

# EL CONSUMIDOR TURÍSTICO

## THE TOURIST CONSUMER

*José Manuel Enrique Marsano Delgado\**  
*Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología*

Recibido: 12 de agosto de 2016

Aceptado: 05 de setiembre de 2016

---

### RESUMEN

Se explica en términos microeconómicos el desenvolvimiento y desarrollo del consumidor turístico. Para ello, se presentan factores que determinan el consumo turístico; el presupuesto y la línea de restricción presupuestaria; las curvas de indiferencia en el turismo; cambios en los ingresos del consumidor y en los precios; así como, los excedentes del consumidor. Siendo nuestro propósito demostrar que las ciencias económicas no son ajenas, como es obvio suponer, a la actividad turística.

**Palabras clave:** Consumidor turístico, restricción presupuestaria, presupuesto de las personas, ley de sustitución, excedente del consumidor.

### ABSTRACT

It explains in microeconomic terms, the growth and development of the tourist consumer. For this, there are factors that determine the tourist consumption; the budget and the line of budgetary restriction; the curves of indifference in tourism; changes in consumer income and prices; as well as, consumer surpluses. Being our main purpose to demonstrate that the economic sciences are no strangers, as is obvious to suppose, to the tourist activity.

**Keywords:** Tourism consumer, budget restriction, people budget, substitution law, consumer surplus

## **El consumidor turístico**

Desde el punto de vista de la teoría económica, definimos al consumidor turístico, como aquel individuo que luego de haber satisfecho sus necesidades básicas (casa, alimentación, educación y trabajo) genera recursos excedentes, que le permiten utilizarlos para ausentarse por un tiempo determinado del hábitat en el que se desenvuelve con el propósito de conocer otros lugares, ya sea de su propio país o del extranjero; gastando todo o parte de dichos excedentes en actividades turísticas de recreo, histórico-culturales, de aventura, visita a familiares y otros (Marsano, 2003).

## **Factores que determinan el consumo turístico, y el presupuesto y la línea de restricción presupuestaria**

Los factores que determinan el consumo turístico están sujetos a variables exógenas (variables sobre las cuales no se puede ejercer ningún control sobre el consumo turístico). Por lo general estos factores no están en forma directa relacionados con el turismo, pero influyen en la demanda de la actividad turística. Podemos citar los siguientes: la situación económica del país, la situación política, accidentes geofísicos y la estacionalidad. Otros factores de cambio dependen de variables endógenas, variables que en mayor o menor medida son controlables por los agentes económicos, por ejemplo, la calidad de la oferta turística.

En la economía real, la mayoría de los individuos, cuentan con un ingreso fijo, proveniente casi siempre del ejercicio de su trabajo en las unidades de producción, el mismo que lo pueden recibir en forma mensual, quincenal, o semanal. Se constituye en la fuente de ingresos de las personas para adquirir bienes y servicios elaborados por las distintas unidades de producción o empresas. A este concepto se le denomina presupuesto de las personas (Marsano, 2003).

En consecuencia, la línea de balance, recta presupuestaria, o restricción presupuestaria, la definimos como aquella dentro de la cual un individuo, al que se le llama consumidor (en base a sus ingresos), puede combinar una serie de alternativas de adquisición de bienes o canasta de bienes, disponiendo del total de sus ingresos.

A efectos de poder clarificar adecuadamente el concepto de la recta presupuestaria del consumidor, partiremos del siguiente ejemplo: se asume que un individuo tiene una renta mensual de S/ 1000 que tendrá que gastarlos en una determinada cantidad del bien «A» o del bien «B» o en su defecto, combinará la adquisición de una determinada cantidad del bien A y otra del bien B (Tabla 1).

**Tabla 1**  
*Possibilidad de consumo*

NÚMERO ALTERNATIVA	BIEN A CANTIDAD POSIBLE DE CONSUMO	PRECIO DEL BIEN A S/	BIEN B CANTIDAD POSIBLE DE CONSUMO	PRECIO DEL BIEN B S/	INGRESO DEL CONSUMIDOR S/
1	0	20	25	40	1000
2	10	20	20	40	1000
3	8	20	21	40	1000
4	6	20	22	40	1000
5	2	20	24	40	1000
6	50	20	0	40	1000

