



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticaayvalores.com/>

Año: X Número: 3. Artículo no.:77 Período: 1ro de mayo al 31 de agosto del 2023

TÍTULO: Situación socioeconómica de las familias de los distritos de Longuita y María del corredor turístico Alto Utcubamba.

AUTORES:

1. Máster. Edinson Cueva Vega.
2. Econ. Sonia Rojas Vin.
3. Máster. Percy Zuta Castillo.

RESUMEN: En los últimos años, el turismo se ha consolidado como una de las actividades que ha generado mayores perspectivas, destacando su gran aporte al crecimiento y desarrollo de un país, y en ese contexto, la presente investigación tiene como objetivo, conocer las condiciones socioeconómicas de las familias de Longuita y María, 2020. La investigación fue de tipo cuantitativo, comparativo, mediante la distribución de las variables determinada por la prueba de Shapiro Wilk, las pruebas utilizadas fueron la T-Student, Wilcoxon y Odds Ratio de McNemar; antes del teleférico, la función familiar representaba el 87.37%, y después del teleférico, estuvo determinado principalmente por el aumento de amas de casa, así como la recaudación de personas artesanas y estudiantes.

PALABRAS CLAVES: turismo, crecimiento, desarrollo, condiciones socioeconómicas.

TITLE: Socioeconomic situation of the families of the districts of Longuita and María of the tourist corridor Alto Utcubamba.

AUTHORS:

1. Master. Edinson Cueva Vega.
2. Econ. Sonia Rojas Vin.
3. Master. Percy Zuta Castillo.

ABSTRACT: In recent years, tourism has established itself as one of the activities that has generated greater prospects, highlighting its great contribution to the growth and development of a country, and in this context, the objective of this research is to know the socioeconomic conditions of the families of Longuita and María, 2020. The research was of a quantitative, comparative type, through the distribution of the variables determined by the Shapiro Wilk test, the tests used were the T-Student, Wilcoxon and McNemar Odds Ratio; Before the cable car, the family function accounted for 87.37%, and after the cable car, it was mainly determined by the increase in housewives, as well as the collection of artisans and students.

KEY WORDS: tourism, growth, development, socioeconomic conditions.

INTRODUCCIÓN.

El turismo mundialmente es reconocido por su contribución económica, área que promueve el crecimiento y desarrollo de la riqueza de los países, convirtiéndose como uno de los pilares primordiales para erradicar la pobreza (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2016; Albert, 2020; Tudela et al., 2022), generando desarrollo a través de un abanico de oportunidades para la creación de actividades comerciales, puestos de trabajo y generación de ingresos (Condor, 2018), ya que cuenta con un amplia y variada oferta turística que va desde lo cultural, la aventura, playas, gastronomía, entre otros; el país se perfila a desarrollar una mayor oferta, con mejor accesibilidad, mayor calidad, y generando con ello más beneficios socio económicos (Morillo 2011; Barrientos y Sandoval 2019; Morales y Pardo 2019).

Fomentando la creación de nuevas empresas turísticas como las agencias de viaje, transporte, alojamiento y actividades de recreación y su desarrollo, se contribuye a la mejora de la infraestructura de servicios turísticos, tales como líneas de comunicación, tratamiento de aguas residuales, agua potable, aeropuertos, etc., en definitiva, mejorar la calidad de los servicios turísticos (Rivera y Rodríguez, 2012).

El Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR, 2015) y la Ley N° 29408 - La Ley General Turismo constituyen el marco estratégico para el desarrollo de las actividades turísticas, relacionando el desarrollo de la actividad turística con el nivel de ingresos, que aumenta la riqueza mundial, y activa el desarrollo local a través del comercio (Moreira et al., 2010). De allí, la importancia del estudio del turismo, porque está relacionado con el crecimiento económico, y esto es uno de los objetivos más importantes de una sociedad (Chanquey et al., 2021), el turismo depende mucho de la calidad y de las rentas que ofrece, para que pueda contribuir al bienestar económico (World Tourism Organization [UNWTO], 2022).

