



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN PROYECTOS DE INVERSIÓN

TESIS

**“TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
REGIONAL: 2011 – 2019, MOQUEGUA 2022”**

PRESENTADO POR

BACH. YGIDIA MARTHA RAMOS CHOQUE

ASESORA

MGR. ROCIO CLARIDAD CORNELIO SAIRA

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
PROYECTOS DE INVERSIÓN**

MOQUEGUA – PERÚ

2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	
PÁGINA DE JURADO	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN	x

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.2. Definición del problema	3
1.2.1. Problema General	3
1.2.2. Problemas Específicos	3
1.3. Objetivos de la investigación	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4. Justificación e importancia de la investigación	4
1.5. Variables, operacionalización.....	5
1.6. Hipótesis de la investigación	7
1.6.1. Hipótesis General.....	7

1.6.2.	Hipótesis Específicas	7
--------	-----------------------------	---

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de la investigación.....	8
2.1.1.	Antecedentes internacionales.....	8
2.1.2.	Antecedentes nacionales	10
2.2.	Bases teóricas	12
2.2.1.	Turismo.....	12
2.2.2.	Crecimiento económico	17
2.3.	Marco conceptual	19

CAPÍTULO III

MÉTODO

3.1.	Tipo de investigación	21
3.2.	Diseño de investigación.....	21
3.3.	Población y muestra	21
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.5.	Técnicas para procesamiento y análisis de datos	22

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1.	Presentación de resultados por variables.....	24
4.2.	Contrastación de hipótesis.....	33
4.2.1.	Hipótesis general	33

4.2.2. Hipótesis específica 1	34
4.2.2. Hipótesis específica 2	36
4.3. Discusión de resultados	37

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones	39
5.2. Recomendaciones	40
BIBLIOGRAFÍA	41
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1 Operacionalización variable 1: Turismo	5
Tabla 2 Operacionalización variable 2: Crecimiento económico	6
Tabla 3 Baremo de correlaciones	23
Tabla 4 Variable 1: Turismo región Moquegua, arribos 2011 - 2019	24
Tabla 5 Dimensión turismo interno: Arribos a la región Moquegua 2011 - 2019	26
Figura 1: Turismo: Arribos regional 2011 - 2019	26
Figura 2: Dimensión turismo interno. Arribos a la región Moquegua 2011 - 2019	27
Tabla 6 Dimensión turismo externo: Arribos a la región Moquegua 2011 - 2019	28
Figura 3: Dimensión turismo externo. Arribos a la región Moquegua 2011 - 2019	29
Tabla 7 Variable 2: Crecimiento económico: Moquegua 2011 – 2019	29
Figura 4: Variable 2: Crecimiento económico región Moquegua 2011 – 2019....	31
Tabla 8 Prueba de normalidad.....	31
Figura 5: Distribución	32
Figura 6: Distribución	33
Tabla 9 Correlaciones	34
Tabla 10 Correlaciones	35
Tabla 11 Correlaciones	36

RESUMEN

La investigación titulada, Turismo y crecimiento económico regional: 2011 – 2019, Moquegua 2022, tiene por objetivo la correlación de las variables turismo y crecimiento económico, estudio básico de tipo cuantitativo y corte longitudinal, mediante información secundaria, revisión documental del MINCETUR y del INEI, el procesamiento de la información mediante SPSS 25, calculando la evolución de las variables en estudio, así como de tendencia en el periodo de estudio. La prueba de hipótesis mediante Rho de Spearman dado que la distribución de frecuencia no es normal. El resultado de la investigación ha demostrado que existe relación positiva media significativa entre turismo y crecimiento económico, resulta Rho Spearman = 0,683, confirmada por el nivel de significancia = 0,042 > 0,05 confirmando la correlación. La conclusión, existe relación entre turismo y crecimiento económico en la región Moquegua, se puede interpretar como R², nivel de dependencia del crecimiento económico respecto al turismo en 46%. Se sugiere trabajo coordinado entre las instituciones públicas y concertado con los operadores de la actividad en la región, así como con los operadores de las regiones vecinas como Arequipa, Tacna, Puno y Cusco.

Palabras clave: Turismo – Crecimiento económico – Turismo interno – Turismo receptivo – Producto bruto interno.

ABSTRACT

The research entitled, Tourism and regional economic growth: 2011 - 2019, Moquegua 2022, aims to correlate the variables tourism and economic growth, basic quantitative and longitudinal study, through secondary information, documentary review of the Ministry of Foreign Trade and Tourism and the National Institute of Statistics and Informatics, the processing of information through SPSS 25, calculating the evolution of the variables under study, as well as the trend in the study period. Hypothesis testing using Spearman's Rho given that the frequency distribution is not normal. The result of the investigation has shown that there is a significant average positive relationship between tourism and economic growth with a Rho Spearman coefficient = 0.683, confirmed by the level of significance = $0.042 > 0.05$ confirming the correlation. The conclusion that there is a relationship between tourism and economic growth in the Moquegua region can be interpreted as R^2 , level of dependence of economic growth on tourism at 46%. Coordinated work between public institutions and agreed with the operators of the activity in the region, as well as with the operators of neighboring regions such as Arequipa, Tacna, Puno and Cusco, is suggested.

Keywords: Tourism - Economic growth - Domestic tourism - Receptive tourism - Gross domestic product.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación, Turismo y crecimiento económico Regional: 2011 – 2019, Moquegua 2022, con fines académicos, de acuerdo a las exigencias de la Escuela de Posgrado, las exigencias de rigor científico y en una realidad concreta como es la región Moquegua, la relación de las variables turismo y crecimiento económico a partir de la revisión documental oficial como son el MINCETRUR y el INEI 2011 – 2019.

Capítulo I: Problema de investigación; descripción de la realidad, definición del problema, objetivos, justificación e importancia de la investigación, variables, operacionalización e hipótesis de investigación.

Capitulo II: Marco teórico: Antecedentes de investigación, bases teóricas y marco conceptual.

Capitulo III: Método; Tipo de investigación, diseño, población - muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y de procesamiento y análisis de resultados.

Capitulo IV: Presentación y análisis de resultados por variables y dimensiones a nivel descriptivo la evolución y tendencias. Contrastación de hipótesis, entre variables turismo y crecimiento económico y dimensiones: turismo interno y receptivo con crecimiento económico.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I:

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

La actividad del turismo muy importante, constituye un sector dinámico que aporta al crecimiento económico de la sociedad, contribuye a mejorar el bienestar de la población, actividad económica generadora de ingresos, genera empleo directo en las empresas de hospedaje, agencias de viajes, restaurantes, eventos y artesanía, entre los principales, y empleo indirecto, e indirecto, los empleos en trabajos como de proveedores, transporte, construcción y otras actividades relacionadas al turismo. Asimismo, impulsa el surgimiento de nuevos negocios, atrae inversión, fomenta mejorar la infraestructura en los lugares receptores y consecuentemente contribuye a mejorar la calidad de vida, incrementado los ingresos de la población y la calidad de vida.

Pololikashvili (2019). La secretaría de la Organización Mundial del Turismo (OMT), señala, el turismo internacional aventajo a la economía mundial, el comercio exterior del turismo se incrementó más deprisa respecto a las exportaciones de mercancías, aumentando un repunte de la clase media en la mayoría de economías emergentes. El ingreso de turistas internacionales se

incrementó en 5% en 2018 hasta llegar a 1.400 millones, adelantando en dos años antes a lo previsto por la OMT. A nivel continental el crecimiento de llegadas considerando medias anuales, entre el año 1990 – 2018: Europa 4.0%, Asia y Pacífico 7.2%, Américas 5.3%, Oriente Medio 22.4% África 6.1%. Los ingresos proporcionados por el turismo han crecido a 1,7 billones de dólares en EE.UU., convirtiendo al sector en impulsora del crecimiento económico y desarrollo mundial, creando más y mejores puestos laborales y mejorando el nivel de vida en millones de personas.

Daries, Jaime, & Bucaran (2021). En nuestro país, el turismo contribuye de manera muy importante al crecimiento económico, entre el 2011 - 2019, turismo extranjero creció a un promedio anual de 9,0%, evolucionando del 2,3 a 4,4 millones de turistas, también los ingresos en divisas se incrementan a una media anual de 9,3%, alcanzando a 4.784 millones de USD el 2009. Asimismo, el 2019, el turismo interno aproximadamente a 48,6 millones de viajes. El turismo aporta al PIB nacional, desde el 3,6% en 2011 a 3,9% el 2019. El COVID provoca un descenso absoluto del flujo turístico receptivo en nuestro país, con consecuencias económicas y laborales fatales, las llegadas de turistas extranjeros en mayo del 2019, registró a 120,546 turistas, colapsando en mayo del 2020 a 2,837, es decir una caída del 97.7%.