Elaboración: Fuente propia

En la Tabla 1, se puede ver que en las seis alternativas –las cuales a su vez contienen un número de combinaciones– el total de adquisiciones de ambos bienes es igual al ingreso total del consumidor. Las posibilidades de adquisición de bienes quedan representadas por la siguiente ecuación:

$$20 \times QA + 40 \times QB = S/ 1000 = \text{Renta Presupuestaria del Consumidor}$$

Se podrá notar que la representación gráfica de dicha ecuación, la misma que representa la restricción presupuestaria del consumidor es lineal y la pendiente de la misma está representada por el valor absoluto de:

$$\text{diferencial QA} / \text{diferencial QB} = 2 \text{ o por PB} / \text{PA} = 2 \text{ (Figura 1)}$$

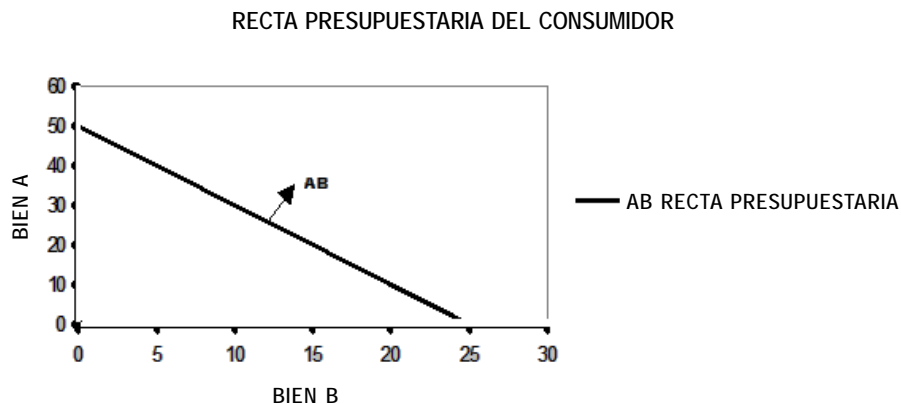
En donde:

**QA:** representa la cantidad adquirida del bien A

**QB:** representa la cantidad adquirida del bien B

**PA:** representa el precio del bien A

**PB:** representa el precio del bien B



*Figura 1.* Recta presupuestaria del consumidor

## La curva de indiferencia

En la teoría económica, se define la curva de indiferencia, como aquella curva que combina dos bienes o canasta de bienes en mayor o menor cantidad de uno de ellos a determinados precios. Estas combinaciones representan bienes en las que el consumidor se muestra indiferente a la cantidad de bienes, todas estas combinaciones le son igualmente deseables (Marsano, 2003).

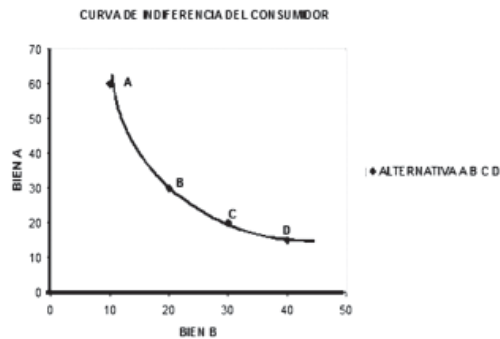
Como se puede apreciar, la adquisición de una mayor cantidad de un bien es compensado, renunciando a la adquisición de parte de la cantidad del otro. Al consumidor le da lo mismo, las alternativas A, B, C o D; las mismas que se pueden observar en la Tabla 2 y en la Figura 2. Como se puede ver, es una curva de indiferencia, convexa desde abajo debido a la ley de sustitución, ya que al aumentar la cantidad que se posee de un bien, disminuye su relación de sustitución o la pendiente de la curva de indiferencia. Por otro lado, las combinaciones de ambos bienes le reportan la misma satisfacción al consumidor.

Tabla 2

*Combinaciones indiferentes para el consumidor*

ALTERNATIVA	BIEN A CANTIDAD POSIBLE DE CONSUMO	BIEN B CANTIDAD POSIBLE DE CONSUMO
A	60	10
B	30	20
C	20	30
D	15	40

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 2. Curva de Indiferencia del Consumidor

