngastototal	-.0155485	.0057136	-2.72	0.007	-.0268399	-.0042572
logpreciosbs	.0120817	.0016702	7.23	0.000	.0087811	.0153823
ingresoliquido_quan~e	-.0002755	.0020576	-0.13	0.894	-.0043417	.0037908
cuantasper_quantile						
2	.0098525	.0049426	1.99	0.048	.0000849	.0196202
3	.0147502	.0062951	2.34	0.020	.0023097	.0271908
4	.0104303	.0050461	2.07	0.040	.0004581	.0204025
_cons	.1186571	.0526173	2.26	0.026	.0146731	.2226411

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

Como se puede apreciar en el gráfico 24, el modelo de regresión lineal Working-Leser estimado muestra un R^2 igual 0.5093 el cual representa una bondad de ajuste aproximada del 50.93% (donde el 100% garantiza la explicación de todo el comportamiento de la variable dependiente), es decir que las variables planteadas explican un 50.93% a la variable dependiente ‘consumo de bienes suntuarios’.

La variable número de personas en el hogar dividida por cuartiles es significativa en los 4 cuartiles dado que tienen significancia individual, por tener los valores de $p > |t|$ menores a 0.1, presentando así una relación positiva con la variable dependiente, es decir que a mayor número de personas se incrementa la demanda de bienes suntuarios, a diferencia del ingreso líquido que mantiene una relación negativa que se entiende que a menor ingreso mayor consumo de bienes suntuarios, sin embargo esta variable no explica el demás el comportamiento en el consumo de bienes suntuarios por tener un valor de $p > |t|$ de 0.894.

Las dos últimas variables independientes tienen formas funcionales en las que se emplean logaritmos, por lo que su interpretación incluye porcentajes, en la variable precio de los bienes suntuarios, si se incrementa en un 1% el precio, la fracción que representa el consumo de bienes suntuarios sobre el gasto total de los hogares aumentará en el coeficiente de dicha variable, por tener una relación positiva, por lo que se entiende que a mayor precio la demanda de bienes suntuarios crecerá, a diferencia de la variable gasto total del hogar que tiene una relación negativa, así en consecuencia de la disminución de gasto total en un 1% el consumo de bienes suntuarios aumentará.

Elasticidad demanda

La elasticidad demanda respecto al gasto se puede obtener por la siguiente ecuación:

$$e_1 = 1 + \left(\frac{\alpha_1}{w_1} \right)$$

En el programa estadístico introducimos el comando: `display 1+(-.0155485/ratiobs)` y dado que el resultado sale -1.8013689 es inelástica. Esta elasticidad mide la variación de la cantidad demandada ante una variación del gasto total del hogar. Es decir, indica la variación porcentual de la cantidad demandada de un bien y la variación del gasto total del hogar en 1%, sin embargo



como muestra una elasticidad inelástica, se interpreta que ante una fluctuación en el gasto total del hogar la demanda de bienes suntuarios no variará de manera relevante.

Observaciones influyentes:

Una observación substancialmente diferente de otras observaciones puede generar distorsiones en el análisis de la regresión. Existen tres formas en las que una observación puede ser inusual: Outlier, Leverage e Influence.