INEI, CORPAC, MINCETUR. (2020). Según estadísticas reportado por hospedaje en la región Moquegua, se registró a 122 mil arribos de turistas el 2020, con una variación negativa del 53,8%, como efecto del COVID, respecto al 2019, 263 mil arribos, de los cuales el 95% fueron nacionales y sólo el 5% extranjeros. Para el año 2019 el aporte del sector turismo al PBI regional fue del 1.3% siendo el

más alto y de 0.8% el año 2009 como el año más bajo. La problemática, es que Moquegua estando localizado en el circuito turístico sur peruano con importantes destinos como Cusco, Puno y Arequipa, complementado por la Paz Bolivia y Tacna, ingreso principal de mayor magnitud del turismo receptivo, Moquegua solo registra 5% de turismo extranjero estando tan cerca de Tacna, la investigación pretende conocer la relación entre la actividad del turismo y el crecimiento económico regional, a través de interrogantes que se plantean en la formulación del problema.

1.2. Definición del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es el nivel de relación entre el Turismo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua?

1.2.2. Problemas Específicos

PE.01: ¿Cuál es el nivel de relación entre el Turismo interno y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua?

PE.02: ¿Cuál es el nivel de relación entre el Turismo receptivo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar el nivel de relación entre el Turismo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

1.3.2. Objetivos Específicos

OE.01: Determinar el nivel de relación entre el Turismo interno y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

OE.02: Determinar el nivel de relación entre el Turismo receptivo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Exposición de razones, para qué o por qué del estudio, por su importancia social o implicancias prácticas, valor teórico o utilidad metodológica.

Justificación: Tiene una relevancia económico – social para nuestra región, considerado como segunda prioridad del Plan de Desarrollo Regional Concertado, la actividad del turismo, generadora de empleo directo e indirecto y divisas en múltiples ocupaciones como el transporte, alojamiento, restaurantes, diversiones y otros conexos. La ubicación estratégica de Moquegua en el circuito turístico sur peruano, muy cercana a la ciudad de Tacna, ingreso principal del turismo receptor al Perú.

Importancia: Proporcionará información concreta sobre la asociación del turismo con el crecimiento económico y orientar adecuadas decisiones para desarrollar la actividad económica tan importante dentro del comercio exterior, fuente de ingreso y generador de empleo, por sus cualidades conocido como la industria sin chimeneas.

1.5. Variables, operacionalización

Apolaya (2020). Es el proceso que permite que la variable originariamente en el nivel abstracto transita al nivel concreto.

Variable 1: Turismo

Variable 2: Crecimiento económico

Tabla 1

Operacionalización variable 1: Turismo

VARIABLE	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
V1: Turismo.	El recojo de información de la variable turismo, mediante los arribos en turismo interno y receptivo mediante revisión documental. El procesamiento mediante estadística descriptiva en cuadros de doble entrada. El análisis estadístico inferencial, con el Software SPSS 25.	1. Turismo interno 2. Turismo receptor	1.1 Ocio, recreo y vacaciones. 1.2 Visitas a amigos y familiares 1.3 Motivos profesionales y negocios 1.4 Por tratamiento de salud 1.5 Peregrinajes / Religión 1.6 Otros motivos 2.1 Recreo, ocio y vacaciones. 2.2 Amigos y visitas a familiares 2.3 Motivos profesionales y negocios 2.4 Tratamiento de salud 2.5 Religión / peregrinaciones 2.6 Otros	Escala

Nota. Elaboración propia.

Tabla 2*Operacionalización variable 2: Crecimiento económico*

VARIABLE	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
V2: Crecimiento económico. Instituto Peruano de Economía. (2013). Se considera a la positiva variación del producto bruto interno, de la economía durante un periodo definido.	La recopilación de información sobre el PBI regional, a través de la revisión documental. El procesamiento con estadística descriptiva en cuadros de doble entrada. El análisis estadístico inferencial, con el Software SPSS 25	1. PBI	1.1 Agricultura, ganadería, caza y silvicultura. 1.2 Acuicultura y pesca 1.3 Actividad extractiva del gas, petróleo, y minerales. 1.4 Manufactura. 1.5 Gas, electricidad y agua. 1.6 Construcción. 1.7 Comercio. 1.8 Transporte, almacén, mensajería y correo 1.9 Restaurant y alojamiento 1.10 Telecomunicación y servicios de información. 1.11 Administración gubernamental y defensa. 1.12 Otros	Escala

Nota. Elaboración propia

1.6. Hipótesis de la investigación

Son las respuestas adelantadas, y pueden desecharse según los resultados encontrados en la investigación.

1.6.1. Hipótesis General

Son las respuestas adelantadas, deben ser confirmadas o desecharse por los resultados de la investigación.

1.6.2. Hipótesis Específicas

HE.01: Existe relación positiva y significativa el Turismo interno y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

HE.02: Existe relación positiva y significativa entre el Turismo receptivo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Ávila (2020), el propósito del estudio determinar la incidencia del turismo en la evolución económica del Ecuador, durante el 2017 – 2020, resaltando la importancia de la industria sin chimenea. Las fuentes de información secundaria, libros, estadísticas, revistas y páginas web. Como resultado, el incremento de 2533 establecimientos del 2008 a 5109 al año 2016, similarmente en el mismo periodo llegadas internacionales de 400,00 a 1,002 417, una estadía de 6 días en la ciudad de Quito, concluye que en Ecuador el turismo es un sector sumamente atractivo para su aprovechamiento, asimismo, genera empleo directo e indirecto y que contribuye a la economía, esta actividad debe considerarse como piedra angular indispensable para el crecimiento económico del país.

Pilla (2020). Estudio el grado de importancia del turismo en el crecimiento económico respecto a los lugares receptores considerando como actividad potencialmente generadora de ingresos,

tomando como muestra la provincia de Galápagos, periodo comprendido entre los años 2007 – 2017, la investigación es de nivel descriptiva – explicativa, mediante el método Ivanov y Webster, como complemento la técnica de la econometría mediante el método MCO. Como resultados, se tiene que la tasa de crecimiento de la actividad turística registró una media del 12.51% en el periodo de estudio, su contribución a la economía en forma positiva respecto a los registrados por el crecimiento económico en el año 2008 en 34% de los cuales el 3,59% corresponde al aporte de la actividad del turismo.

Candias (2020). El sentido de la investigación, evaluar en América Latina y el Caribe a 38 países: 1995-2017, comprobando la relación entre turismo y crecimiento económico. Además, mediante el método de Granger, la de causalidad (1969), se descubrió también que el crecimiento económico provoca incremento en el turismo y viceversa, en ambas direcciones. El recojo de información, a través de la revisión documental - bibliográfica evidencias los efectos del turismo a favor del crecimiento económico en distintos países. Entre los principales resultados, se observó en países: Aruba, Honduras Granada, Paraguay, San Cristóbal, Santa Lucia, y Nieves, El Salvador, México y Haití presenta estacionariedad de la actividad. Asimismo, la idea generalizada a que el turismo provoca un crecimiento económico, pero, el impacto es diferente a largo plazo. También, el turismo aporta al crecimiento económico, y éste provoca un crecimiento del turismo. Finalmente, los resultados demuestran que países pequeños con atractivos turísticos maduros, como las playas dependen innegablemente del turismo para crecer.

Gil & López (2018). La finalidad de la indagación, analizar la incidencia de llegadas internacionales de turistas en el crecimiento económico de Colombia,

considerando como indicador al PIB, periodo 2004 – 2016. El acopio de información documental, mediante revisión de estadística oficial, revistas, columnas periodísticas y el modelo de vectores autorregresivos VAR, para determinar el turismo como causal del crecimiento económico. El resultado, ha encontrado apoyo y promoción de parte del gobierno nacional ha sido importante mediante la implementación de políticas públicas en el fortalecimiento del sector y la promoción de los destinos turísticos. El gasto realizado por los turistas tiene efectos positivos en el PIB en el corto, mediano y largo plazo, consecuentemente en el crecimiento económico. Se concluye, que el turismo receptivo no obstante su comportamiento positivo no resulta ser la variable de mayor incidencia en el crecimiento económico.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Zuloeta (2021). El objeto de la investigación, calcular la incidencia del turismo para el crecimiento económico de Lambayeque, 1998 – 2017. El estudio de tipo cuantitativo, descriptivo – correlacional, el recojo de información longitudinal que comprende el periodo de indagación, las fuentes estadísticas oficiales, INEI, MINCETUR, BADATUR, y el Observatorio Turístico Nacional del Perú. Ha encontrado un crecimiento histórico del 4.4% de visitantes nacionales y 1.1% de visitantes extranjeros, el museo Tumbas Reales fue el más visitado, seguido del museo Túcume y el Huanca Rajada. El PIB departamental creció en 1.8%. Como resultado concluye que al haberse registrado incremento en ambas variables existe influencia del turismo en el PIB de Lambayeque.

