



**UNAP**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y  
TURISMO**

**TESIS**

**“IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN EL DESARROLLO  
DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE IQUITOS, 2022”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

**PRESENTADO POR:  
MARTHA CECILIA MUÑOZ MELÉNDEZ**

**ASESOR:  
Lic. Nit. RILKE CHONG VELA, Dr.**

**IQUITOS, PERÚ**

**2023**

# ACTA DE SUSTENTACIÓN



**UNAP**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
FACEN  
"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



## ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS VIRTUAL N°190-CCGyT-FACEN-UNAP-2023

En la ciudad de Iquitos, a los 30 días del mes de noviembre del año 2023, a horas: 11:00 a.m. se dio inicio haciendo uso de la Plataforma Zoom la sustentación pública de la Tesis titulada: "IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE IQUITOS, 2022", autorizado mediante Resolución Decanal N°2181-2023-FACEN-UNAP presentado por la Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo MARTHA CECILIA MUÑOZ MELENDEZ, para optar el Título Profesional de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO, que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr. (Presidente)  
Lic. Nit. CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag. (Miembro)  
Lic. Nit. LOURDES VICTORIA SÁNCHEZ GARCIA, Mag. (Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **SATISFACTORIAMENTE**

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones:  
La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADAS** con la calificación **BUENA (15)**.

Estando la Bachiller apta para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las 12:10 pm del 30 de noviembre del 2023, se dio por concluido el acto académico.

Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.  
Presidente

Lic. Nit. CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag.  
Miembro

Lic. Nit. LOURDES VICTORIA SÁNCHEZ GARCIA, Mag.  
Miembro

Lic. Nit. RILKE QHONG VELA, Dr.  
Asesor

*Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación*

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto  
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: [facen@unapiquitos.edu.pe](mailto:facen@unapiquitos.edu.pe)  
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



## JURADO Y ASESOR

### JURADO Y ASESOR



**Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.**  
Presidente  
CLAD-01950



**Lic. Nit. CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag.**  
Miembro  
CLAD N°24173



**Lic. Nit. LOURDES VICTORIA SÁNCHEZ GARCIA, Mag.**  
Miembro  
CLAD N°19960



**Lic. Nit. RILKE CHONG VELA, Dr.**  
Asesor  
CLAD- N° 22275

# RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS - MUÑOZ MELENDEZ MARTHA CE  
CILIA.pdf**

RECuento DE PALABRAS

**7850 Words**

RECuento DE CARACTERES

**40506 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**37 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**735.5KB**

FECHA DE ENTREGA

**Jan 16, 2023 6:22 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Jan 16, 2023 6:23 PM GMT-5**

## ● 23% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

## ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Resumen

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darme la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante.

A mis padres, Juan y Martha, por ser mi apoyo incondicional en aquellos momentos de dificultad, y por ser los pilares a lo largo de mi formación profesional.

A mi hermana Molly, por los consejos brindados durante todos estos años.

A mi tía Nelly, por estar conmigo siempre, en cada etapa de mi vida.

A mi sobrino Víctor Alfredo, por ser uno de los mejores regalos que la vida me brindó.

A mi tía Aleja, mi tío Jorge, mi tío Américo y mi abuelita Rosa, que desde el cielo me cuidaron, guiaron, y fueron parte de esta etapa.

## **AGRADECIMIENTO**

Al Econ. Ernesto Reategui Bardales, por su tiempo y dedicación, por ser mi guía y brindarme sus conocimientos.

A mis amigos, por su comprensión y apoyo constante, por todas las horas que compartimos e historias que vivimos.