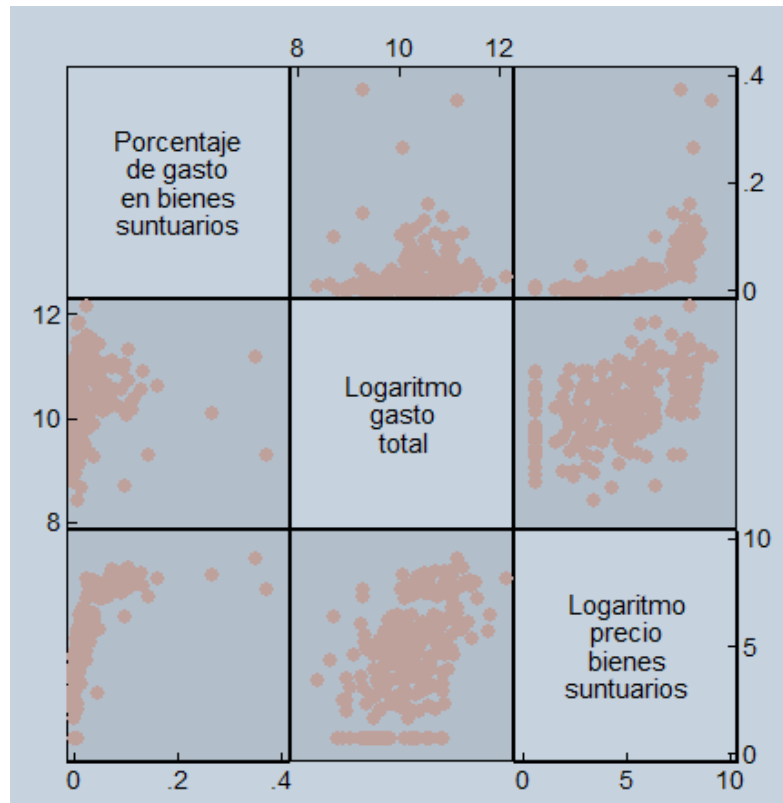
Outlier: Es una observación con un residuo muy grande.

Leverage: Una observación con un valor extremo en comparación con el promedio

Influence: Se dice que es influyente si su remoción cambia sustancialmente la estimación de los coeficientes.

Gráfico 25

Dispersión entre ratio, gasto total y precio



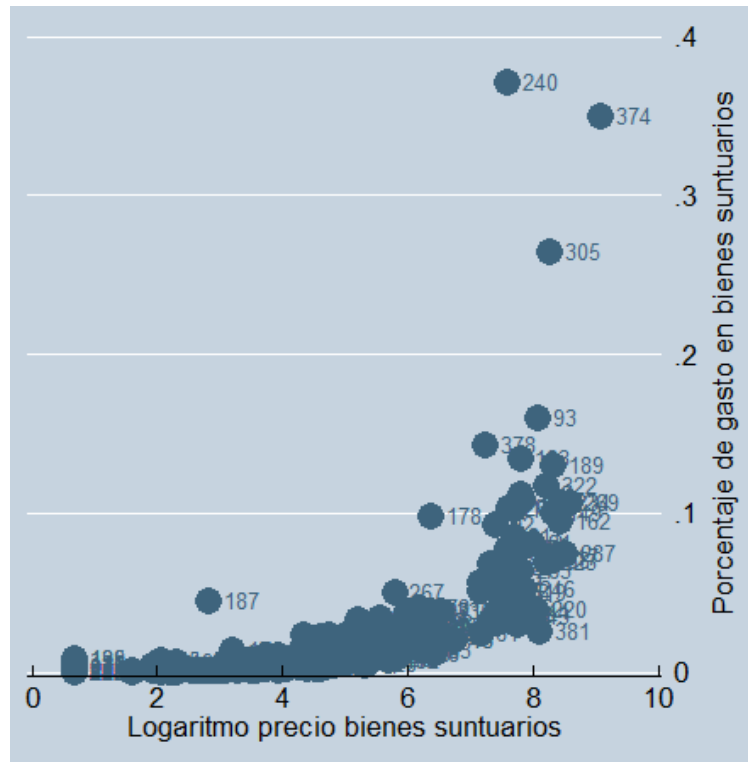
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En cada trama, vemos un punto de datos que está muy lejos del resto de los puntos de datos. Por lo que se prosigue a hacer un gráfico entre ratio y precio total para tener una mejor visión del gráfico de dispersión, adjuntando un marcador con el nombre del estado para identificar los estados periféricos.