Según la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2009), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”, mientras que Arroyo López (2020) sostiene, que el turismo es una práctica donde la característica principal es la movilidad de un determinado grupo social. La industria turística sigue creciendo exponencialmente, posicionándose como una importante fuente de divisas, creando diversas oportunidades económicas para muchos territorios (Gambarota y Lorda, 2017).

El turismo es una de las industrias más importantes en el desarrollo económico de muchas regiones del mundo, y puede convertirse en una estrategia de desarrollo local y regional (Dorta et al., 2020), generando un gran flujo de recursos económicos al país, especialmente en comunidades en desarrollo complementaria a otras actividades económicas (López y Sánchez, 2009). Según MINCETUR

(2016), la demanda de turismo mostró una tendencia positiva de los visitantes al Perú, incrementándose el movimiento económico y el empleo, mediante la contribución al crecimiento económico (Brida, et al., 2008), argumentando la importancia y peculiaridades del turismo (Martín y Sassano, 2020) sobre el aporte de la industria turística (Cajas y Pasquel, 2017).

En la región Amazonas se está dando un gran interés por el turismo, ya que este sector se ha vuelto un importante aportador económico en la región, especialmente en zonas donde encontramos importantes zonas arqueológicas; sin duda, la zona arqueológica de Kuélap es uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros, ubicada en la provincia de Luya, considerada una maravilla nacional, y hace algunos años atrás, la vía para llegar a esta impresionante zona arqueológica se tenía que pasar por los distritos del Tingo viejo, Longuita y María, donde estas familias en busca de mayores ingresos se incorporaron a las prestaciones de servicio como bodegas, alojamientos y servicio de alimentación; en el año 2014, se empezó la construcción de los grandes proyectos para el turismo en el Perú como son las telecabinas de Kuélap, convirtiéndose en una fuente de ingreso para los pobladores del nuevo Tingo (Lahura, et al., 2019).

En este contexto, se entiende importante realizar la presente investigación para conocer la situación socioeconómica de las familias de Longuita y María, ya que los visitantes a Kuélap ya no toman la vía que inicialmente se tomaba antes de la construcción de las telecabinas, quedando así estas familias aisladas, y las inversiones que se hicieron para la implementación de sus negocios ahora ya no retribuyen a sus ingresos (Biberos, 2018).

DESARROLLO.

La presente investigación es no experimental y tiene el objetivo de comprender la presencia de posibles externalidades generadas por la construcción del Teleférico sobre variables socioeconómicas de las familias del distrito de María, y para esto, se consideraron diversos factores a nivel personal,

socioeconómico, de activos y a nivel de percepción con respecto a la prestación de servicios en el lugar de estudios.

Se analizan datos cuantitativos sobre el nivel socioeconómico de estas familias, para lo cual se realizó un muestreo en el que se utilizó la población del distrito de María, tomando como muestra a 240 familias, las cuales fueron encuestadas mediante un trabajo de campo realizado en un día. El análisis de datos, ya una vez realizadas las encuestas, se procedió a la tabulación de los datos en el programa estadístico STATA 17, para luego hacer uso de sus programas y correr nuestros resultados para después interpretarlos y tener nuestras conclusiones.

El método de investigación utilizado en este estudio es cuantitativo, y sobre esto, Pelekais (2000) hace referencia “a técnicas experimentales aleatorias, cuasi-experimentales, tests “objetivos” de lápiz y papel, análisis estadísticos, multivariados, estudios de muestra, entre otros” (p. 348-349); así también, tomando como referencia a Piovani y Krawczyk (2017), el enfoque comparativo propuesto pone énfasis en las propiedades de los objetos, de ahí la orientación cuantitativa del estudio.

Previo a la selección y aplicación de las pruebas estadísticas, se realizó un análisis descriptivo a través de las características generales de la muestra, las características de la familia y la propiedad, y su relación con el estudio.