Alarcón & Castro (2019). El sentido del estudio, estudio la influencia del turismo

extranjero en Machu Picchu como distrito y su repercusión en la evolución económica del Cusco, periodo 2013 – 2018. Mediante revisión documental en físico y virtual en el recojo de información, INEI, MEF, MINCETUR y Observatorio Turístico del Perú. El análisis mediante el modelo econométrico Regresión Lineal Simple y Múltiple. Los resultados muestran la influencia significativa del turismo receptivo distrital al crecimiento económico del departamento de Cusco estableciendo $R^2 = 0,755$, asimismo, aporta en 41% al PIB turístico departamental. Sugiere, realizar mayores análisis individual por dimensiones respecto al PBI turístico, determinando la relación entre éstos.

Celis & Villalobos (2018). Tuvo como finalidad, investigar el aporte del turismo a la región San Martín, respecto a su crecimiento económico, en el periodo 2011 – 2015. Estudio cuantitativo de análisis estadístico, mediante revisión documental, BCR, MINCETUR, BADATUR, INEI entre los principales, información oficial, muestra de seis años, acopio longitudinal. Resultado, el coeficiente de determinación $R^2 = 1.00$, el turismo contribuye significativamente al crecimiento económico, expresado en el incremento del PIB regional registra como media al 6%, superando al nacional. Lo particular en la región San Martín debe resaltarse que no cuenta con canon minero, sin embargo, su crecimiento económico supera la media nacional, a favor del bienestar de la población y garantiza la sostenibilidad de su economía sin explotación minera.

Alva (2016). El objetivo, conmensurar la contribución del turismo interno al incremento de restaurantes en San Vicente de Cañete el 2015. Estudio cualitativo descriptivo, la recolección de información mediante entrevistas y observación, una muestra intencional. El resultado, revela que el turismo interno influye

significativamente en la expansión considerable y progresivo den el número de restaurantes. Además, se evidencia el incremento de turistas nacionales y surgen oportunidades para los emprendedores para negocios locales conforme a los manifestado por los entrevistados. También, Los visitantes mayoritariamente son procedentes de la ciudad de Lima e Ica generalmente relacionados a posibilidades de trabajo, entre los principales generados por la expectativa del gas natural.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Turismo

Etimología:

Theobald (1994), etimológicamente, *tur* proviene del latín *tornare* y del griego, *tornos*, significa *círculo*; mover alrededor de un eje o punto central.

Concepto. Organización Mundial de Turismo (2020). Son las actividades acciones y relaciones de desplazamiento y permanencia de su lugar de residencia de las personas, no estén motivados por actividades lucrativas principalmente, sea temporal o permanente.

Importancia. Julca (2017). La OMT, destaca su importancia como la adición de servicios y relaciones, genera interrelaciones de carácter social, crea fundamentalmente las interrelaciones económicas, se ha convertido en motor de la actividad turística y en la actividad económica más importante en muchos países, donde al margen del impacto al sector económico, influye en otros sectores, como calidad de vida y desarrollo del conjunto de la sociedad, además, la conservación de atractivos.

Estructura del turismo. Flores (2012). El sistema de la actividad del turismo

está conformado por la oferta, demanda y planta turística, las mismas que se encuentran articulados, interrelacionados, interdependientes y tiene un mismo objetivo:

a) Oferta, conjuntos de bienes, servicios, patrimonio y el recurso humano interactuantes con la demanda, la comunidad anfitriona, agente principal para satisfacer a los visitantes turistas y excursionistas.

b) La demanda, exige o solicita calidad de productos y servicios tangibles e intangibles, estimulado por aspectos promocionales que incentivan el consumo y el uso de la planta turística.

c) Planta, conforman el conjunto de servicios para satisfacer necesidades y deseos de visitantes, con estándares de obligatorio cumplimiento, controlados por organismos internacionales y nacionales que garantizan el acatamiento y ofertar más y mejor, según acuerdos al rubro y giro comercial ofrecido, como el mantenimiento de la presentación del hospedaje, comida, transporte y otros apoyos.

Turismo según motivo de viaje. Morillo (2011). Se agrupa en vacacional, afinidad y especializado.

a) De vacaciones, de Sol, Playa y de Montaña.

b) Especializado, de aventura, de salud y científico.

c) De afinidad, deporte, religión, convenciones y congresos, gastronomía, negocios, familiar y estudiantil.

Turismo según origen del turista. Morillo (2011). Son, nacional y extranjero, dentro de mismo país, u otro país y a la vez pueden ser emisor y receptor:

a) Turismo interno. MINCETUR (2013). Son los de residentes del país, viajan solamente dentro del mismo país, incluyen a los que se quedan una noche al menos,

a visitantes por el día y que no duermen en el lugar que visitaron.

Características del turismo nacional. Rodríguez (2009). Mayormente se trata de viajes de ida y vuelta, contribuyen significativamente al ingreso de las regiones dejando una diferencia monetaria, además, generan empleo y provocan rotar la producción regional: a) Turismo religioso, actividad que mueve personas que profesan fe por la religión. Son atraídas por curiosidad o conocer monumentos, templo y sitios que simbolizan su credo. También por practicar creencias religiosas. b) Turismo rural, se realiza en espacios rurales con habitantes escasos, pequeñas localidades y en el casco urbano, se caracterizan por contar con edificaciones ofreciendo elementos comunes para compartir. Construcciones y decoraciones con motivos del área rural. Se busca y ofrecen esparcimiento participando en actividades rurales.

Turismo receptivo. MINCETUR (2013). Incluye las actividades de visitantes residentes en diferentes países de referencia, parte de ellos y las actividades de visitantes no residentes en el país de referencia, parte de sus viajes turísticos receptores.

Turismo receptivo y su importancia. (CAT, 2009). Sector de mayor movimiento en la economía mundial, es una actividad rol con sumamente para el crecimiento. Posterior a la Segunda Guerra Mundial, se registra mayor crecimiento del turismo internacionales, junto a los ingresos desde 1950 y surgen nuevos destinos turísticos. El turismo internacional en el mundo se incrementó de 450 en 1990 a 903 millones al 2007. Respecto a ingresos en el mundo, de 265.000 el 1990 a 856.000 millones de dólares el año 2007, según reporte OMT, 2008.

Producto turístico. CEUPE (2015). Articulación de los servicios y elementos

tangibles y no tangibles ofertados para atender y cubrir las demandas de los visitantes. Además, viene a ser un sistema ensamblado, con capacidad para hacer viajes para satisfacer necesidades, otorgando servicios integralmente. Entonces, existen muchos tipos de turismo, productos y fraccionamientos del mercado y motivos para viajar. Se distingue dos niveles: 1. **Producto turístico integral**, atractivos de la zona, se caracteriza por su complejidad y muchos responsables, sector privado y público. 2. **Producto turístico a nivel empresarial, conglomerado de** elementos ofertados por organizaciones de servicio a turistas y clientes.

Atractivo turístico. Carbajal & Lemoine (2018). La agrupación de componentes materiales e inmateriales que pueden ser puestos en valor o producto que tenga la capacidad para influir en la toma de decisiones del visitante, convenciendo su visita mediante el desplazamiento desde su lugar de residencia hacia el lugar donde se encuentra el atractivo turístico según motivo o tipo de turismo.

Recurso turístico. Carbajal & Lemoine (2018). Se conoce como recurso en la actividad del turismo a los servicios o bienes localizados en un territorio o ámbito geográfico que tiene la capacidad de atraer visitantes, haciendo posible la actividad, satisfaciendo la demanda a través de las actividades y los medios necesarios, y que constituyen el soporte o logística para la actividad, definiendo la calidad de la oferta y que generalmente responden a la iniciativa privada, en circunstancias favorables.

Destino turístico. Gonzales (2008). Son lugares atractivos para la estancia temporal y cuentan con atributos que lo hacen tentadores. Las atracciones en el lugar constituyen características peculiares que aún no se dispone en los lugares

emisoras que el turista quiere visitar. El lugar proyecta su imagen para atraer turistas motivados a visitarlo, contribuyendo a activar el sistema turístico. En el lugar de estancia se encuentran las atracciones y equipamiento o soporte que necesitaran los visitantes. En el destino deben disponer de todos los equipos para cubrir las necesidades del turista, atracciones, elementos de ocio y recreación y servicios complementarios.

Promoción turística. Castillo & Castaño (2015). Proporcionar a los consumidores, información sobre los atractivos e infraestructura existente según destino, inspirando credibilidad y confianza, influyendo en la elección del destino y el servicio. Debe difundirse información especializada, dando a conocer las actitudes y acciones de parte de los ofertantes o comunidad receptora. Actualmente la promoción turística, cuenta con un aliado estratégico como es el internet. La promoción de la actividad turística, está en condiciones de puede mitigar situaciones negativas en el destino y fortalecer los elementos positivos conceptualizando hacia una imagen atractiva, condicionando un destino que vale visitarlo. En comunicación, introducir estrategias para posicionar y segmentar el destino resaltando los elementos favorables y atractivos haciendo hincapié en los aspectos positivos para la inversión sean lo suficientemente razonables.