## La ley de sustitución

Las curvas de indiferencia son convexas, lo que permite inferir que a medida que un consumidor se vaya desplazando por ellas hacia la derecha, movimiento que en el caso de la Figura 2, implica un aumento en la cantidad adquirida del bien B y una disminución en las unidades del bien A, la tendencia de la curva es hacia la horizontalidad. Lo cual resulta ser cierto, es lo que se denomina ley de sustitución: **cuanto más escaso es un bien, mayor es su valor relación de sustitución; su utilidad marginal aumenta en relación con el bien B que se ha vuelto abundante.** Esto se puede ver en la Tabla 2 o en la Figura 2. Así, para desplazarse de A a B en el cuadro o figura citados, el consumidor estará dispuesto a renunciar a 30 unidades del bien A para adquirir 10 unidades adicionales del bien B. No obstante ello, para desplazarse a C, requerirá sacrificar menos unidades del bien A, en este caso 10 para conseguir 10 unidades del bien B. Y si se desplaza el

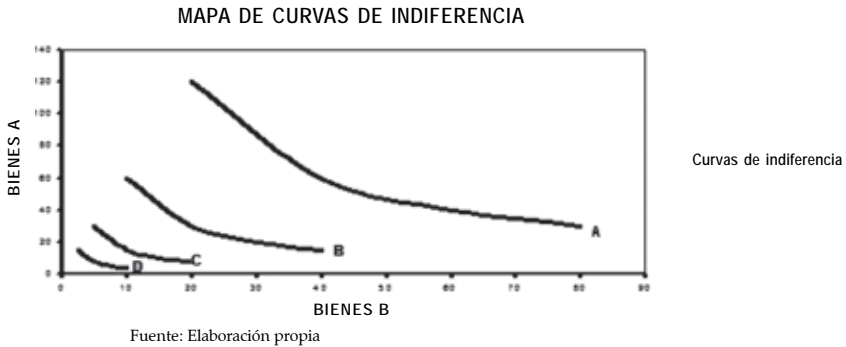
consumidor a la alternativa D, se sacrificarán 5 unidades adicionales del bien A, para conseguir 10 unidades adicionales del bien B. Si se unen los puntos de las alternativas A y B, se ve que se forma una recta cuya pendiente en términos de valor absoluto es 3, uniendo los puntos o coordenadas de las alternativas B y C la pendiente es 1; y si se unen las coordenadas de las alternativas C y D, la pendiente de la recta es 0.5 (Samuelson y Nordhaus, 1996).

Estas pendientes vienen a ser en realidad las relaciones marginales de sustitución entre los bienes. Ahora bien, cuanto menor son los movimientos en términos de magnitud entre un punto y otro de una curva de indiferencia, más se acercará la relación de sustitución a la pendiente real de la curva de indiferencia. Como corolario de lo antes expuesto se debe inferir que, la pendiente de una curva de indiferencia, es la medida de las utilidades marginales relativas de los bienes o de la relación de sustitución a la que cuando se trata de cambios muy pequeños, el consumidor estará dispuesto a cambiar un poco de un bien por un poco de otro (Samuelson y Nordhaus, 1996).

Una curva de indiferencia, como la mostrada en la Figura 2, responde pues a la ley de sustitución. A medida que aumenta la cantidad consumida de los bienes B y disminuye la de los bienes A, los bienes B tienden a abaratare cada vez más a efectos de que el consumidor acepte una mayor cantidad de los bienes B.

## **El mapa de las curvas de indiferencia**

Se define el mapa de las curvas de indiferencia, como un conjunto de curvas de indiferencia, en las que las combinaciones de ambos bienes son de mayor o menor magnitud. Suponiendo además, que la satisfacción del consumidor seguirá aumentando al recibir mayor cantidad de ambos bienes (Figura 3). Se puede ver ello si pasamos de la curva D a la C, se nota que se han recibido mayor cantidad de bienes, alcanzando niveles de satisfacción más elevados. Lo mismo sucede si pasamos de la curva de indiferencia C a la B y de la B a la A. No obstante ello, se debe tener siempre presente, que el consumidor será indiferente a las combinaciones de bienes que pueda realizar en cada una de las curvas en sus distintos puntos (Marsano, 2003).



*Figura 3.* Mapa de curvas de indiferencia

### El equilibrio del consumidor

El consumidor encuentra el equilibrio en aquel punto de la recta AB de balance o recta presupuestaria en la que es tangente con la curva de indiferencia más alta, es decir, la B (Figura 4 y Tabla 1). Si se analiza el gráfico, la curva de indiferencia es tangente a la recta de restricción presupuestaria en el punto o **coordenadas (20, 10)**. En términos de geometría analítica se encuentra en equilibrio, lo cual como se sabe, viene a ser la relación entre el precio de los bienes B y la de los bienes A, que es igual a la pendiente de la curva de indiferencia la que es igual al cociente de las utilidades marginales de los bienes A / bienes B. Es decir, la relación de sustitución, queda representada numéricamente por la siguiente relación: Precio de bienes B / Precio de bienes A = UM Bienes A / UM Bienes B (Marsano, 2003).