Gráfico 26

Dispersión del ratio y precio



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

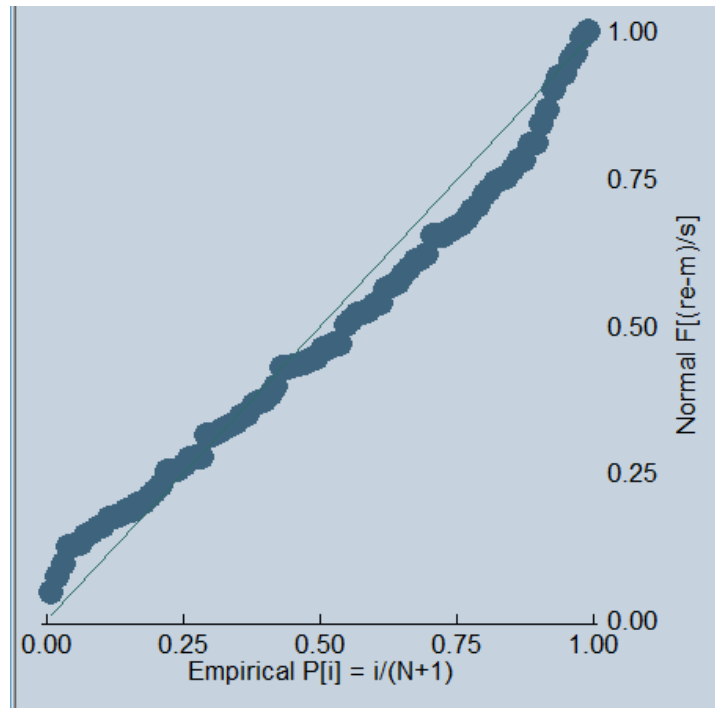
Con la variable ratio nos referimos al cociente del gasto en bienes suntuarios entre el gasto total bruto del hogar. El grafico sugiere que las observaciones 240 y 374 se deben verificar ya que se destaca de todos los otros puntos.

Supuestos:

Normalidad de residuos:

Gráfico 27

PNORM grafica la probabilidad normal estandarizada (P-P)



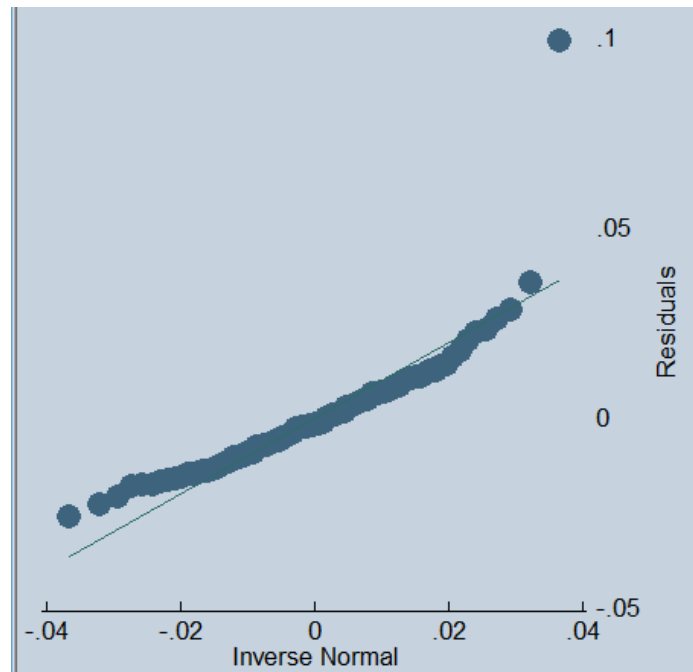
Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

El gráfico 27 Pnorm muestra comandos gráficos de una parcela de probabilidad normal estandarizada (PP), el gráfico pnorm es sensible a la no normalidad en el rango medio de los datos. Como verá a continuación, los resultados de pnorm no muestran indicios de no normalidad.