Perfil del turista. PROMPERU (2016). Son las acciones que van dirigidos a conocer el comportamiento y las características de los turistas internacionales que nos visitan, según grupos de edad, motivos de su visita y el tiempo de permanencia. La información debe ser confiable respecto a los servicios y bienes que se ofertan y que contengan valor agregado y la capacidad de lograr la satisfacer respecto a las exigencias de los turistas internacionales.

2.2.2. Crecimiento económico

Etimología. Es un concepto que hace referencia al incremento en tamaño, la cantidad o también la intensidad de algo. La palabra, deriva de crecer, y proviene del latino *crescere*. Economía, deriva de *oikonomós* ‘administrador’, formado de *oikos* ‘casa’ y *nomós* ‘reglas, leyes’, ‘administración’. Generalizado a cualquier tipo de administración.

Concepto. IPE (2013). Es la variación relativa o absoluta del producto bruto interno PBI, de la economía en un determinado tiempo, como referencia a un año, parcialmente el crecimiento se explica por el incremento de la población, entonces podría resultar mejor utilizar el concepto PBI per cápita, para que la medida resulte más técnica para crecimiento económico.

Factores del crecimiento económico. IPE (2022). Señala: 1) Productividad, desenvolvimiento eficiente de los procesos de producción. 2) Acumulación de capital, incremento de recursos, incluye infraestructura como capital fijo, bienes de capital, y capital humano, suficiencia de fuerza laboral. 3) otras, factores nacionales, crisis políticas, huelgas y paralización de actividades con toma de instalaciones. Además, los que ocurren en el plano internacional como la Pandemia que paralizó el mundo.

Tipos de crecimiento económico. Westreicher (2022). Fundamentalmente son dos: a) De crecimiento endógeno, siguen la escuela neoclásica, no han podido explicar de manera contundente el crecimiento económico a largo plazo. Esto, salvo al menos se incluya una colisión externa, un salto tecnológico. El modelo Solow, como el más conocido, se concluye que crecen a tasas pequeñas, hasta llegar a un punto donde no pueden crecer más. b) De crecimiento exógeno, explican el

crecimiento sostenido por sí solos, sin considerar eventos externos. El modelo AK, la economía crece a una tasa constante en el largo plazo, cosa que no sucede en el planteamiento de Solow.

Producto bruto interno

Concepto. Sevilla (2012). Indicador económico cuantifica el valor monetario producido en un año de bienes y servicios, es decir, absolutamente todos los bienes producidos.

PBI a precio constantes o real. Jara (2016). Cuantifica la producción de servicios y bienes orientados a la demanda a precio constante; a precios de un año base, eliminando las distorsiones de variaciones de precios, tanto la inflación y la deflación, como base los precios del año considerado.

PBI a precios corrientes o nominal. Jara (2016). Expresa el valor monetario de la demanda final de un país de producción de bienes y servicios durante un año, considerando los precios existentes de momento en el mercado. Razón por la que se denomina PIB a precios corrientes.

Sectores productivos. PBI (2013). La división de la actividad económica, según proceso de producción: El sector primario, actividades extractivas y la conversión de los recursos naturales a productos primarios, productos utilizados como materia prima para procesos productivos, como cría, cultivos, pesca y extracción. El secundario, referido a la artesanía la manufacturera, actividades de transformación de productos del sector primario. Además, la producción industrial de bienes de para la producción, la prestación de servicios y de bienes de consumo. Las maquinarias, materia prima artificioso, como el papel, construcciones, servicio de agua, entre otros. El terciario, dedicado a ofrecer servicios a la comunidad y

empresas, el comercio hasta las finanzas. Su labor, proporcionar bienes o productos en las dos etapas anteriores, comercio por menor y mayor, servicios bancarios, salud, cultura y educación.

2.3. Marco conceptual

V1: Turismo

-Sector turístico: Son la corporación de unidades productivas en diferentes líneas de producen bienes y servicios que necesitan los visitantes.

-Turismo: Hace referencia a todas las actividades que realizan los visitantes según motivos de visita.

-Turismo emisor: Son las acciones realizadas por los visitantes residentes en otros países de referencia, actividades de un viaje de turismo receptor o viaje interno.

-Turismo internacional: Comprende las visitas internacionales, emisor y receptor, es decir, son acciones de los visitantes que viven fuera del país de referencia.

-Turismo interno: Abarcan las acciones del turista visitante que vive en el país de referencia, fracción de un viaje turístico interno o viaje turístico emisor.

-Turismo receptor: Considera actividades de un visitante no radica en el país de referencia, fracción de viaje turístico receptor.

-Destino. Lugar principal de destino del viaje turístico, se conoce como el lugar más importante visitado para la decisión del viaje a realizar.

V2: Crecimiento económico

-Producción. Agregado de valor a un bien, servicios o bienes, resultado del

proceso de modificación de la materia prima. Producir, es transformar bienes con la finalidad de convertir para la satisfacción del hombre.

-Productividad. Indicador que refleja la calidad de uso de materia prima en la producción de servicios y bienes; una relación entre recursos y productos como resultados.

-Empresa. Organización constituida con capital humano, independiente del trabajo de su promotor, cuando requiere contratar con trabajadores.

-Sectores productivos. Refiere a sectores económicos de producción, determinan una clasificación en función del tipo de proceso productivo.

-Tecnología. Conjunto de conocimientos científicos, puestos en práctica permite la solución técnica de manera integral o sistémica a problemas.

Inversión. Uso de recursos financieros para adquirir bienes duraderos y herramientas de producción, equipo y maquinaria, que la organización requiere.

-Capital humano. El conjunto de capacidades productivas del hombre adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos.

-Capital físico. En economía, un elemento más en la producción junto al trabajo, maquinarias y otros factores para crear bienes o servicios.

-Bienes. Refiere a cosas, útiles al hombre, resultan posibles de apropiación. Por tanto, generalmente los bienes son cosas, pero no siempre las cosas son bienes.

-Servicios. Las actividades que se puede identificar como intangibles, son motivo principal de transacción concebida para proporcionar satisfacción a clientes, sean deseos o necesidades.

CAPÍTULO III:

MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

Señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014). El nivel básico, tipo cuantitativa – transversal; genera información concreta sobre la relación entre variables, la recolección de datos con medición numérica en una sola oportunidad, el análisis estadístico mediante Software de la evolución y tendencias de las variables 2011 – 2019 de las variables y el análisis con estadística inferencial en la comprobación de las hipótesis.

3.2. Diseño de investigación

Según Vara (2012), es el plan estratégico a seguir para responder las preguntas de investigación. La investigación es de diseño no experimental, descriptivo – correlacional; primero se especificarán las características de las variables y segundo, se evalúa la asociación entre variables.

3.3. Población y muestra

Vara (2012). Población son las fuentes de información que constituyen (N), sea

conjunto de individuos, objetos, documentos, empresas, o situaciones a investigar. La muestra, sub conjunto extraído de la población. Muestreo, el proceso de selección muestral.

Para el estudio, Ramírez (1997) la muestra censal, aquella cuando todas las unidades de investigación están consideradas como muestra, el estudio considera las variables Turismo y PBI regionales un periodo de 9 años, comprendidos entre el 2011 al 2019, como fuentes las estadísticas del INEI, y los reportes del MINCETUR, Registros estadísticos y documentos varios.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Vara (2012), Las técnicas de recolección de datos son las formas de obtener información, cuyos instrumentos cuantitativos, se emplean en las investigaciones descriptivas y correlaciones.

Aplicaremos la técnica de la revisión documental, como instrumentos cuadros estadísticos históricos.

3.5. Técnicas para procesamiento y análisis de datos

Castañeda, Cabrera & Navarro (2010). Los datos obtenidos se procesarán empleando la estadística descriptiva, en tablas de doble entrada y representación gráfica de resultados relevantes; la estadística inferencial se utilizará para la verificación de las hipótesis, mediante Microsoft Excel 2016 y SPSS V25, el estadístico a emplear conforme a resultados de la distribución de frecuencias, prueba de normalidad, será correlación de Pearson / Spearman.

Tabla 3

Baremo de correlaciones

Perfecta	+ -1.00
Muy fuerte	+ - 0.90 a + - 0.99
Fuerte	+ - 0.75 a + - 0.89
Media	+ - 0.50 a + - 0.74
Débil	+ - 0.25 a +- 0.49
Muy débil	+ - 0.10 a + - 0.24
No existe	0.00 a + - 0.09

CAPÍTULO IV:
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por variables

La revisión documental sobre información estadística de la variable turismo, arribo de turistas a la región Moquegua, entre el 2011 - 2019, registrada por el MINCETUR sobre la base del reporte que proporcionan las DIRCETUR departamentales, para nuestro caso región Moquegua.