*Figura 4.* Mapa de curvas de indiferencia

## La línea de restricción presupuestaria y los cambios en los ingresos y en los precios

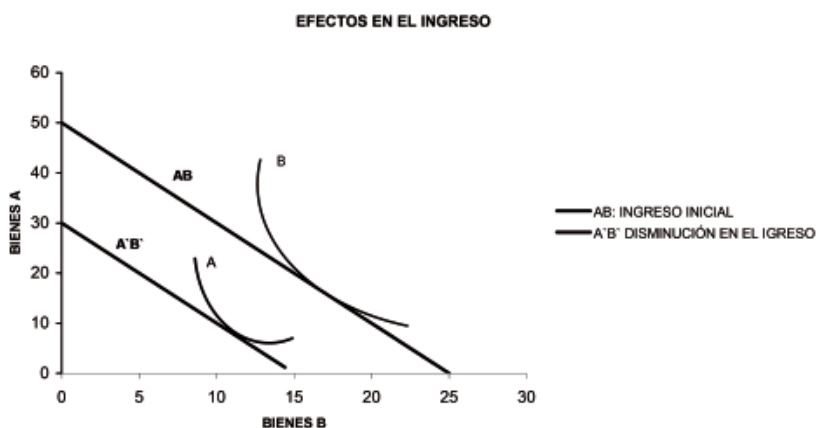
### *Cambio en los ingresos*

Para explicar el efecto en el cambio de los ingresos se parte de la premisa de que el consumidor ve reducido sus ingresos en, por ejemplo, un 40%. Es decir, si antes sus ingresos mensuales eran de S/ 1000 ahora estos son de S/ 600. Como podrá deducir el lector, con la nueva capacidad de recursos, su recta de restricción presupuestaria le permitirá adquirir una combinación menor de ambos bienes o de uno de ellos, teniendo en consideración que el precio de los mismos ha permanecido constante (Tabla 3).

Tabla 3

NÚMERO ALTERNATIVA	BIEN A CANTIDAD POSIBLE DE CONSUMO	PRECIO DEL BIEN A S/	BIEN B CANTIDAD POSIBLE DE CONSUMO	PRECIO DEL BIEN B S/	INGRESO DEL CONSUMIDOR S/
1	0	20	15	40	600
2	6	20	12	40	600
3	4.8	20	12.6	40	600
4	3.6	20	13.2	40	600
5	1.2	20	14.4	40	600
6	30	20	0	40	600

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Efectos en el ingreso



De lo antes expuesto, se puede analizar en términos de geometría analítica (Figura 3), que cuando el consumidor recibía una suma de ingresos equivalentes a S/ 1000 su recta de balance AB, le permitía adquirir, por ejemplo, exclusivamente 50 unidades de bienes A o 25 unidades de bienes B y encontraba su equilibrio en la curva de indiferencia B, la misma que era tangente a su recta de balance en las coordenadas (20, 10). Es decir, que en el punto de equilibrio, el consumidor está en capacidad de adquirir 20 unidades de bienes B a un precio unitario de S/ 40 y 10 unidades de bienes A al precio unitario de S/ 20. Si se efectuaban las correspondientes operaciones veíamos que el consumidor encontraba su equilibrio gastando S/ 800 en bienes B y S/ 200 en bienes A. La sumatoria de ambas adquisiciones lo situaba en su gasto máximo presupuestario de S/ 1000 .