Gráfico 28

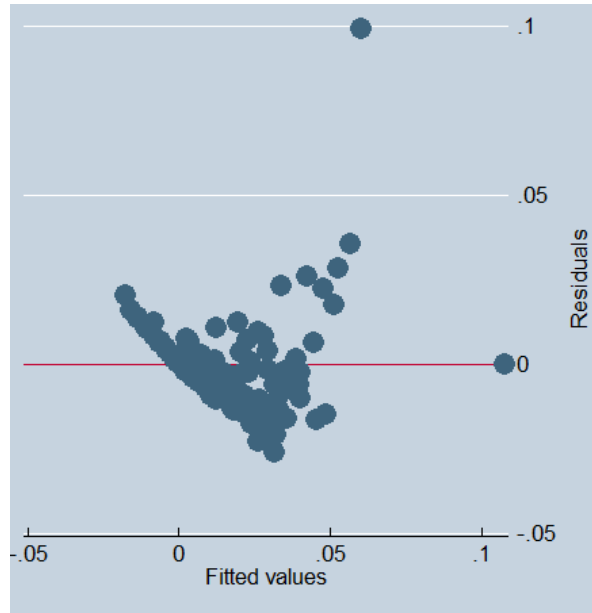
QNORM cuartiles de la variable contra los cuartiles de una distribución normal



Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

La gráfico 28 qnorm nos muestra las parcelas los cuartiles de una variable contra los cuartiles de una distribución normal. La figura qnorm es sensible a la no normalidad cerca de las colas. Por lo que podemos ver una ligera desviación de la normal en la cola inferior. Sin embargo, esto parece ser una desviación menor y trivial de la normalidad. Podemos aceptar que los residuos están cerca de una distribución normal. Ambos test no muestran una desviación de la normalidad.

Homoscedasticidad de los residuos:**Gráfico 29****Residuos y los valores predichos**

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 29 se presentan los residuos versus los valores predichos. Una de las principales suposiciones para la regresión de mínimos cuadrados ordinarios es la homogeneidad de la varianza de los residuos. Si el modelo está bien ajustado, no debería haber un patrón para los residuos graficados contra los valores ajustados. Si la varianza de los residuos no es constante, se dice que la varianza residual es "heteroscedástica". Se observa que el gráfico muestra heteroscedasticidad en la derecha del gráfico, por lo que se requiere de dos pruebas alternas.

Gráfico 30

Test de White para heteroscedasticidad

```
. estat imtest
```

Cameron & Trivedi's decomposition of IM-test

Source	chi2	df	p
Heteroskedasticity	34.92	15	0.0025
Skewness	13.42	7	0.0626
Kurtosis	1.07	1	0.3009
Total	49.41	23	0.0011

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 30 se muestra el test de White para heteroscedasticidad, de acuerdo con el valor p del test, no hay heteroscedasticidad importante en el modelo. Este test prueba la hipótesis nula de que la varianza de los residuos es homogénea. Por lo tanto, si el valor de p es muy pequeño, tendríamos que rechazar la hipótesis y aceptar la hipótesis alternativa de que la varianza no es homogénea. Entonces en este caso, la evidencia está en contra de la hipótesis nula de que la varianza es homogénea.

Gráfico 31

Test de Breush-Pagan

```
. estat hettest  
  
Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity  
Ho: Constant variance  
Variables: fitted values of ratiobs  
  
chi2(1)      =    57.16  
Prob > chi2  =    0.0000
```

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

En el gráfico 31 se expone la segunda prueba dada por hettest de Breusch-Pagan. Estas pruebas son muy sensibles a las suposiciones del modelo, como el supuesto de normalidad. Por lo tanto, es una práctica común combinar las pruebas con los diagramas de diagnóstico para hacer un juicio sobre la gravedad de la heterocedasticidad y para decidir si se necesita alguna corrección para la heterocedasticidad. Por lo tanto, vamos a corregir la heterocedasticidad ya que hay métodos disponibles, utilizando errores estándar robustos, con ello se corrió nuevamente el modelo para que la heterocedasticidad no afecte a los resultados, y para recabar información más precisa.