Tabla 4

Variable 1: Turismo región Moquegua, arribos 2011 - 2019

AÑOS	ARRIBOS	DIFERENCIA	VARIACIÓN %
2011	131 536	-	-
2012	150 248	18 712	14,23
2013	156 282	24 746	18,81
2014	157 118	25 582	19,45
2015	169 142	37 606	28,59
2016	196 515	64 979	49,4
2017	204 620	73 084	55,56

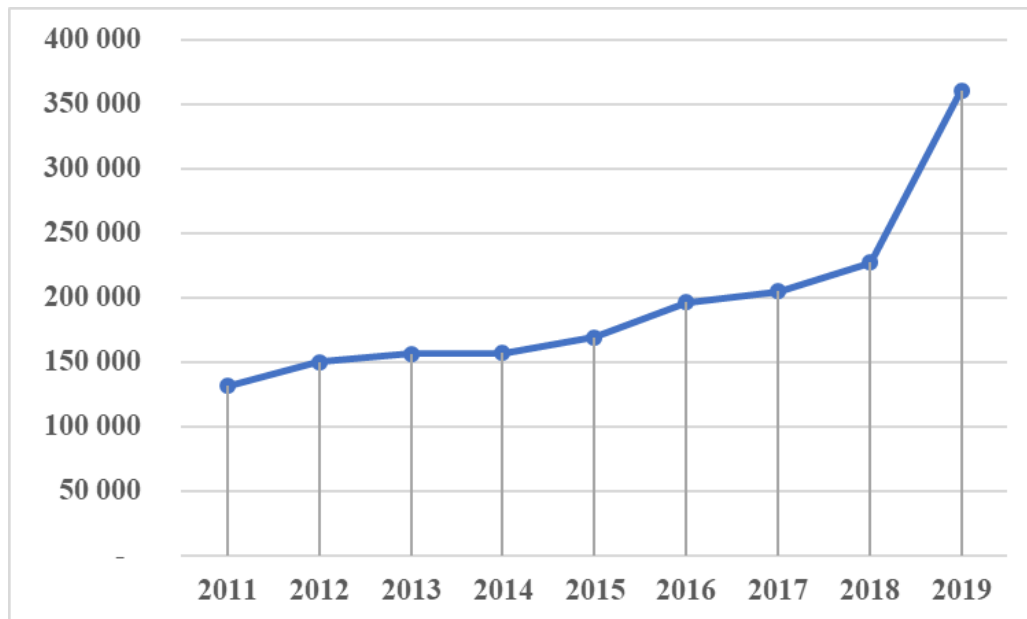
2018	227 027	95 491	72,6
2019	360 423	228 887	174,01
TOTAL	1 752 911		

Nota. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021)

La tabla precedente, considerando al año 2011 como año base o cero, fecha en que el MIRCETUR inicia de manera sistemática el registro del flujo del turismo a nivel nacional. En Moquegua, 2011 – 2019 fue un periodo en el que los arribos de turistas se incrementan en cifras y porcentualmente, registrando 1 754 911 turistas al año; es decir, que el turismo ha sido ascendente, actividad económica importante, generadora de oportunidades laborales directos e indirectos y aporte al PBI, actividad económica cuya característica es no ser contaminante, por lo que recibe el nombre “Industria sin chimenea”. Además, se puede apreciar los meses de enero cada año y el 2019 destacan como los de mayor flujo y crecimiento, tendencia que fue interrumpida por el COVID 19 el año 2020.

Figura 1

Turismo: Arribos regional 2011 - 2019



Nota. MINCETUR (2021)

El histograma resalta la tendencia creciente de los arribos de turistas a la región Moquegua, siendo el de mayor relevancia el correspondiente al año 2019.

Tabla 5

Dimensión turismo interno: Arribos a la región Moquegua 2011 - 2019

AÑO	ARRIBOSN	DIFERENCIA	VARIACION %
2011	124 733	-	-
2012	141 743	17 010	13,64
2013	147 907	23 174	18,58
2014	149 117	24 384	19,55
2015	160 923	36 190	29,01
2016	186 955	62 222	49,88

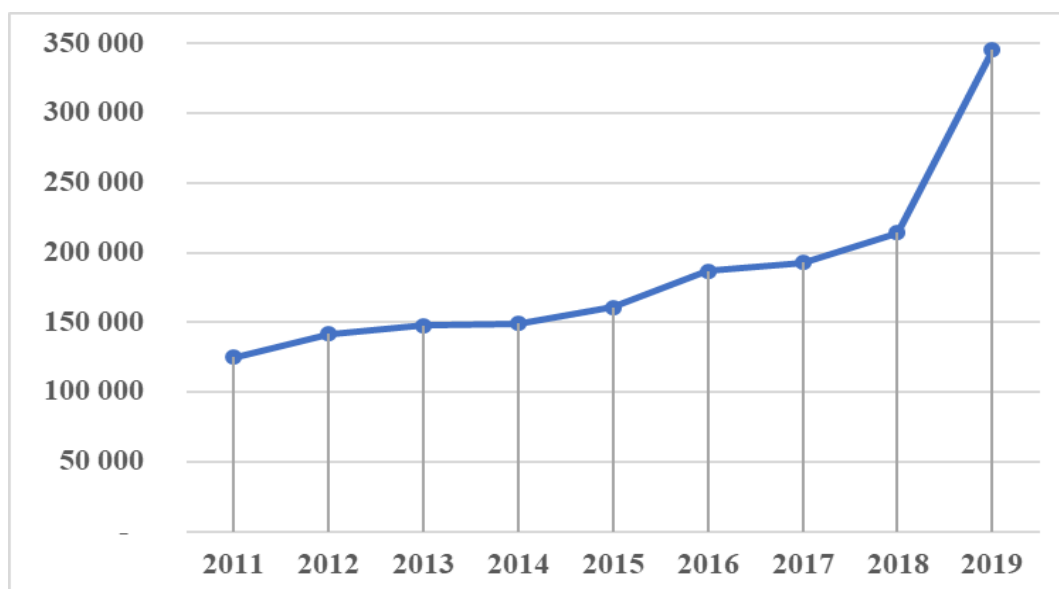
2017	192 667	67 934	54,46
2018	214 300	89 567	71,81
2019	345 493	220 760	176,99
TOTAL	1 663 838		

Nota. MINCETUR (2021)

La tabla muestra el permanente incremento en cifras y porcentualmente de arribos de turistas nacionales hacia la región Moquegua en el periodo 2011 – 2019, registrando 1 663 838 arribos al año, también destaca el año 2019 como el de mayor incremento, y entre los meses de mayor arribo sobresale el mes de enero de cada año.

Figura 2

Dimensión turismo interno. Arribos a la región Moquegua 2011 - 2019



Nota. MINCETUR. (2021)

La figura resalta el año 2019 como el de mayor incremento de arribos de turistas nacional a la región Moquegua.

Tabla 6*Dimensión turismo externo: Arribos a la región Moquegua 2011 - 2019*

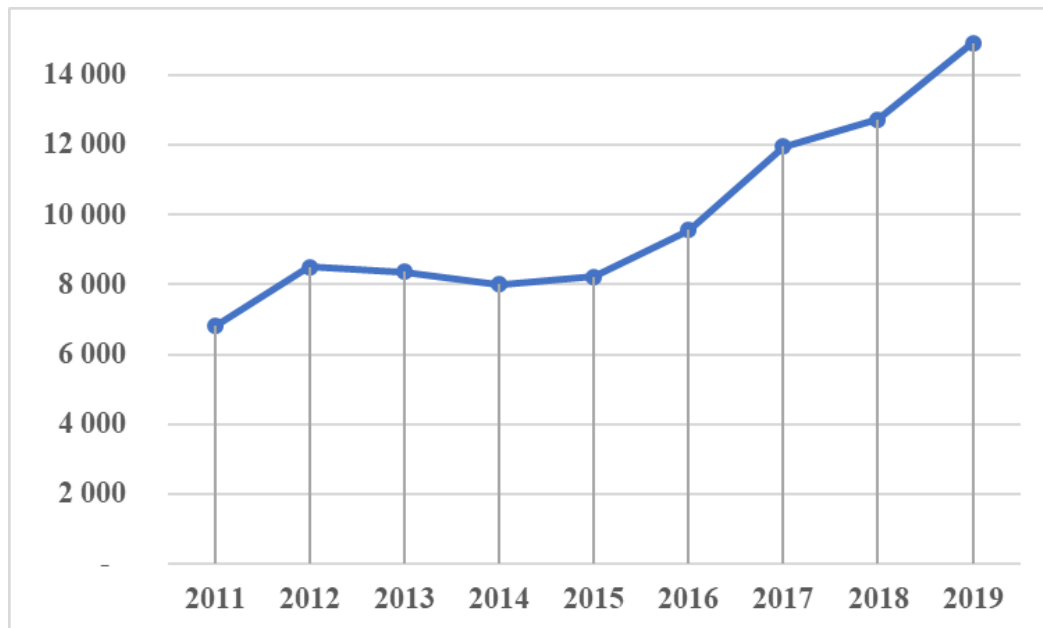
AÑO	ARRIBOS	DIFERENCIA	VARIACIÓN %
2011	6 803	-	-
2012	8 505	1 702	25,02
2013	8 375	1 572	23,11
2014	8 001	1 198	17,61
2015	8 219	1 416	20,81
2016	9 560	2 757	40,53
2017	11 953	5 150	75,7
2018	12 727	5 924	87,08
2019	14 930	8 127	119,46
TOTAL	89 073		

Nota. MINCETUR. (2021)

La tabla muestra un crecimiento permanente en cifras y porcentualmente los arribos de turistas extranjeros hacia la región Moquegua durante el periodo 2011 – 2019, registrando 89 073 arribos al año, destacando los años 2016, 2017, 2018 y 2019 los años de mayor incremento de arribos. Asimismo, el mes de enero resulta el de mayor afluencia durante los años del periodo de estudio.