Al elegir las pruebas estadísticas, Flores et al. (2017) consideran tres (3) aspectos de la selección como el diseño del estudio, el número de mediciones, y las escalas y distribución; por ello, en este estudio, el diseño es dependiente o combinado. Se dice que dos muestras son dependientes o están apareadas (pareadas) cuando los individuos o sujetos que componen las muestras son los mismos, y además, los datos obtenidos responden a observaciones realizadas sobre esa muestra en momentos diferentes del estudio, ya sea antes y después de aplicar una determinada medida, o sin llegar a manipular las condiciones en las que se desarrolla el estudio (Romero, 2013, p. 118).

Para este caso en específico, los resultados obtenidos en la evaluación post-teleférico dependen del valor que tenía el grupo en su forma base, donde se tomó como tratamiento natural a la construcción del mismo. Con respecto al número de mediciones, se consideraron dos (2): una sobre el estado base del grupo (evaluación preteleférico) y otra medición luego del tratamiento (evaluación post teleférico). Finalmente, la escala de una variable incluye variables cualitativas (nominales) y cuantitativas (continuas). Las distribuciones de las variables se determinaron mediante la prueba de Shapiro-Wilk, que permite evaluar la normalidad de las observaciones con un nivel de confianza del 95%. Teniendo en cuenta estos aspectos, es posible determinar el tipo de prueba estadística a aplicar (paramétrica, no paramétrica).

Las pruebas utilizadas fueron la Prueba T-Student para comparar medias de dos grupos relacionados, en variables cuantitativas continuas y que se distribuyen normalmente; la prueba de Wilcoxon para comparar dos grupos (si los datos no se distribuyen normalmente), donde se toma como supuesto que las muestras son extraídas de la misma población con igual mediana y distribución continua (Siegel y Castellán, 1995).

Finalmente, para la comparación de dos grupos pareados con variables cualitativas se utilizó la Prueba Odds Ratio de McNemar, “que hace una relación entre los sujetos concordantes (pasan de “no mejoría” a “mejoría”) y los sujetos discordantes (pasan de “mejoría” a “no mejoría”)” (Cavada, 2014, p. 107), luego de aplicado el tratamiento.

Estas pruebas se utilizaron para evaluar las diferencias en variables de interés y factores asociados al mismo entre los grupos (Pre y Post teleférico). Para todas las pruebas estadísticas se utilizó un nivel de confianza del 95%.

Resultados.

La muestra estuvo representada principalmente por personas del sexo femenino (42%), la edad promedio fue de 38 años (con una desviación estándar de 11.45 años) y el mayor porcentaje de

encuestados se encontró casado o conviviendo (70.53%). Respecto de la educación, 95.79% se caracterizó por tener un nivel educativo igual o inferior a secundaria, mientras que solo 4.21% tuvo un nivel educativo superior (ya sea técnico o universitario).

Tabla 1. Características de la vivienda y acceso a servicios básicos en el distrito de María (pre y post) teleférico, en porcentaje.

Variables		Antes del teleférico	Después del teleférico
Tipo de vivienda	Otros	15.79	13.68
	Propia	84.21	86.32
Función de la vivienda	Familiar	78.95	87.37
	Comercial	21.05	12.63
Acceso a agua potable	Sí	100.00	100.00
	No	0.00	0.00
Acceso a saneamiento	Sí	97.89	98.95
	No	2.11	1.05
Acceso a energía eléctrica	Sí	98.95	100.00
	No	1.05	0.00
Acceso a internet	Sí	3.16	7.37
	No	96.84	92.63

Fuente. Elaboración propia.

La Tabla 1 muestra las características de la vivienda y el acceso a servicios básicos antes y después del teleférico. Los resultados evidencian cambios en la función de la vivienda, donde la función comercial se redujo 8.42 puntos porcentuales (después del teleférico) y la función familiar aumentó hasta 87.37% de representatividad. Respecto del acceso a servicios básicos (agua potable, saneamiento y energía eléctrica), se observaron cambios inferiores a 1.5 puntos porcentuales; por otro lado, el acceso a internet aumentó en 4.21 puntos porcentuales, siendo el servicio “básico” el que se vio incrementado en mayor porcentaje.