Multicolinealidad:

Gráfico 32

VIF (Factor de varianza de la inflación)

Variable	VIF	1/VIF
lngastototal	1.76	0.568195
logpreciosbs	1.39	0.718091
ingresoliq~e	1.30	0.770378
cuantasper~e		
2	1.81	0.553133
3	2.07	0.481970
4	1.68	0.595893
Mean VIF	1.67	

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

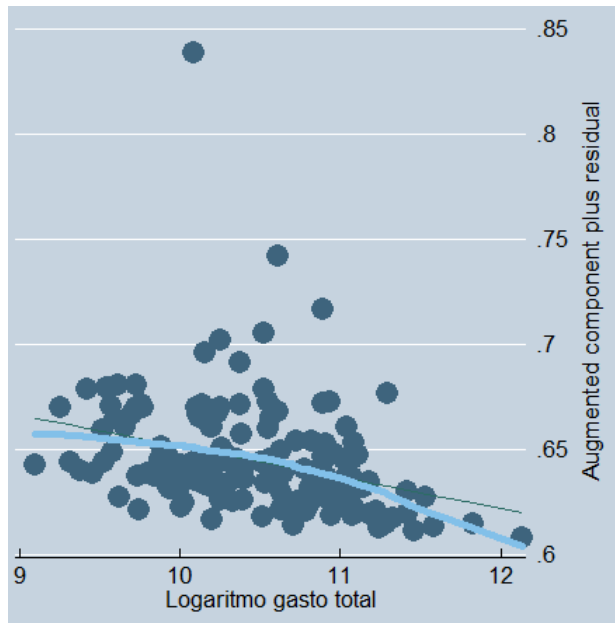
Cuando hay una relación lineal perfecta entre las variables independientes, los estimadores de la regresión no se pueden calcular de una sola manera.

El término colinealidad implica que dos variables son combinaciones lineales casi perfectas entre sí. Cuando participan más de dos variables, a menudo se denomina multicolinealidad, aunque los dos términos se usan indistintamente. Se utiliza el comando VIF (Factor de varianza de la inflación) para detectar multicolinealidad, una variable cuyos valores de VIF son superiores a 10 puede merecer una investigación más a fondo. La tolerancia, definida como $1 / VIF$, es utilizada por muchos investigadores para verificar el grado de colinealidad. Un valor de tolerancia inferior a 0.1 es comparable a un VIF de 10.

Comprobación de linealidad

Gráfico 33

Relación lineal, logaritmo gasto total

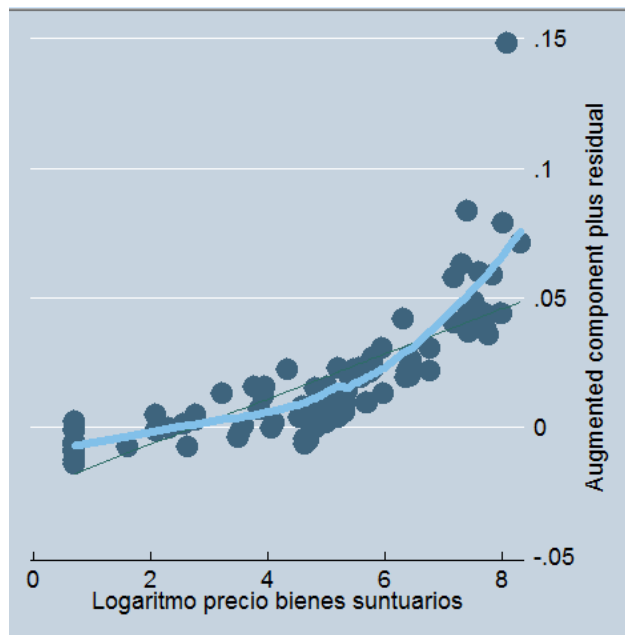


Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

Gráfico 34

Relación lineal, logaritmo precio de bienes suntuarios





Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

Se asume que la relación entre la variable dependiente y las independientes es lineal. Para analizar linealidad se grafican los residuos estandarizados con las variables continuas. En ambos casos se observa linealidad entre las dos variables.