Figura 3

Dimensión turismo externo. Arribos a la región Moquegua 2011 - 2019



Nota. MINCETUR. (2021)

La figura resalta los años de 2016, 2017, 2018 y 2019 como los de mayor nivel de incremento de arribo de extranjeros a la región Moquegua.

El crecimiento económico tiene como indicador válido al PBI, que mide la producción de bienes y servicios del país durante un año, se ha considerado a valor constante, cuya información fue registrada por el INEI.

Tabla 7

Variable 2: Crecimiento económico: Moquegua 2011 – 2019

AÑO	PBI (V. Constante)	DIFERENCIA	VARIACIÓN %
2011	7 785 269	-	-
2012	7 756 800	- 28.469	- 0,37

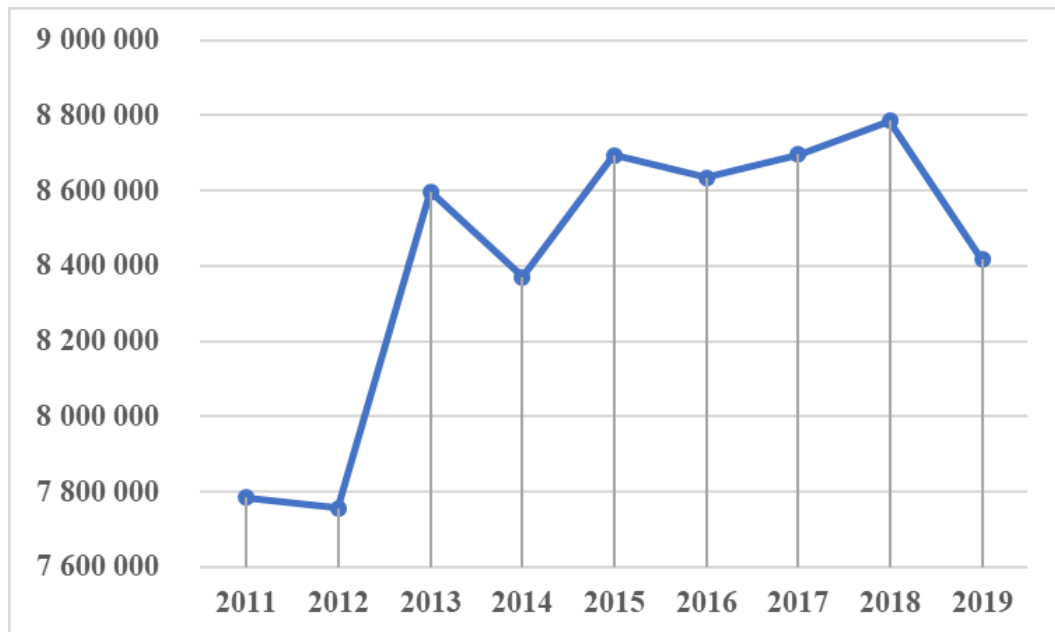
2013	8 598 669	813 400	10,45
2014	8 371 348	586 079	7,53
2015	8 693 747	908 478	11,67
2016	8 635 514	850 245	10,92
2017	8 696 704	911 435	11,71
2018	8 785 457	1 000 188	12,85
2019	8 416 846	631 577	8,11
TOTAL	75 740 354		

Nota. INEI (2021)

El Producto Bruto Interno a valor constante de la región Moquegua, registrada por el INEI, muestra un comportamiento heterogéneo, crecimiento en los años 2013, 2015 2017 y 2018, en tanto decrece los años 2012, 2014, 2016 y 2019, habiéndose generado entre el 2011 – 2019 la cantidad acumulada de 75 740 354 soles, dentro de los cuales las actividades que resultan con mayor aporte son la manufactura y extracción minera, y el de menor aporte, la telecomunicación y servicios de información

Figura 4

Variable 2: Crecimiento económico región Moquegua 2011 – 2019.



Nota. INEI (2021)

La figura muestra el comportamiento del PBI regional de Moquegua 2011 - 2019, los años de crecimiento y los años de decrecimiento, entre ellos el de mayor crecimiento el año 2013 y el año de mayor decrecimiento el año 2019.

Tabla 8

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Turismo	,221	9	0,200*	0,785	9	0,014
Crecimiento económico	,237	9	0,156	0,804	9	0,023

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

La prueba de normalidad para pequeñas muestras, corresponde es Shapiro Wilk, para pequeñas muestras, cuyos resultados con una significancia de 0,014 y 0,023 inferiores a 0.05, es decir, la distribución No es normal, corresponde la correlación de Rho de Spearman

Figura 5

Distribución

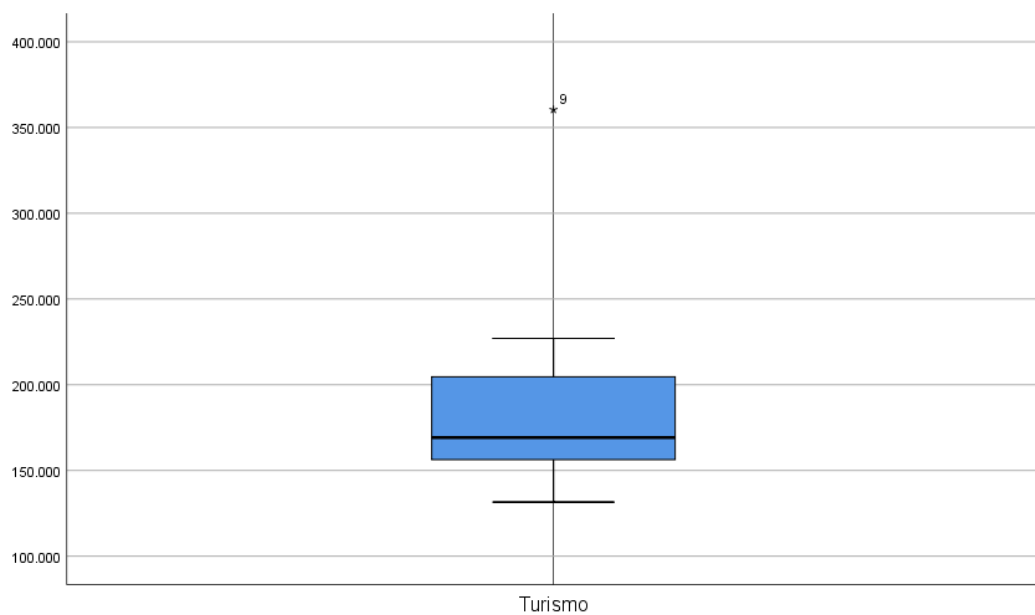
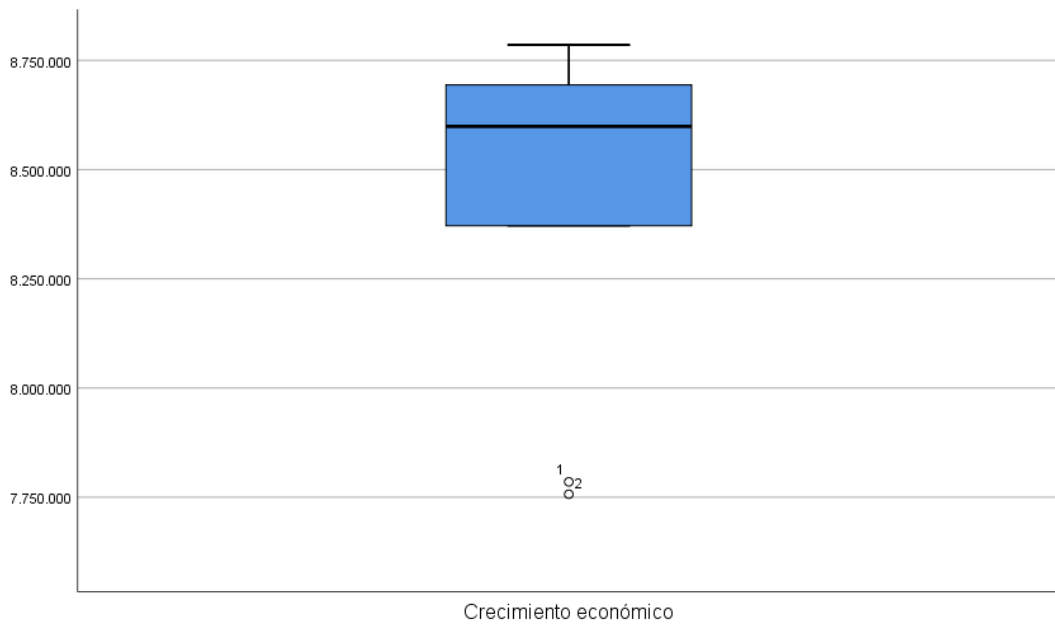


Figura 6

Distribución



Las figuras muestran gráficamente la distribución de las frecuencias que no son normal.