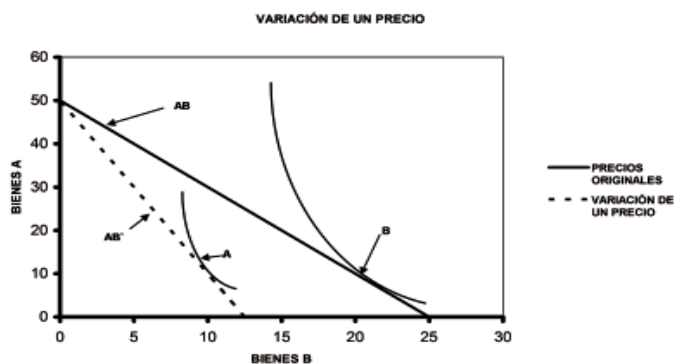
Al haberse reducido los ingresos del consumidor a S/ 600; si se analiza en la Figura 6, vemos que automáticamente la recta de balance se desplaza hacia el origen, siendo su nueva recta presupuestaria la línea AB'. La misma que le permitirá al consumidor, por ejemplo, adquirir un máximo de bienes A equivalente a 30 unidades, o un máximo de bienes B de 15 unidades. El consumidor encontrará una nueva curva de indiferencia A, que evidentemente será inferior a los niveles de satisfacción obtenidos en la curva de indiferencia B. Por otro lado, el consumidor encontrará su punto de equilibrio en las coordenadas (12, 6). En donde la nueva curva de indiferencia es tangente con la recta de restricción presupuestaria. Lo que equivale a señalar que en el nuevo punto de equilibrio, producto de una nueva recta de restricción presupuestaria y de una nueva curva de indiferencia, estará en capacidad de adquirir 12 unidades de bienes B a un precio unitario de S/ 40 y 6 unidades de bienes A al precio unitario de S/ 20. Ello implica que el consumidor gastará S/ 480 en bienes B y S/ 120 en bienes A. La sumatoria de ambas operaciones nos señala que el gasto total de la nueva combinación en la nueva curva de indiferencia, será igual a S/ 600, situándolo en su nueva línea de restricción presupuestaria, cuyo máximo monto es precisamente de S/ 600.

**Tabla 4**  
*Cambio en los precios*

BIEN A CANTIDAD POSIBLE DE CONSUMO	PRECIO DEL BIEN A S/	BIEN B CANTIDAD POSIBLE DE CONSUMO	PRECIO DEL BIEN B S/	INGRESO DEL CONSUMIDOR S/
0	20	12.5	80	1000
10	20	10	80	1000
8	20	10.5	80	1000
6	20	11	80	1000
2	20	12	80	1000
50	20	0	80	1000

Fuente: Elaboración propia

Es indudable que el incremento en el precio de uno o de un conjunto de bienes ya sean del tipo A o B, redundará en una pérdida del poder adquisitivo, asumiendo que el ingreso del consumidor permanece constante. Ello se puede ver en la Tabla 4, en donde se observa que el precio de los bienes o bien B se incrementó en un 100%, mientras que el precio de los bienes A o bien A se mantuvo constante al igual que el ingreso del consumidor. En esta nueva situación, el consumidor podrá seguir consumiendo la misma cantidad de bien(es) A, mientras que verá reducida su capacidad de consumo de bien(es) B. Es importante que el lector tome nota de ello, ya que si el consumidor decidiese gastar todo su dinero en bien(es) A, podrá seguir adquiriendo la cantidad de 50 unidades, mientras que si decide gastar toda su renta en bien(es) B, solo podrá adquirir 12.5 unidades de bien(es) B. Esto significa una merma de un 50% en la adquisición de dichos bienes. Lo antes expuesto se puede visualizar en la Figura 6.



*Figura 6.* Variación de un precio

En la recta de restricción presupuestaria  $AB$ , el consumidor se encontraba en la situación primigenia, es decir, que los precios de los productos no sufrieron alteración alguna ni tampoco el valor de su renta. La curva de indiferencia  $B$  es tangente con la recta de balance en el punto cuyas coordenadas son  $(20, 10)$  y es precisamente en dicho punto en donde el consumidor encontraba su equilibrio. Ahora bien, si se partiese de la premisa que los precios de los bien(es)  $B$  se han duplicado, se observa que su nueva recta de balance  $AB'$  sufre un desplazamiento en el eje de las abscisas hacia el punto de origen. Sin embargo, en el punto de las coordenadas permanece igual. Lo que explica que el consumidor seguirá teniendo la misma capacidad para adquirir el o los bien(es)  $A$ . El desplazamiento de la recta de balance hacia el punto de origen también explica que el consumidor se encuentra con una menor capacidad de adquisición de bien(es)  $B$ . Por otro lado, el consumidor encontrará su nuevo punto de equilibrio en las coordenadas  $(10, 10)$  punto en la que la nueva curva de indiferencia  $A$  es tangente también a la nueva línea de restricción presupuestaria  $AB'$ . Es evidente que en la curva de indiferencia  $A$ , los niveles de satisfacción del consumidor son inferiores a los de la curva de indiferencia  $B$ .