A todas las personas que de alguna manera formaron parte de este logro.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	4
1.1. Antecedentes	4
1.2. Bases teóricas	6
1.3. Definición de términos básicos	11
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	13
2.1 Formulación de la hipótesis	13
2.2 Variables y su operacionalización	13
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño	16
3.2. Diseño muestral	17
3.3. Procedimientos de recolección de datos	18
3.4. Procesamiento y análisis de datos	19

3.5. Aspectos éticos	19
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	20
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	32
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	34
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	35
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	36
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Estadística complementaria	
4. Consentimiento informado	



## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Plataformas digitales	20
Tabla 2 Experiencia	21
Tabla 3 Diseño	22
Tabla 4 Seguridad	23
Tabla 5 Información	24
Tabla 6 Comunicación	25
Tabla 7 Desarrollo del turismo	26
Tabla 8 Impacto económico	27
Tabla 9 Impacto sociocultural	28
Tabla 10 Impacto medioambiental	29
Tabla 11 Impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo	30

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Plataformas digitales	20
Figura 2 Experiencia	21
Figura 3 Diseño	22
Figura 4 Seguridad	23
Figura 5 Información	24
Figura 6 Comunicación	25
Figura 7 Desarrollo del turismo	26
Figura 8 Impacto económico	27
Figura 9 Impacto sociocultural	28
Figura 10 Impacto medioambiental	29
Figura 11 Impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo	31

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022; opto por un estudio de tipo aplicada, nivel explicativo, bajo un diseño no experimental, la población escogida fue 312 turistas que visitan dicha ciudad; se empleó como técnica a la encuesta y al cuestionario como instrumento. Concluyendo que, plataformas digitales en la ciudad de Iquitos se viene manejando de forma eficiente (41%) pues casi siempre facilitan buenos productos o servicios, también raras veces ofrecen seguridad para realizar compras; además, las plataformas digitales casi siempre son visualmente atractivas y que casi siempre tienen una buena selección de servicios; por otra parte, las plataformas digitales raras veces protegen la privacidad de los usuarios. De la misma manera, el desarrollo del turismo se viene ejecutando de forma alta (39%), esto se debe a que los turistas casi siempre evidencian la promoción de la artesanía tradicional como parte del turismo, pero raras veces se evidencia la protección policial y contra incendios en la ciudad de Iquitos. Por último, la implementación de las plataformas digitales en las empresas turísticas de la ciudad de Iquitos predice el comportamiento del desarrollo del turismo, pues explica el 83,8% de este cambio sobre otras variables que no se midieron, por lo tanto, se identifica que el impacto de los predictores es significativo al nivel 0,000.

Palabras clave: Plataformas digitales, Desarrollo del turismo.

## **ABSTRACT**

The general objective of the research was to determine the impact of digital platforms on the development of tourism in the city of Iquitos, 2022; I opted for an applied type study, explanatory level, under a non-experimental design, the chosen population was 312 tourists who visit said city; The survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument. Concluding that digital platforms in the city of Iquitos have been handled efficiently (41%) since they almost always provide good products or services, they also rarely offer security to make purchases; Furthermore, digital platforms are almost always visually appealing and almost always have a good selection of services; on the other hand, digital platforms rarely protect the privacy of users. In the same way, the development of tourism has been running at a high rate (39%), this is due to the fact that tourists almost always demonstrate the promotion of traditional crafts as part of tourism, but police protection is rarely evidenced. and against fires in the city of Iquitos. Finally, the implementation of digital platforms in tourism companies in the city of Iquitos predicts the behavior of tourism development, since it explains 83.8% of this change over other variables that were not measured, therefore, it is identified that the impact of the predictors is significant at the 0.000 level.

Keywords: Digital platforms, Tourism development.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad se vienen observando importantes innovaciones en la gestión de la mayoría de las empresas del sector turístico, innovaciones surgidas básicamente de la necesidad de adaptarse con rapidez a las nuevas tecnologías, adecuando y hasta transformando sus productos y servicios (López y López, 2018). Sin embargo, Aguirre y Corredor (2018) consideran que con el paso de los años, la utilización de las redes digitales ha generado en los usuarios como efecto colateral no deseado un ambiente con presencia de incertidumbre y desconfianza propiciado por distintos casos de robo y estafas que se han presentado en nuestro medio y que han sido difundidos en los medios de prensa sensacionalistas de la localidad; así también el incorrecto uso de la información personal al efectuar una transacción electrónica; son actitudes que en general fomentan el recelo al momento de contratar un producto o servicio empleando los recursos de las TIC; sin embargo tales recursos siguen siendo utilizados intensivamente en la búsqueda de otros tipos de información y para explorar el nivel de precios vigentes en el mercado a la hora de cerrar el trato (Sevilla, 2021).