En lo que respecta a la actividad comercial antes del teleférico, se pudo observar, que el servicio de restaurantes fue el que tuvo mayor representatividad (42.86%), le siguió el servicio de Bodegas (33.33%) y en menor porcentaje Hospedaje y Venta de artesanía que sumaron 23.81%. Después del

teleférico, los tipos de actividades comerciales se vieron modificadas, 66% de la actividad se centró en Bodegas, 22% en Restaurantes, y 11.11% en Hospedajes.

Tabla 2. Tipo de ocupación de los pobladores del distrito de María (pre y post teleférico), en porcentajes.

Tipo de ocupación	Antes del teleférico	Después del teleférico
Agricultor/Ganadero	48.42%	48.42%
Empleado público	13.68%	12.63%
Comercio	16.84%	12.63%
Obrero	2.11%	6.32%
Guía turístico	2.11%	0.00%
Otros	16.84%	20.00%

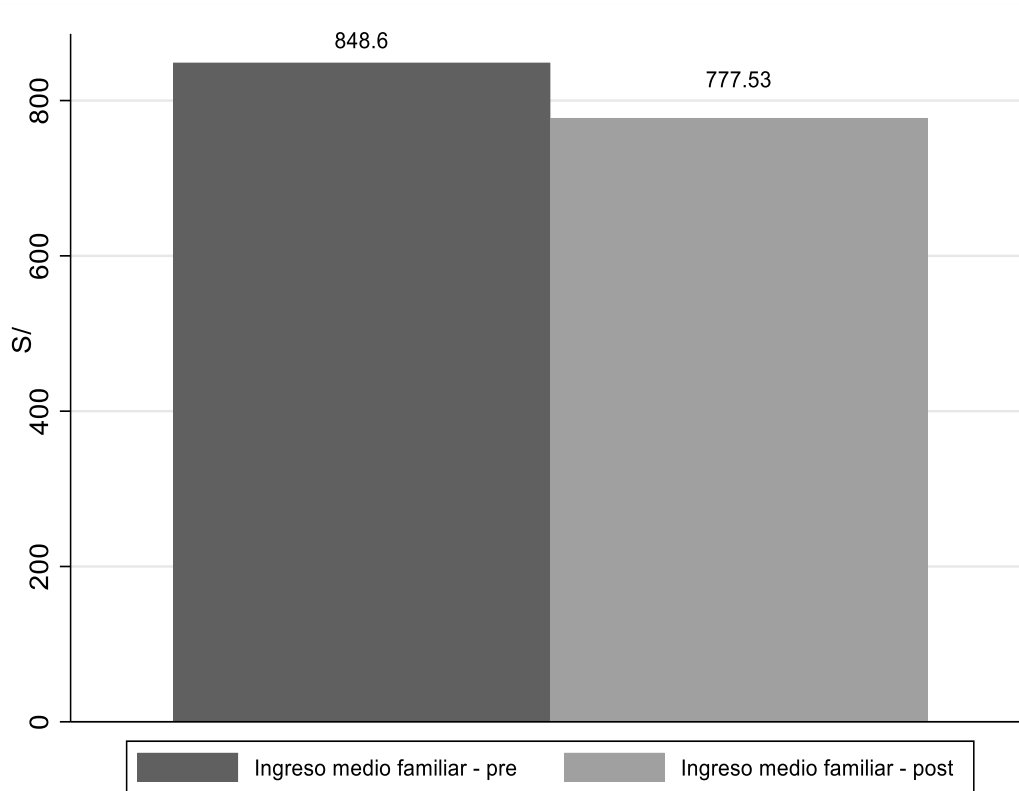
Fuente. Elaboración propia.

La Tabla 2 muestra las modificaciones observadas en los tipos de ocupación antes y después del teleférico. Los resultados muestran un aumento en ocupaciones como Obrero (4.21 puntos porcentuales) y otras ocupaciones (3.16 puntos porcentuales) después del teleférico. Por otro lado, muestran una reducción en empleos relacionados al comercio (4.21 puntos porcentuales) y turismo (2.11 puntos porcentuales) en mayor magnitud. La categoría de ocupación Otros aumentó 3.16 puntos porcentuales después del evento, y este incremento estuvo determinado, principalmente, por el aumento de amas de casa (13.3 puntos porcentuales), así como la reducción de personas que se dedicaban a la artesanía y estudiantes.