4.2. Contrastación de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

H₀. No existe relación positiva y significativa entre el Turismo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua

H_a. Si, existe relación positiva y significativa entre el Turismo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua

Regla de decisión:

Sí: Valor $p \geq 0,05$, se acepta la H₀ y se rechaza la H₁

Sí: Valor $p < 0,05$, se acepta la H₁ y se rechaza la H₀

Tabla 9*Correlaciones*

		Turismo		Crecimiento económico
Rho de Spearman	Turismo	Coefficiente de correlación	1,000	,683*
		Sig. (bilateral)	.	,042
		N	9	9
	Crecimiento económico	Coefficiente de correlación	,683*	1,000
		Sig. (bilateral)	,042	.
		N	9	9

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Resultados investigación

Como Sig. = 0,042 < 0,05. Entonces se rechaza la Ho y acepta la Ha. Si existe relación débil positiva significativa entre la variable Turismo y la variable Crecimiento económico regional, Moquegua 2011 – 2019.

El coeficiente de relación Rho de Spearman = 0,689 con una significancia Sig. = 0,042 < 0,05 indica una relación débil positiva significativa entre las variables Turismo y Crecimiento económico regional, Moquegua 2011 – 2019.

4.2.2. Hipótesis específica 1

Ho. No existe relación positiva y significativa el Turismo interno y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

Ha. Si existe relación positiva y significativa el Turismo interno y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

Regla de decisión:

Sí: Valor $p \geq 0,05$, se acepta la H_0 y se rechaza la H_1

Sí: Valor $p < 0,05$, se acepta la H_1 y se rechaza la H_0

Tabla 10

Correlaciones

			Turismo interno	Crecimiento económico
Rho de Spearman	Turismo interno	Coeficiente de correlación	1,000	,683*
		Sig. (bilateral)	.	,042
		N	9	9
	Crecimiento económico	Coeficiente de correlación	,683*	1,000
		Sig. (bilateral)	,042	.
		N	9	9

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Resultados investigación

Como $\text{Sig.} = 0,042 < 0,05$. Entonces se rechaza la H_0 y acepta la H_a . Si existe relación débil positiva significativa entre la dimensión Turismo interno y la variable Crecimiento económico regional, Moquegua 2011 – 2019.

El coeficiente de relación Rho de Spearman = 0,689 con una significancia $\text{Sig.} = 0,042 < 0,05$ indica una relación débil positiva significativa entre la dimensión Turismo interno y Crecimiento económico regional, en Moquegua 2011 – 2019.

4.2.2. Hipótesis específica 2

Ho. No existe relación positiva y significativa entre el Turismo receptivo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

Ha. Si existe relación positiva y significativa entre el Turismo receptivo y la variable Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.

Regla de decisión:

Sí: Valor $p \geq 0,05$, se acepta la H0 y se rechaza la H1

Sí: Valor $p < 0,05$, se acepta la H1 y se rechaza la H0

Tabla 11

Correlaciones

			Turismo receptivo	Crecimiento económico
Rho de Spearman	Turismo receptivo	Coefficiente de correlación	1,000	,483*
		Sig. (bilateral)	.	,187
		N	9	9
	Crecimiento económico	Coefficiente de correlación	,483*	1,000
		Sig. (bilateral)	,187	.
		N	9	9

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Resultados investigación

Como Sig. = 0,1876 > 0,05. Entonces se rechaza la H₀ y acepta la H₁. No existe relación entre la dimensión Turismo receptivo y la variable Crecimiento económico regional, Moquegua 2011 – 2019.

El coeficiente de relación Rho de Spearman = 0,483 con una significancia Sig. = 0,187 > 0,05 indica que No existe relación entre la dimensión turismo receptivo y la variable Crecimiento económico regional, Moquegua 2011 – 2019.

4.3. Discusión de resultados

Nuestros resultados de análisis estadístico inferencial de relación entre turismo y crecimiento económico en la región Moquegua, periodo 2011 – 2019, es de nivel medio con una significancia baja, la metodología mediante la revisión documental como todas las investigaciones que anteceden nuestra investigación. Sin embargo, la diferencia está en los niveles de relación encontrados. Asimismo, la recomendación es la mayor promoción de la actividad del turismo y particularmente el receptivo que provee mayores ingresos.

A nivel nacional encontramos, Alarcón & Castro (2019). En Cusco y Celis & Villalobos (2018) San Martín, han encontrado relación positiva fuerte y muy fuerte, en tanto, Zuloeta (2021) en Lambayeque y Alva (2016) en Cañete concluyen que el turismo influye en el crecimiento económico y por tanto, es una actividad económica importante.

A nivel internacional, Candas (2020), los resultados de su investigación en 38 países de América Latina y el Caribe, 1995 – 2017 ha encontrado relación positiva entre turismo y crecimiento económico en el corto, mediano y largo plazo, el turismo como actividad importante en el desarrollo económico de estos países, entre los principales como Aruba, Honduras, Granada, Paraguay, San Cristóbal, Santa

Lucia, y Nieves, El Salvador, México y Haití. Similarmente, Ávila (2020) en Ecuador, Pilla (2020) en los Galápagos y Gil & López (2018) en Colombia, han encontrado que el turismo juega un rol muy importante en el crecimiento económico de esos países y por ende la necesidad de mayor promoción y apoyo para mejorar las condiciones y operadores del turismo.

La Organización Mundial de Turismo, hace hincapié sobre la importancia del turismo como la adición de relaciones y servicios, promueve interrelaciones socio culturales crea principalmente intercambios económicos, se ha convertido y es el motor el turismo en la actividad económica más importante en muchos países, influye en otros sectores, como la calidad de vida y el desarrollo de la sociedad en su conjunto, además, la conservación de atractivos.

CAPÍTULO V:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- PRIMERA** : Concluida la investigación, la prueba de hipótesis mediante la aplicación del estadístico Rho de Spearman, se demuestra que existe relación media positiva significativa entre Turismo y Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua
- SEGUNDA** : La prueba de hipótesis Rho de Spearman muestra una relación positiva media significativa entre el Turismo interno o nacional y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua.
- TERCERA** : Los resultados de la prueba Rho de Spearman determinaron que no existe relación entre el Turismo receptivo o externo y el Crecimiento económico regional: 2011 – 2019, en Moquegua, dado que la Sig. = 0,187 es mayor a 0,05, nivel de error aceptado.

5.2.Recomendaciones

PRIMERA : Al Gobierno Regional Moquegua y a las municipalidades de la región desarrollar un trabajo coordinado y en equipo en función al Plan de Desarrollo Regional del Turismo desarrollado por el DIRCETUR priorizando y asignando recursos para desarrollar acciones orientadas a promover el turismo regional e incrementar la tendencia creciente de esta actividad que influye en el crecimiento económico de la región.

SEGUNDA : A la DIRESA de Moquegua, trabajo coordinado con las instancias públicas de carácter nacional, regional y locales, particularmente concertando con los operadores del turismo en la región Moquegua y las Cámaras de Turismo de Arequipa, Tacna, Puno y Cusco, es decir, conformantes del circuito turístico sur peruano.

TERCERA : A los operadores de la actividad del turismo en la región Moquegua, conformar y fortalecer su organización a nivel regional para una mayor y mejor representación y tenga la contundencia requerida para sus gestión ante el Estado y el sector privado.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcon Hoyos, L. E., & Castro Grandez, J. (2019). *Turismo y crecimiento económico: un analisis empirico del impacto del turismo receptivo del distrito de Machu Picchu en el crecimiento económico del departamento de Cusco, 2013 - 2018*. Lima - Perú.: Universidad Tecnológica del Perú.
- Alva Espinoza, M. S. (2016). *El turismo interno y su influencia en el crecimiento de restaurantes del distrito de San Vicente en la provincia de Cañete, periodo 2015*. Lima - Perú.: Universidad San Martin de Porras.
- Apolaya Segura, M. (31 de Enero de 2020). *Operacionalizacion de variables*. Obtenido de Operacionalizacion de variables: http://bvspers.paho.org/videosdigitales/matedu/2012investigacionsalud/20120626Operacionalizacion_MoisesApolaya.pdf?ua=1
- Ávila Robalino, M. P. (2020). *El aporte del Distrito Metropolitano de Quito al desarrollo del turismo en el Ecuador y al crecimiento económico del país en el periodo 2017 - 2020*. Quito - Evcuador.: Universidad Andina Simón Bolívar .
- Candias, K. N. (2020). *Turismo y crecimiento económico en América Latina y el Caribe: buscando diferencias y similitudes. Analisis del periodo 1995 - 2017*. Buenos Aires - Argentina: Universidad Nacional del Sur.
- Carbajal Zambrano, G. V., & Lemoine Quinteros, F. A. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón san vicente. *Scielo*, 23.
- Castañeda, M. B., Cabrera, A., & Navarro, Y. (2010). *Procesamiento de datos y analisis estadístico utilizando SPSS*. Porto Alegre: Pontificie Universidad Católica do Rio Grande do Sul.