En el Perú -como en muchos otros países del mundo- desde finales del primer trimestre del año 2020, casi la totalidad de los negocios relacionados con el turismo han sufrido una severa reducción de actividades como resultado de la pandemia de COVID19, dando comienzo a una temporada recesiva donde las llegadas de turistas a nuestro país disminuyeron en más de la mitad (Fernández y Pardo, 2020). Por otra parte, los empresarios del sector turístico en nuestro país no cuentan con respaldo financiero suficiente, debido entre otras razones al elevado costo del crédito, a la aversión al riesgo existente

entre los inversionistas del sector turístico y también al hecho que el gobierno no ha gestionado hasta ahora actividades conjuntas con el sector privado (ferias, tours, etc.), desconociéndose muchos de los elementos que componen la dinámica de la demanda actual por servicios turísticos. (Mullo et al., 2019). Asimismo, la falta de una adecuada comunicación es otro factor que limita el éxito en el uso de las redes digitales, ya que no se aprecia eficiencia en la promoción de nuestro país como destino turístico competitivo e innovador (Rodríguez, 2019).

La ciudad de Iquitos en particular y la región Loreto en general, ha vivido varias épocas de bonanza económica basadas en la explotación de sus diferentes recursos naturales, pero es desde el año 2008 aproximadamente que ha terminado el último boom que ha sido el de la exportación de nuestros recursos maderables; estas bonanzas han propiciado entre muchas otras novedades y con bastante ímpetu, la integración de medios digitales en casi todos los sectores de la economía regional, presionando a operadores y empresarios turísticos sobre todo, al empleo masivo de las TIC; pese a lo cual se evidencia todavía una muy poca utilización de medios digitales, situación que se debe principalmente a la falta de conocimiento, a la falta de cultura para usar estas modernas tecnologías de información que ya son masivamente utilizadas por los países desarrollados del hemisferio norte, y que nuestros empresarios siguen adoptando una visión limitada por parte de la gestión de empresas turísticas temerosas de elevar innecesariamente sus costos operativos al adquirir software, en muchos de los casos a la débil voluntad de invertir en tecnología, que son una oportunidad para contribuir al desarrollo turístico de esta parte del país.

Después de lo descrito en la parte anterior se planteó el problema general ¿Cuál es el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022?; del mismo modo los problemas específico ¿Cómo es la implantación de las plataformas digitales en el sector turismo de la ciudad de Iquitos, 2021? ¿Cómo es el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2021?

Pues el objetivo general fue determinar el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022; asimismo como objetivos específicos fue: Conocer la implantación de las plataformas digitales en el sector turismo en la ciudad de Iquitos, 2022, Conocer el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022.

La investigación fue de gran importancia, ya que se evaluaron las dos variables de estudio, debido a que el propósito es dar a conocer la problemática presentada en la ciudad de Iquitos, con la finalidad de mejorar las plataformas digitales y fortalecer el desarrollo del turismo. Asimismo, dicho estudio sirvió para otras investigaciones a futuro.

La investigación fue viable debido que existe información de las variables de plataformas digitales y desarrollo del turismo, asimismo, se utilizará el método APA para citar correctamente las fuentes bibliográficas y así evitar el plagio.

Una de las dificultades principales fue la recolección de información y la aplicación de instrumentos, debido a que la gran mayoría de los turistas desconfían en brindar información, esto fue corregido mediante una explicación anticipada, cuál es el propósito del estudio y la importancia de sus respuestas.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Antecedentes**

En 2018, se desarrolló una investigación de tipo descriptiva y diseño no experimental, cuya población de estudio fue de 100 turistas, la investigación determinó como objetivo identificar y recopilar información sobre factibilidad en implementar las tecnologías de sistemas digitales al sector turístico, y concluyó que el estudio aporta tanto a las personas que trabajan en el área de la ingeniería en sistemas digitales como al sector empresarial a partir del reconocimiento e importancia de los sistemas digitales en el turismo (Pupiales, 2018).