En cuanto a la situación de informalidad de los pobladores, se observó un aumento del 7.37 puntos porcentuales, alcanzando una tasa de informalidad del 96.84% después del teleférico; por otro lado, el porcentaje de pobladores que afirmó tener un negocio asociado al sector turismo disminuyó 12.63 puntos porcentuales, representando solo 8.42% de la muestra. El rubro de negocio de Hostelería pasó de representar 20% a tan solo 6.67%, y se observó el mismo comportamiento el rubro de venta de alimentos, el cual pasó de representar 70% a 46.67% después del teleférico.

En cuanto a la integración de los pobladores a asociaciones relacionadas al turismo, se observó que después del teleférico sólo el 1.05% de encuestados afirmó pertenecer a estas asociaciones (mostrando una reducción de 12.63 puntos porcentuales, respecto del período antes del teleférico). Similar comportamiento se observó respecto del porcentaje de individuos que afirmaron recibir capacitación relacionado a este sector, donde la reducción fue de 15.79 puntos porcentuales y donde el porcentaje de personas que no recibieron capacitación (después del teleférico) fue del 100%.

Figura 1. Ingreso promedio de las familias del distrito de María (pre y post Teleférico), en soles.



Fuente. Elaboración propia.

La figura 1 muestra una caída en el ingreso promedio de 8.37% después del teleférico en las familias del distrito de María; por otro lado, los datos sobre gastos familiares muestran sólo una reducción de 0.34% para el mismo período y unidad de análisis. Estos resultados coinciden con el porcentaje de

personas que afirmaron haber tenido rentabilidad positiva de sus inversiones después del teleférico (3.16%), donde se observó una caída de 17.89 puntos porcentuales respecto del período anterior.

Tabla 3. Percepción respecto de la mejora en la prestación de servicios públicos y empleo de los pobladores del distrito de María, en porcentajes.

Variable	Escenario	Igual No mejoró	Mejóro
Mejora del servicio de salud	Pre	77.89	22.11
	Post	95.79	4.21
Mejora del servicio de educación	Pre	70.53	29.47
	Post	92.63	7.37
Mejora de las vías de comunicación	Pre	71.58	28.42
	Post	92.63	7.37
Mejora del empleo	Pre	74.74	25.26
	Post	96.84	3.16

Fuente. Elaboración propia.

La tabla 3 muestra que la percepción de mejora de los servicios de salud, educación y vías de comunicación cayeron en promedio 20.35 puntos porcentuales después del teleférico, mientras que la percepción de mejora del empleo cayó 22.1 puntos porcentuales para el mismo período de análisis.

Los resultados del análisis descriptivo para las variables de estudio antes y después del teleférico muestran cambios a nivel porcentual. El análisis comparativo de muestras pareadas permitirá diferenciar si estos cambios (post teleférico) son significativos a nivel estadístico.

Tabla 3. Prueba de normalidad de Shapiro Wilk para las diferencias en ingresos y gastos familiares (post y pre-teleférico).

Variable	Z	Prob > Z
Diferencia (post - pre Teleférico) de los ingresos familiares mensuales.	7.99	0.00

Diferencia (post - pre-Teleférico) de los gastos familiares mensuales.	6.33	0.00
--	------	------

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 4, la diferencia (post – pre-Teleférico) de todas las variables cuantitativas tienen una probabilidad menor al 5% en la prueba de Shapiro Wilk, siendo esto suficiente para rechazar la hipótesis de normalidad.

Tabla 4. Resultados de la prueba T-Student y Wilcoxon para comparación de muestras pareadas con información cuantitativa.