En la vida cotidiana, los individuos perciben de las unidades de producción de bienes y servicios en donde laboran, sueldos o salarios. Con dichas remuneraciones, las personas elaboran sus presupuestos a efectos de adquirir bienes y servicios fabricados por distintas unidades de producción.

Comentábamos que cada individuo (familia por extensión si es que los ingresos familiares dependen del padre y de la madre, o del conjunto familiar), que con los ingresos percibidos, podía o podían tener una serie de alternativas de adquisición de bienes o servicios, que en términos estadísticos se define como **la canasta familiar**.

Dentro de la canasta familiar, se deberá considerar el rubro esparcimiento en la que se encontrará **las actividades turísticas**. En fin, como es obvio, el volumen de la canasta de cada individuo o familia es distinto a la de otro individuo o familia y el mismo estará en función al ingreso, sea este individual o familiar.

El concepto, como se puede ver, es que nadie puede gastar una cantidad mayor a los ingresos que percibe. Quizá un acucioso lector del presente artículo, se preguntará: ¿Y si se realiza una actividad turística financiada al crédito? ¿No será una forma de ampliar el presupuesto? La respuesta dependerá de las condiciones del financiamiento (tasas de interés, período de gracia y plazo de pago), pero no se debe perder en ningún momento la perspectiva de que se deberá incluir dentro del presupuesto de gastos, el repago de la deuda más sus correspondientes intereses, que por lo general en la práctica financiera, se efectúan a través de cuotas fijas.

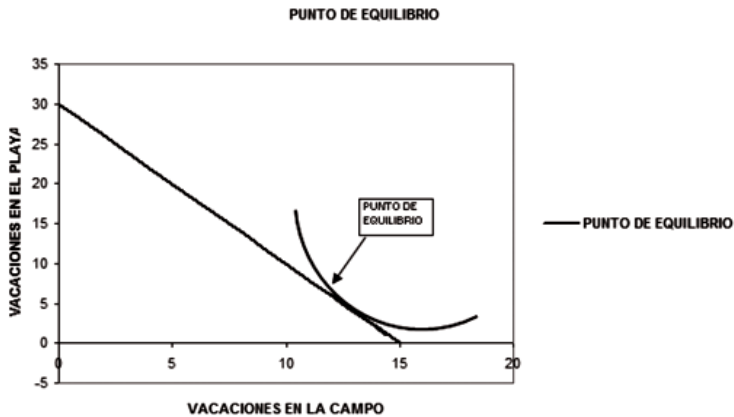
De lo antes expuesto se colige que el dinero es una mercancía, como cualquier otro producto, que tiene un costo al que llamamos interés, y que como ya se señaló, sirvió para atender una necesidad, el cual conformará a través del pago tanto del principal como de sus intereses, parte de la canasta familiar, la cual finalmente estará restringida por nuestro presupuesto, es decir, que estará supeditado a la línea de balance o restricción presupuestaria.

En la teoría de las curvas de indiferencia, en la cual como se recordará se combinaban dos bienes o canastas de bienes a determinados precios lo importante del concepto es que las combinaciones de bienes dentro de la misma curva le son igualmente deseables al consumidor. En la actividad turística, dicho concepto lo podemos aplicar en innumerables casos, entre ellos tenemos, por ejemplo, cuatro alternativas que a un consumidor le permitirán pasar vacaciones en la costa o en el campo (Tabla 5 y Figura 7).

Tabla 5

ALTERNATIVAS	PLAYA SEMANAS	PRECIO SEMANAL S/	CAMPO SEMANAS	PRECIO SEMANAL S/	INGRESO DEL CONSUMIDOR S/
A	0	20	15	40	600
B	6	20	12	40	600
C	4.8	20	12.6	40	600
D	3.6	20	13.2	40	600
E	1.2	20	14.4	40	600
F	30	20	0	40	600

Fuente: Elaboración propia



*Figura 7.* Punto de equilibrio

Como se puede observar, el consumidor tiene una gama de alternativas en su curva de indiferencia, pero solo una que se ajusta a su presupuesto (recta presupuestaria) y es aquella que le permite disfrutar 12 semanas en el campo y 6 semanas en la playa. En términos de geometría analítica, la pendiente de la curva de indiferencia en el punto de equilibrio es igual a 2 y la pendiente de la recta presupuestaria también es igual a 2.