En 2018, se desarrolló un estudio de tipo aplicada y diseño no experimental, cuya población de estudios fue de 221 involucrados, su propósito fue ayudar a la literatura sobre turismo y comercio, y estudiar la relación empírica entre el turismo internacional y la adopción de tecnologías digitales que facilitan la búsqueda de oportunidades turísticas en todos los países, y concluyó que estima un modelo de gravedad bien especificado de llegadas de turistas de distintos países, lo cual indican que las fricciones que afectan los flujos turísticos bilaterales se han atenuado con la llegada de las herramientas digitales, el valor absoluto de los efectos de la distancia geográfica bilateral, las diferencias lingüísticas y la contigüidad fronteriza parecen reducirse por el uso de Internet por parte de los turistas potenciales y el sector empresarial en los países de acogida (Lopez, 2020).



En 2019, se desarrolló una investigación de tipo descriptiva con enfoque mixto y diseño no experimental, se tomó como población a los turistas, comunidades y operadores turísticos, no señala una cantidad específica, tuvo como propósito diseñar una propuesta para implementar una ruta turística por siete atractivos naturales del Nororiente de Cundinamarca, y concluyó que el turismo de naturaleza está tomando fuerza a nivel regional y los turistas cada vez son más conscientes de realizar un turismo ambientalmente responsable, respetando las indicaciones que se les dan al ingresar a un atractivo natural. También, involucra a la comunidad cercana a cada atractivo, ya que algunos lugares involucrados en la ruta son cuidados y protegidos por ellos y sobre todo, este producto turístico promueve el desarrollo económico de la región y la práctica de un turismo sostenible en los lugares involucrados (Larrotta, 2019).

En 2020, se desarrolló una investigación de tipo descriptivo-cuantitativo y diseño no experimental, se tomó como población a 246 empresas del rubro hotelero de Manabí -Ecuador, determinó como objetivo manifestar el impacto de las plataformas digitales colaborativas en el desarrollo del turismo de la misma, y concluyó que las plataformas digitales tienen un impacto en el desarrollo del turismo de las PYMES hoteleras de Manabí – Ecuador, con una correlación positiva y significativa alcanzando un nivel de (0,976), con una significancia bilateral de 0,00 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01, lo que especifica que la correlación que se ha establecido es cierta (Salazar et al.,2020).

En 2019, se desarrolló un estudio de tipo descriptivo y diseño no experimental, se tomó como población de estudio a 50 turistas, y se determinó como objetivo diseñar una aplicación móvil utilizando realidad aumentada para el desarrollo del turismo en la región de Tumbes – 2018, y concluyó que utilizando el aplicativo móvil, se demostró que los turistas pueden conocer más lugares turísticos y negocios en dicha región con la finalidad de promover el turismo (Arrunategui, 2019).

## **1.2. Bases teóricas**

### **Variable I: Plataformas digitales**

En la teoría de Spagnoletti (2015) citado por Moro (2019) Define que una plataforma digital es como un bloque de construcción que proporciona una función esencial a un sistema tecnológico y sirve como base sobre la cual se pueden desarrollar productos, tecnologías o servicios complementarios. Gobierno corporativo, plataformas digitales y teoría de redes. Las plataformas facilitan el intercambio: 1) De bienes. 2) De servicios. 3) De información.

Según Reuver *et al.* (2018) definen que las plataformas digitales son sistemas e interfaces que forman una red comercial o un mercado que facilita las transacciones de empresa a cliente o incluso de cliente a cliente. Asimismo, Gawer (2021) menciona que la plataforma digital es cualquier herramienta electrónica para la comunicación que incluye software de escritorio, móvil, social y de correo electrónico que cubre sitios web y redes sociales: Twitter, Amazon, etc. Por otro lado, la plataforma digital es un espacio digital que brinda facilidades para que

los usuarios colaboren, interactúen o realicen transacciones digitales, el mercado digital y la plataforma digital se utilizan indistintamente (Hein *et al.*, 2020).

Widjaja (2019) indica que las plataformas digitales son hablando de las piezas esenciales necesarias para crear una plataforma digital exitosa.