Variable	Escenario	Media de la diferencia	Desviación típica de la diferencia	Prueba T-Student		Prueba Wilcoxon	
				t	Pr(T > t)	z	Prob> z
Ingreso familiar mensual	Post y Pre-Teleférico	-80.34	642.78	-1.18	0.24	-2.10	0.04
Gasto familiar mensual	Post y Pre-Teleférico	-0.25	48.28	-0.05	0.96	2.82	0.00

Fuente. Elaboración propia.

Después de haber obtenido los resultados en la tabla 5, se aplicó la prueba T-Student y la prueba de Wilcoxon para la comparación de medias de las muestras pareadas, la diferencia entre el ingreso familiar mensual Post y Pre-Teleférico son diferentes, lo que representa la media de -80.43, mostrando una caída, pues el ingreso Post-Teleférico fue menor al Pre-Teleférico. Similares resultados se obtuvieron para el gasto familiar mensual con una media de diferencia de -0,25.

Tabla 6. Resultados de la prueba de McNemar para comparación de muestras pareadas con información cualitativa.

Variable	Escenario	McNemar's chi2(1)	Prob>chi2	Probabilidad de significancia Exacta de McNemr	Odds Ratio
Tipo de vivienda	Post y pre teleférico	2.00	0.16	0.50	-
Acceso a saneamiento	Post y pre teleférico	1.00	0.32	1.00	-
acceso a energía eléctrica	Post y pre teleférico	1.00	0.32	1.00	-
Acceso a internet	Post y pre teleférico	4.00	0.05	0.13	-
función de la vivienda	Post y pre teleférico	6.40	0.01	0.02	0.11
Informalidad	Post y pre teleférico	5.44	0.02	0.04	8.00
Pertenencia a una asociación turística	Post y pre teleférico	12.00	0.00	0.00	0.00
Capacitación en turismo	Post y pre teleférico	15.00	0.00	0.00	0.00

Fuente. Elaboración propia.

La prueba de McNemar nos da a conocer el tipo de vivienda Pre y Post-Teleférico con valor p mayor al 5%, siendo estadísticamente iguales. Esto representa que el tipo de vivienda no mejoró después del Teleférico. Además, se puede agregar, que la informalidad incrementó 8,00 veces.

CONCLUSIONES.

La presente investigación da a conocer las condiciones socioeconómicas de las familias de Longuita y María frente al corredor turístico de Alto Utcubamba, tema de investigación que al ser nuevo, no encontró antecedentes con la cual comparar y tener una similitud o diferencia de resultados.

En esta investigación se compara el antes y después de la situación socioeconómica de las familias de los distritos de Longuita y María de la construcción del teleférico Kuélap, en donde se llegó a determinar que el corredor turístico Alto Utcubamba (telecabinas Kuélap) tiene un impacto negativo en la situación socioeconómica de las familias, ya que el turismo disminuyó en los distritos de Longuita y María, afectando su economía, pues muchas de las familias tenían ingresos por el turismo, y esto debido que al tener las telecabinas Kuélap, a los turistas ya no les nace hacer la ruta por María y Longuita, y esto disminuye el comercio en dichos distritos, afectando a las familias, y es así, que familias que se dedicaban al turismo tuvieron que regresar a sus actividades antiguas que es la ganadería y la agricultura, en cambio otras familias migraron buscando otras oportunidades.

El distrito de María tiene otros atractivos turísticos como la laguna de Cuchacuela y restos arqueológicos, el cual se le puede dar provecho para volver a incrementar el turismo en dicha localidad para que las familias que invirtieron en negocios como restaurantes y hospedajes tengan la rentabilidad que tenían antes de la construcción del teleférico (MINCETUR, 2016).

Las agencias de viajes que hacen el servicio de tours para llegar a Kuélap por la ruta mencionada tienen cobros muy excesivos, por lo que sería más conveniente que dichas empresas ofrezcan un tour más accesible para todos.