Especificación del modelo

Gráfico 35

Ovtest

```
Ramsey RESET test using powers of the fitted values of ratiobs
Ho: model has no omitted variables
      F(3, 144) =      113.40
      Prob > F =      0.0000
```

Fuente: Encuestas de la investigación

Elaboración propia

Se puede producir un error de especificación del modelo cuando se omiten una o más variables relevantes del modelo o cuando se incluyen una o más variables irrelevantes en el modelo. Si se omiten variables relevantes del modelo, la varianza común que comparten con las variables incluidas puede atribuirse erróneamente a esas variables, y el término de error se infla, sin embargo como podemos ver en el test no hay especificación incorrecta del modelo.



CONCLUSIONES

1. La variable ingreso líquido mantiene una relación negativa, por ello se entiende que a menor ingreso mayor consumo de bienes suntuarios, sin embargo esta variable no explica el demás el comportamiento en el consumo de bienes suntuarios por tener un valor p mayor a 0.1, esta variable difiere de nuestra hipótesis que afirmaba que el ingreso y el consumo de bienes suntuarios tienen una relación directa.
2. La variable precio tiene una relación positiva, por lo que se entiende que a mayor precio la demanda de bienes suntuarios crecerá, diferente a la hipótesis planteada, esto es explicado por el efecto Veblen. La variable precio tiene una forma funcional dado que se emplea logaritmos, por lo que su interpretación incluye porcentajes, en la variable precio de los bienes suntuarios, si se incrementa en un 1% el precio, la fracción que representa el consumo de bienes suntuarios sobre el gasto total de los hogares aumentará en el coeficiente de dicha variable.
3. La variable número de personas presenta una relación positiva con la variable dependiente, es decir que a mayor número de personas se incrementa la demanda de bienes suntuarios, comprobando la hipótesis planteada en la investigación.
4. El modelo de regresión se realizó solo del año 2017, por el hecho que el 2018 aún no acaba y los años de estudio (2017 y 2018) no permiten una regresión de series de tiempo por ser muy corto el periodo, por lo que el 2017 se tomó como un análisis de regresión transversal, mientras que los datos del 2018 nos ayudó a realizar un diagnóstico situacional en los primeros 5 meses.
5. En el diagnóstico del 2018 se puede observar que el mayor gasto de bienes suntuarios que realiza la población de la provincia del Cusco es la de televisores seguido por el de celulares, pero esto se puede explicar por el precio del bien, ya que solo un 5 y 4 % respectivamente, de los hogares, realizaron gastos en estos dos bienes, opuestamente de

los bienes de cuidado de cuidado personal que en promedio es el bien que menor gasto genera, fue el bien que tiene mayor número de hogares que lo compran , representando el 25 % de la población de la provincia del cusco que gastó en los primeros 5 meses.

6. En la elasticidad demanda respecto al gasto total mide la variación de la cantidad demandada ante una variación del gasto total del hogar. Es decir, indica la variación porcentual de la cantidad demandada de un bien y la variación del gasto total del hogar en 1% donde se presenta una inelasticidad, considerando la cantidad demandada responde muy levemente a una variación del gasto total del hogar.

RECOMENDACIONES

Ciertamente no es posible dejar de consumir bienes suntuarios, pero si se puede priorizar los bienes y servicios de primera necesidad como el alimento, la educación, la salud, siendo los organismos competentes responsables de promover el gasto racional informando sobre temas financieros, incorporando "mayor educación financiera". La mayor parte de las decisiones financieras sabias requieren pensar a largo plazo, sacrificar gratificación instantánea para obtener beneficios futuros.

Y si nos preguntamos sobre nuestro entorno si está diseñado para ayudarnos a tomar buenas decisiones a futuro, o para conseguir algo de nosotros ahora mismo. No por nada en casi todos los países del mundo, el ahorro para la vejez es obligatorio, y la publicidad está, hasta cierto punto, regulada, sin embargo en un país donde el consumismo prima, las decisiones racionales sobre compra se hacen cada vez más difíciles, la intervención del gobierno es importante ya que en algunos países el impuesto por bienes suntuarios es alto, como consecuencia las importaciones de bienes suntuarios disminuyen.