### **El fenómeno de la estacionalidad y su influencia en la demanda**

La estacionalidad es el proceso por el cual grupos de turistas suelen concentrarse en un determinado espacio y tiempo. Es así que se suscitan los ciclos por el lado de la demanda, de alta, media y baja temporada. La estacionalidad es una consecuencia atribuible al turismo de masas, debido a que las clases de muy altos ingresos pueden viajar en cualquier mes del año. El fenómeno de alta temporada se origina como consecuencia de que los trabajadores prefieren tomar su período de descanso vacacional en los meses de verano, dado el buen clima, las vacaciones escolares y también las universitarias. En las regiones en donde son marcados los cambios climatológicos, este fenómeno es mucho más patente, a tal grado que muchas empresas tratan de equilibrar el rol vacacional de sus trabajadores a efectos de evitar congestionamientos en los lugares propicios para el turismo.

También, es menester señalar que en las regiones antes aludidas la demanda origina, por sus niveles de consumo, tres períodos típicos: alta, media y baja temporada, en consecuencia, los precios de los diversos tipos de servicios varían en función a dichas temporadas.

## **El caso peruano**

El turismo receptor peruano, no se puede considerar como uno de naturaleza masivo, ya que es bastante especializado (histórico - cultural). Por otro lado, considerando nuestro factor climático, y el de la mayoría de países emisores hacia el país, los cuales se encuentran en el hemisferio norte, lo más adecuado es tipificar la demanda básicamente en dos categorías, una de alta temporada y otra de mediana temporada.

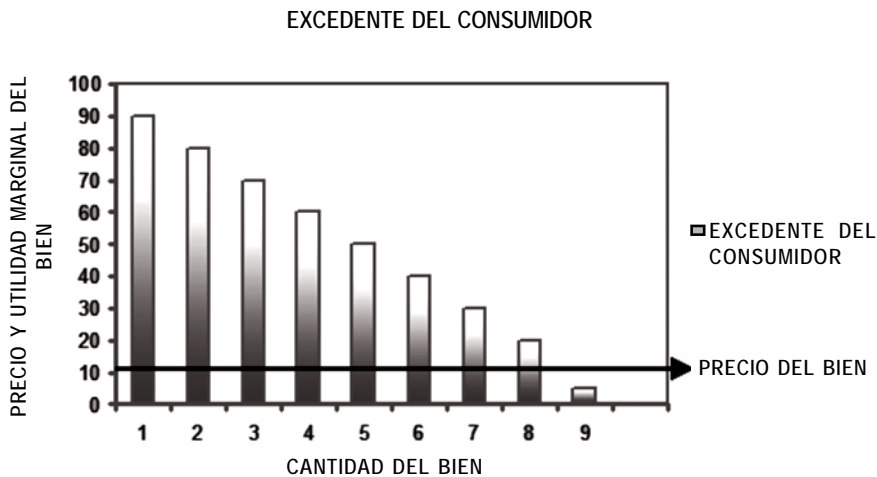
## **El excedente del consumidor**

Se define el excedente del consumidor como la diferencia existente entre el valor de un bien dado por uno o más consumidores y el precio real del mismo en el mercado.

Por lo general, se disfruta de un excedente del consumidor debido a que se paga la misma suma de dinero por cada unidad del bien comprado. Es obvio que las primeras unidades, serán para el consumidor más valiosas que las últimas que consume de un determinado bien.

En la Figura 8, el lector podrá ilustrarse del concepto del excedente del consumidor. En primer lugar, puede observar una línea negra horizontal, que representa el precio del bien en el mercado, el mismo que es igual a S/ 10. Ahora bien, si se observa la primera barra, el valor para el consumidor de la primera unidad es de S/ 90 y evidentemente estaría dispuesto a pagar dicho precio por la primera unidad del bien, pero solamente paga el precio del mercado que es solo de S/ 10, lo que implica un beneficio para el consumidor de S/ 80, es decir, que la primera unidad consumida le produjo un excedente por dicho importe. La segunda barra indica que el consumidor estará dispuesto a pagar por la segunda unidad del bien, la suma de S/ 80, pero al acudir al mercado, nuevamente, adquiere la segunda unidad del bien en la suma de S/ 10. Ello significa un excedente para el consumidor de

S/ 70. Por la tercera unidad del bien estará dispuesto a pagar la suma de S/ 70 pero paga por la tercera unidad la suma de S/ 10, lo que implica un excedente para el consumidor de S/ 60 y así sucesivamente hasta la novena unidad; esta última no la adquiere, puesto que tiene para el consumidor un valor inferior a la del precio del mercado (Figura 8).