Al analizar los resultados de las familias del distrito de María antes del teleférico, se concluye que estas en su mayoría contaban con todos los servicios básicos que necesita la localidad; además, la gran parte de las familias se dedicaban a la agricultura y la ganadería y solo el 21% se dedicaba a trabajos relacionados con el turismo; esto comprueba porque el 78% del total de las familias

encuestadas no tenían un negocio relacionado al turismo, pero en cambio las familias que sí se dedicaban a negocios del turismo emprendieron tales negocios por sus recursos propios pero en su mayoría no eran formales y la rentabilidad de los mismos era irregular; según las familias encuestadas, el turismo antes del teleférico en acceso a los servicios de educación, salud, vías de comunicación, en la generación de empleo y de emprendimiento sigue igual a los demás años, donde no se daba mucho énfasis al tema del turismo.

Analizando la situación socioeconómica de las familias encuestadas después de la construcción del Teleférico no ha cambiado mucho, puesto que antes del teleférico el 49% de las familias se dedicaban a la agricultura y la ganadería, pero en cambio después del teleférico aumentó al 52% de las familias que se dedicaban a esta actividad; en este distrito de María, el 42% de las familias tenían un negocio de restaurante, el 19% de hospedaje y un 4% se dedicaban a la venta de artesanía, pero esto cambio después de la construcción del teleférico, pues las familias que tenían negocio de restaurant disminuyó a la mitad, pues solo el 22% de ellas mantienen su negocio al igual que las personas que se dedicaban a prestar el servicio de hospedaje disminuyó a un 11%, al igual que el porcentaje después del teleférico de las familias que ya no cuentan con un negocio relacionado al turismo aumentó al 91% y la rentabilidad de los mismos también disminuyó.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Albert, M. (2020). La búsqueda espiritual a través del turismo. Su articulación desde el lado de la oferta. Cuadernos de Turismo, 45, 13–32. <https://doi.org/10.6018/turismo.426021>
2. Arroyo López, A. F. (2020). Geografía Social del Turismo. Una Mirada Crítica a la Percepción del Turismo y a su Representación Espacial. Cuadernos de Turismo, 45, 537–541. <https://doi.org/10.6018/turismo.426061>
3. Barrientos, T., y Sandoval, M. (2019). El turismo accesible en Chile: articulación y pertinencia de la oferta. Revista cartográfica, 99, 125–145. <https://doi.org/10.35424/rcarto.i99.589>

4. Biberos, K. P. (2018). Análisis de ciclo de vida comparativo de la carretera Tingo – Kuélap (AM-111) y el sistema de telecabinas hacia la zona arqueológica monumental Kuélap [Tesis para Obtener Título Profesional, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/13145>
5. Brida, J.G., Lanzilotta, B. y Risso, W. A. (2008). Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 6 (3), 481–492. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.036>
6. Cajas, T. V., y Pasquel, L. (2017). El turismo como factor de crecimiento económico en la región Huánuco. Investigación Valdizana, 11(3), 178–191. <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/121>
7. Cavada Ch, G. (2014). El test de McNemar. Revista Chilena de Endocrinología y Diabetes, 7(3), 107-108. <https://bit.ly/3fRDGpG>
8. Condor, V. (2018). Turismo y Desarrollo Sostenible. Fundamentación Teórica para la Construcción de un Modelo de Desarrollo Turístico. Revista Universidad y Sociedad, 10(2), 47–52. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200047&lng=es&nrm=iso&tlng=es
9. Chanquey, Y., Lagos, N., y Llanco, C. (2021). Análisis del crecimiento económico en función del turismo en Chile, periodo 2000-2018. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 17(1), 34–46. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100034>
10. Dorta, P., López, A., Díaz, J., Máyer, P., y Romero, C. (2020). Turismo y amenazas de origen natural en la Macaronesia. Análisis comparado. Cuadernos de Turismo, (45), 61-92. <https://doi.org/10.6018/turismo.426041>