Para el sector privado una buena opción de negocio sería aprovechar la alta demanda de bienes suntuarios y emprender en un negocio de bienes o de servicios suntuarios.

**BIBLIOGRAFIA**

- Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo (2012) , Antología Comportamiento del Consumidor, Editorial Fundación Universitaria Andalu.
- Bernard Guerrien (1998) Microeconomía, Primera edición en castellano por Departamento de Economía, Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín.
- Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) sobre condiciones de vida y pobreza.
- Guillermo De la Dehesa (1993), El Consumo: Importancia Económica Y Factores Determinantes
- Marc Lavoie (2004), La Economía postkeynesiana: un antídoto del pensamiento único, Icaria editorial s.a.
- María Sophia Aguirre (2007), Determinantes del Crecimiento Económico, Población y Familia: El Caso Guatemala, Publicación de Asociación Familia Desarrollo Población, FADEP.
- Jorge Isauro Rionda Ramírez¹ Guanajuato (2006), Microeconomía Básica, www.eumed.net/libros/2006/jirr-mic/
- Josep Miro I Ardèvol (2014) Teoría de una nueva familia -funciones de la familia en el crecimiento económico y el sistema de bienestar, editorial círculo rojo.
- Parena G. Lawrence, Marakah Mancini (2008), Toma de decisiones de los hogares en Venezuela, revista de economía institucional Venezuela.



PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>General</p> <p>¿Cuáles son los factores determinantes del consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento de Cusco 2017-2018?</p> <p>Específicos</p> <p>- ¿En qué medida influye los ingresos en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del</p>	<p>General</p> <p>Determinar los factores en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco 2017-2018.</p> <p>Específicos</p> <p>- Identificar cual es la influencia de los ingresos en el consumo de bienes suntuarios de los hogares</p>	<p>General</p> <p>Los factores determinantes que influyen en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en los años 2017-2018 son el ingreso, el precio y las características del hogar.</p> <p>Específicos</p> <p>- El ingreso es un factor determinante para las decisiones ya que a medida que aumente los ingresos aumentará el consumo de</p>	<p>V. Dependiente</p> <p>Consumo de bienes suntuarios</p> <p>V. Independiente</p> <p>- El ingreso</p>	<p>Gasto de bienes suntuarios sobre el gasto total del hogar</p> <p>Ingreso del hogar</p>



<p>- ¿En qué medida influye el precio de bienes en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco 2018?</p> <p>- ¿En qué medida influye el tamaño del hogar en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco 2018?</p>	<p>departamento del Cusco 2018.</p> <p>- Identificar la influencia del precio de bienes en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco 2018.</p> <p>- Analizar en qué medida el tamaño del hogar influyen en el consumo de bienes suntuarios de los hogares de la provincia de Cusco, departamento del Cusco en el periodo 2018.</p>	<p>- El precio de los bienes es un factor determinante en el consumo de los hogares puesto que a un elevado nivel de precios tomara una decisión de consumo de disminuir la cantidad o negar la compra.</p> <p>- El tamaño del hogar es determinante en las decisiones de consumo, puesto que el hogar demandará mayor cantidad de bienes suntuarios al tener mayor tamaño que conforman el hogar</p>	<p>- Tamaño del hogar.</p>	<p>-Cantidad de personas que conforman el hogar</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------	-----------------------------------------------------



--	--	--	--	--	--	--



Anexo N° 1

La presente técnica tiene por finalidad recabar información determinante para el estudio “Factores Determinantes del Consumo de Bienes Suntuarios de los Hogares de la Provincia de Cusco, Departamento del Cusco, en el periodo 2017 - 2018”

Esta tiene un carácter anónimo. Al respecto se le solicita a usted, que con relación a las preguntas que a continuación se le presentan, se sirva responder en forma admisible, en vista que será de mucha importancia para la investigación que se viene realizando. Gracias por su aporte.