- Castillo Palacio, M., & Castaño Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. Una revisión de 2009-2014. *Estudios y perspectivas de turismo*, 737 - 757.
- CAT. (28 de julio de 2009). *La importancia de la actividad económica del turismo y viajes en argentina*. Obtenido de La importancia de la actividad económica del turismo y viajes en argentina.: https://www.ahrcc.org.ar/_descargas/Informe-de-la-importancia-de-la-act.pdf
- Celis Tenazoa, N. D., & Villalobos Pérez, J. (2018). *Contribución del turismo al crecimiento económico de la región San Martín, observado durante el periodo 2011 - 2015*. Tarapoto - Perú.: Universidad nacional de san Martín.
- CEUPE. (2015). Qué es un producto turístico. *Turismo*, 51-62.
- Daries, J., Jaime, V., & Bucaran. (agosto de 2021). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Evolucion-del-turismo-en-Peru-2010-2020-la-influencia-del-COVID-19-y-recomendaciones-pos-COVID-19-nota-sectorial-de-turismo.pdf>
- Flores, C. (junio de 2012). *Elementos fundamentales en la actividad del turismo*. Obtenido de Elementos fundamentales en la actividad del turismo: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos_fundamentales_en_la_actividad_turistica.pdf
- Gil Ayala, C. N., & López Devia, J. S. (2018). *Análisis de la incidencia del turismo internacional en el crecimiento económico de Colombia*. Bucaramanga - Colombia: Universidad Industrial de Santander.

- Gonzales Reverté, F. (2008). Destinos turísticos. Conceptos y estructura. *Universitat oberta de Catalunya*, 79-107.
- Hernández, R. S., Fernández, C. C., & Baptista, P. L. (2014). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal de México, México: McGrawHill.
- INEI, CORPAC, MINCETUR. (2020). *Moquegua. Reporte Regional de Turismo. Año 2020*. Obtenido de Moquegua. Reporte Regional de Turismo. Año 2020.:
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1320696/Reporte%20Regional%20de%20Turismo%20-%20Moquegua%202020%20actualizado%20abril%202021.pdf>
- IPE. (2013). Sectores productivos. *Aprendiendo economía*,
<https://www.ipe.org.pe/portal/sectores-productivos/>.
- IPE. (06 de marzo de 2022). Qué factores determinan el crecimiento económico . *Economía*, págs. <https://gestion.pe/economia/que-es-el-crecimiento-economico-significado-explicacion-nnda-nnlt-noticia/>.
- IPE Instituto peruano de economía. (2013). *Crecimiento económico*. Obtenido de Crecimiento económico: <https://www.ipe.org.pe/portal/crecimiento-economico/>
- Jara, L. (07 de marzo de 2016). *Obsevatorio económico social*. . Obtenido de Obsevatorio económico social. : <https://observatorio.unr.edu.ar/pib-producto-interno-bruto-precios-corrientes/>
- Julca Meza , E. C. (2017). Un enfoque a la importancia del turismo. *Turismo y patrimonio*, 133-136.
- MINCETUR. (2013). *Perú: Turismo interno*. Lima: Ministerio de Comercio

Exterior y Turismo.

Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, 135-158.

Organización Mundial de Turismo. (20 de enero de 2020). *Mabel Cajal. Marketing y Turismo Didital*. Obtenido de Mabel Cajal. Marketing y Turismo Didital: Mabel Cajal. Marketing y Turismo Didital

Pilla Anancolla, R. A. (2020). *La actividad turística y el crecimiento económico de la provincia de Galápagos*. Ambato - Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Pololikashvili, Z. (2019). *Panorama del turismo internacional*. Obtenido de Panorama del turismo internacional: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>

PROMPERU. (2016). Perfil de turista extranjero. *Turismo in. Investiga innova*, 1-47.

Rodriguez, M. G. (11 de mayo de 2009). *Turismo y calidad de vida*. Obtenido de Turismo y calidad de vida: <http://www.mailxmail.com/curso-turismo-calidad-vida/turismo-interno#:~:text=Son%20viajes%20internos%20realizados%20dentro%20del%20territorio%20nacional%20%2C%20por%20sus%20habitantes.&text=Producen%20empleos%20y%20hace%20rotar%20la%20producci%C3%B3n%20reg>

Sevilla Arias , A. (2012). Producto bruto interno. *Economipedia*, 11.

Theobald, W. (31 de marzo de 1994). *Etmología del turismo*. Obtenido de Etimología del turismo:

[https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9E9PE5KbsjJ:h
ttps://www.entornoturistico.com/etimologia-del-turismo-origen-palabra-
turismo/+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9E9PE5KbsjJ:h
ttps://www.entornoturistico.com/etimologia-del-turismo-origen-palabra-
turismo/+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe)

Vara Horna, A. A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. Lima: Universidad de San Martín de Porras.

Westreicher, G. (15 de febrero de 2022). Modelos de crecimiento económico. *Economipedia*, <https://economipedia.com/definiciones/modelos-de-crecimiento-economico.html>.

Zuloeta Bravo, O. P. (2021). *Influencia del sector turismo en el crecimiento económico del departamento de Lambayeque 1998 - 2017*. Pimentel - Perú.: Universidad Señor de Sipan.

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO REGIONAL: 2009 – 2019, EN MOQUEGUA 2022.”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>GENERAL:</p> <p>¿Cuál es el nivel de relación entre el Turismo y el Crecimiento económico regional: 2010 – 2019, en Moquegua?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>1: ¿Cuál es el nivel de relación entre el Turismo interno y el Crecimiento económico regional: 2010 – 2019, en Moquegua?</p> <p>2: ¿Cuál es el nivel de relación entre el Turismo receptivo y el Crecimiento económico regional: 2010 – 2019, en Moquegua?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar el nivel de relación entre el Turismo y el Crecimiento económico regional: 2010 – 2019, en Moquegua.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>1: Determinar el nivel de relación entre el Turismo interno y el Crecimiento económico regional: 2010 – 2019, en Moquegua.</p> <p>2: Determinar el nivel de relación entre el Turismo receptivo y el Crecimiento económico regional: 2010 – 2019, en Moquegua.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Existe relación positiva y significativa entre el Turismo y el Crecimiento económico regionales: 2010 – 2019, en Moquegua</p> <p>ESPECÍFICAS:</p> <p>1: Existe relación positiva y significativa entre el turismo interno y el Crecimiento económico regional: 2010 – 2019, en Moquegua.</p> <p>2: Existe relación positiva y significativa entre el Turismo receptivo y el Crecimiento económico regional: 2010 – 2019, en Moquegua.</p>	<p>V1: Turismo</p>	<p>1. Interno</p> <p>2. Receptivo</p>	<p>1.1 Ocio, recreo y vacaciones.</p> <p>1.2 Visitas a familiares y amigos</p> <p>1.3 Negocios y motivos profesionales</p> <p>1.4 Tratamiento de salud</p> <p>1.5 Religión / peregrinaciones</p> <p>1.6 Otros motivos</p> <p>2.1 Ocio, recreo y vacaciones.</p> <p>2.2 Visitas a familiares y amigos</p> <p>2.3 Negocios y motivos profesionales</p> <p>2.4 Tratamiento de salud</p> <p>2.5 Religión / peregrinaciones</p> <p>2.6 Otros motivos</p>	<p>Tipo: Básica – cuantitativa – longitudinal</p> <p>Diseño: No experimental – descriptivo – correlacional.</p> <p>Población: Arribo turistas a la región Moquegua.</p> <p>Muestra: 2009 – 2019.</p> <p>Técnicas: Revisión documental y entrevista</p>

			V2: Crecimiento económico	1. PBI	<p>1.1 Agricultura, ganadería, caza y silvicultura.</p> <p>1.2 Pesca y acuicultura.</p> <p>1.3 Extracción de petróleo, gas y minerales.</p> <p>1.4 Manufactura.</p> <p>1.5 Electricidad, gas y agua.</p> <p>1.6 Construcción.</p> <p>1.7 Comercio.</p> <p>1.8 Transporte, almacén, correo y mensajería.</p> <p>1.9 Alojamiento y restaurantes.</p> <p>1.10 Telecomunicaciones y otros servicios de información.</p> <p>1.11 Administración pública y defensa.</p> <p>1.12 Otros servicios.</p>	<p>Instrumentos: Cuadros estadísticos.</p> <p>Procesamiento y análisis de datos: Estadística descriptiva e inferencial, Excel y SPSS 25.</p>
--	--	--	---------------------------	--------	--	--