11. Flores, E., Miranda, M. G. y Villasís, M. Á. (2017). El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada. *Estadística inferencial. Revista Alergia México*, 64(3), 364. <https://doi.org/10.29262/ram.v64i3.304>
12. Gambarota, D. M., y Lorda, M. A. (2017). El Turismo como estrategia de desarrollo local. *Geográfica Venezolana*, 58, 346–359. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006>
13. Lahura, E., Puscan, L., y Sabrera, R. (2019). El efecto de la inversión en infraestructura sobre la demanda turística: Evidencia del complejo arqueológico Kuélap. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentro-de-Economistas/2019/ee-2019-lahura-puscan-sabrera.pdf>
14. Ley N° 29408 de 2020. (2020, 31 de julio). Congreso de la República. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf
15. López, T. J., y Sánchez, S. M. (2009). Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en Países en Vías de Desarrollo. Un Estudio de Caso en El Salvador. *Revesco*, 99, 85–103. <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/REVE0909330085A/18701>
16. Martín, E., y Sassano, S. (2020). El turismo procedente de Argentina en Uruguay: un análisis comportamental cuantitativo. *Cuadernos de Turismo*, (45), 239–264. <https://doi.org/10.6018/turismo.426111>
17. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2016). Perú: Medición Económica del Turismo. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/MEDICION_ECONOMICA_TURISMO_A_LTA.pdf

18. Morales, J., y Pardo, Y. (2019). El turismo como una alternativa de desarrollo socio económico para el cantón Loja. *Espíritu Emprendedor TES*, 3(2), 21-38. <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n2.2019.133>
19. Moreira, M., Prevot, R., y Micaela, L. (2010). ¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local? Un análisis crítico del cluster turístico de Santa Teresa – RJ, Brasil. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 19, 812–834. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000500013&lng=es&tlng=es
20. Morillo, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
21. Pelekais, C. (2000). Métodos cuantitativos y cualitativos: diferencias y tendencias. *Telos*, 2(2), 347-352. <https://bit.ly/32uKYfX>
22. Piovani, J. I. y Krawczyk, N. (2017). Los estudios comparativos: algunas notas históricas, epistemológicas y metodológicas. *Educação & Realidade*, 42(3), 821-840. <ps://doi.org/10.1590/2175-623667609>
23. Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú [PENTUR]. (2015). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf
24. Romero, M. (2013). Comparación de medias en grupos apareados o dependientes. *Enfermería del Trabajo*, 3(3), 118-123. <https://bit.ly/3rPa0yV>
25. Rivera, M., y Rodríguez, G. (2012). Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario. Universidad de Córdoba, Cátedra Intercultural. ISBN: 978-84-695-4429-7

26. Siegel, S. y Castellán, N. J. (1995). Estadística no paramétrica aplicada a las ciencias de la conducta. Editorial Trillas.
27. Organización Mundial del Turismo. (2009). Código Ético Mundial para el Turismo. Revista Internacional Del Trabajo, 128(1–2), 213–215
28. Tudela, J. W., Cahui, E., y Aliaga, G. (2022). Impacto del COVID-19 en la demanda de turismo internacional del Perú. Una aplicación de la metodología Box-Jenkins. Revista de Investigaciones Altoandinas, 24(1), 27-36. <http://dx.doi.org/10.18271/ria.2022.317>
29. World Tourism Organization [UNWTO]. (2022). El turismo: un fenómeno económico y social. <https://www.unwto.org/es/turismo>

DATOS DE LOS AUTORES.

1. Edinson Cueva Vega. Economista con estudios de maestría en economía con mención en gestión pública y desarrollo local por la Universidad Nacional de Trujillo. Decano del colegio de economistas de Amazonas, docente de la escuela profesional de economía. Director ejecutivo e investigador del Instituto de Investigación Economía y Desarrollo – IDED, de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Perú. Correo electrónico: edinson.cueva@untrm.edu.pe

2. Sonia Rojas Vin. Economista por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Amazonas. Actualmente, asistente técnico de investigación del Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED) de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Perú. Correo electrónico: sonia.rojas@untrm.edu.pe

3. Percy Zuta Castillo. Maestro en Gestión Pública. Labora como docente en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Perú. Correo electrónico: percy.zuta@untrm.edu.pe

RECIBIDO: 25 de enero del 2022.

APROBADO: 27 de febrero del 2023.