1.-Provincia: (Marque con un aspa)

- | | |
|---------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Cusco | <input type="checkbox"/> San Sebastián |
| <input type="checkbox"/> Ccorca | <input type="checkbox"/> Saylla |
| <input type="checkbox"/> Poroy | <input type="checkbox"/> Wanchaq |
| <input type="checkbox"/> San Jerónimo | |

Características del hogar

2.- ¿Cuántas personas conforman este hogar? ____ personas

3.- ¿Cuál es la edad del jefe de hogar?

4.- ¿Cuál es el género del jefe de hogar? Femenino Masculino

5.- ¿Cuál es el grado de estudios que aprobó el jefe de hogar?

- | | |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sin nivel | <input type="checkbox"/> Básica especial |
| <input type="checkbox"/> Educación inicial | <input type="checkbox"/> Sup. no universitaria incompleta |
| <input type="checkbox"/> Primaria incompleta | <input type="checkbox"/> Sup. no universitaria completa |
| <input type="checkbox"/> Primaria completa | <input type="checkbox"/> Sup. universitaria incompleta |
| <input type="checkbox"/> Secundaria Incompleta | <input type="checkbox"/> Sup. universitaria completa |
| <input type="checkbox"/> Secundaria Completa | <input type="checkbox"/> Postgrado |



6.- ¿Cuál es la ocupación principal que realiza el jefe de hogar?

7.-De la ocupación principal, ud trabaja para:

- | | |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Fuerzas Armadas, Policía Nacional del Perú | <input type="checkbox"/> Empresas especiales de servicios |
| <input type="checkbox"/> Administración pública | <input type="checkbox"/> Empresa privada |
| <input type="checkbox"/> Empresa pública | <input type="checkbox"/> Otra _____ |

8.- Aproximadamente cual es el ingreso líquido del hogar mensualmente: _____

9.-Aproximadamente cual es el gasto total bruto del hogar mensualmente: _____

10.-A variado alguna de los variables mencionados en el año anterior (2017)?

Especifique cual:_____

Cuanto a cambiado:_____



11.- Consumo:(preguntar si lo adquirieron para el trabajo en ese caso no considerar)	2017		2018	
	Cantidad	Precio	Cantidad	Gasto
BIENES				
1.-Celulares Gama alta (Precio mayor o igual s/.1300)				
2.-Televisores gama alta (Precio mayor o igual a s/. 2000)				
3.- Autos (Precio mayor o igual a S/.55 000)				
4.-Calzado y ropa de marcas exclusivas de adulto(Precio mayor o igual a s/.100 y s/.80 respectivamente				
5.- Artículos de cuidado personal :(No considerar artículos de higiene como shampoo, jabón, etc.) 5.1.- Perfume 5.2.-Lapiz Labial 5.3.- Cuidado personal de bebé 5.4.- Otros :_____				
6.-Joyas				
-Articulos de Colección				
8.- Artefactos del hogar que cumplan más allá de las funciones necesarias: Equipo de sonido (Precio mayor o igual a s/350) Refrigeradora (Precio mayor o igual a s/.1200) Lavadora(Precio mayor o igual a s/.1500) Horno microondas (Precio mayor o igual a s/350)				
9.- Calzado y ropa de marcas exclusivas de niño(Precio mayor o igual a s/.80)				
10.- Instrumentos musicales sin propósito				
11.-Computadoras que cumplan más allá de las funciones necesarias o con fines recreativos(Precio mayor o igual a s/.1500)				



12.- De los anteriores artículos consumidos indique:

12.1 Calidad: Compra los productos por la calidad:

1
NUNCA

2
MUY POCAS VECES

3
ALGUNAS VECES

4
CASI SIEMPRE

5
SIEMPRE

12.2 Moda: Compra los productos porque es tendencia:

1
NUNCA

2
MUY POCAS VECES

3
ALGUNAS VECES

4
CASI SIEMPRE

5
SIEMPRE

12.3 Marca del artículo: Compra los productos por la marca conocida:

1
NUNCA

2
MUY POCAS VECES

3
ALGUNAS VECES

4
CASI SIEMPRE

5
SIEMPRE