*Figura 8.* Excedente del consumidor

El consumidor alcanzará su equilibrio, al adquirir la octava unidad del bien, en donde el valor del mismo para el consumidor es de S/ 20 y el precio del mercado es de S/ 10. Siendo su excedente del consumidor de S/ 10, monto que es igual como se puede ver al precio de mercado (Marsano, 2003).

El valor para el consumidor de las ocho unidades adquiridas sería de S/ 440, pero como el precio del mercado por cada unidad es tan solo de S/ 10, lo que totaliza la suma de S/ 80, resulta que, el excedente total del consumidor por las ocho unidades adquiridas asciende a S/ 360. Este importe resulta ser igual, si es que se suman los excedentes del consumidor en forma individual, de cada unidad del bien. Así tenemos, que la sumatoria de los excedentes es igual a la sumatoria de:

$$(S/ 80 + S/ 70 + S/ 60 + S/ 50 + S/ 40 + S/ 30 + S/ 20 + S/ 10) = S/ 360$$

Un ejemplo interesante –el cual sirve para tomar decisiones, ya sea a nivel de inversiones o gastos estatales– sería el de viajar a la ciudad del Cusco para visitar el santuario de Machu Picchu. Para ello, asumamos que los costos que considera el Estado por concepto de mantenimiento a dicho lugar asciende a la suma anual de S/ 24 640 000. Ahora bien, para el visitante turístico, el valor que le asigna para visitar el Santuario, es de S/ 300. Por otro lado, el costo de ingreso es de S/ 250. Las estadísticas, señalan que los visitantes extranjeros que van a Machu Picchu, suman un aproximado de 1 282 515 personas, lo que significa que el Estado recauda la suma de S/ 320 620 000 anualmente. Para simplificar el ejemplo, asumiremos que cada uno de los visitantes valora el costo del ingreso en forma igualitaria, en consecuencia, el excedente del consumidor unitario es de S/ 50 y el global de S/ 64 130 000. En tal sentido, tanto el Estado como el consumidor, no tendrán problemas de rentabilidad, puesto que el Estado está cubriendo sus costos de mantenimiento y además cuenta con un margen adicional en función del excedente del consumidor. El consumidor también se encuentra satisfecho, puesto que la visita al Santuario, le genera un excedente de S/ 50.

## Conclusiones

1. La teoría microeconómica del consumidor es totalmente aplicable a la actividad turística del consumidor.
2. Muchos de los lugares que son visitados por turistas pasan por un tamiz, que el mismo consumidor evalúa en búsqueda de maximizar el bienestar del recurso turístico consumido con respecto al gasto del mismo.
3. Es interesante aplicar la teoría del excedente del consumidor. Esta teoría podría ayudar a las autoridades a fijar, por ejemplo, el verdadero precio que el consumidor turístico estaría dispuesto a pagar por visitar un recurso turístico.
4. Si bien es cierto que el presupuesto es un limitante para la actividad turística, en la economía moderna y globalizada, existen créditos para consumo. Por lo tanto, si se acudiera a una operación crediticia para el financiamiento de una actividad turística, el tratamiento del costo del



dinero y la devolución del principal, deberán considerarse dentro del presupuesto del consumidor.

5. Es preciso considerar el factor precio. En mercados tan volátiles como los que existen en la actualidad, los aspectos de reevaluación o devaluación de un destino turístico, lo pueden hacer o no apropiados para las posibilidades de gasto del consumidor turístico.

## Referencias

Marsano, J. (2003). *Economía del Turismo*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.  
Samuelson, P. & Nordhaus, W. (1996). *Economía*. Madrid: McGraw-Hill.

## Bibliografía recomendada

Barros de Castro, A. & Lessa, C. (1995). *Introducción a la Economía. Un Enfoque Estructuralista*. México: Siglo XXI Editores.  
James, J. (2012). *Introducción a la Teoría del Consumidor*. México: Universidad ICESI.  
Orsini, G. (2014). *Microeconomía - Teoría del Consumidor*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Entre Ríos.