Los aspectos clave de una plataforma digital son:

- Facilidad de uso y atractivo inmediato para los usuarios.
- Confiabilidad y seguridad (se necesitan términos y condiciones claros, así como protección de la privacidad y garantías para la propiedad intelectual y la propiedad de los datos).
- Facilitación de intercambios entre usuarios (productores y consumidores).
- Proporcionar valor a la comunidad y en función del tamaño de la comunidad (cuanto más grande sea la comunidad, más valor puede proporcionar la plataforma a todas las partes involucradas).
- Capacidad de escalar sin causar degradación del rendimiento.

Las plataformas digitales presentan una serie de características que explican su atractivo como modelo organizativo, tales como: 1) las plataformas digitales contribuyen a reducciones significativas en los costos de transacción, incluidos los costos de distribución, búsqueda, contratación y monitoreo. 2) las plataformas digitales ayudan a organizar y coordinar el desarrollo tecnológico de productos complementarios mediante el modularidad y las estructuras de gobernanza adecuadas (Asadullah *et al.*, 2019; Feld, 2019).

Partiendo de los diversos aspectos teóricos analizados, se identifica relevante las dimensiones e indicadores establecidos por Sarmiento (2017), quien evalúa la experiencia del usuario, el diseño de las plataformas digitales, la seguridad de este, el manejo de información del usuario y la comunicación generada en el mismo.

Respecto a la experiencia del usuario, Sarmiento (2017) considera la comodidad de las plataformas, las facilidades que ofrece, la seguridad en la compra. Como parte del diseño, mide el atractivo visual de la plataforma, la selección de servicios y la apariencia profesional. En cuanto a la seguridad, considera importante la privacidad, la información personal y la no comercialización de información del usuario. Asimismo, la información proporcionada al turista debe ser de calidad, precisa y diversificada. Por último, en cuanto a la comunicación, la plataforma digital debe permitir dejar comentarios, tener acceso a la comunicación virtual y apreciar material audiovisual.

## **Variable II Desarrollo del turismo**

Observar el avance de la evolución del turismo a través de una sucesión de etapas o fases no es nuevo. Esencialmente por la teoría de Butler (1980) Ciclo de vida de los destinos turístico, citado por Torres & Martínez, (2018), el ciclo de vida de los destinos turísticos el cual propone siete etapas adaptadas al desarrollo del turismo: 1) *Exploración*, la localidad es descubierta por personas que aprecian su belleza y cultura; 2) *Inclusión*, suele aparecer un flujo de turistas pequeño, por lo que alientan a las empresas locales a comenzar a brindar servicios

turísticos; 3) *Ampliación*, período de crecimiento dinámico, es decir, el flujo de turistas está aumentando rápidamente; 4) *Exacerbación*, el número de turistas sigue creciendo, por lo que se utilizan herramientas de marketing para prolongar la temporada turística con el fin de atraer más turistas; 5) *Renovación*, en esta fase del modelo cíclico, el número de turistas puede aumentar o disminuir rápidamente; 6) *Estancamiento*, el número de turistas entrantes se está estabilizando, esto resulta en problemas económicos, sociales, políticos o ambientales; 7) *La recesión*, si el sitio no responde a los problemas mencionados, el número de turistas comienza a disminuir drásticamente, ya que prefieren lugares que son más atractivos.

Según Mullo et al. (2019) definen al desarrollo del turismo principalmente al momento de conseguir un progreso de calidad en las partes turísticas en cuanto a su crecimiento. Asimismo, se refiere al crecimiento y mantenimiento de la industria del turismo en una localidad determinada (Prakasa et al.,2019).

También, Giampiccoli & Saayman (2018) habla que el desarrollo del turismo no es solo movimiento de personas con una serie de propósitos, sino la aglomeración general de actividades, servicios y sectores involucrados que conforman la experiencia turística única. Por último, es la única acción económica que implica a muchas otras partes, niveles de la sociedad, siendo a su vez la protección del medio ambiente parte fundamental de su propio desarrollo, ya que sin una correcta calidad ambiental el turismo actual y su desarrollo futuro pueden verse afectados (Drakulić et al.,2018).

Según Adu (2018), El desarrollo del turismo tiene principio que puede abastecer necesidades económicas y sociales mientras que mantiene íntegra la cultura y los procesos ecológicos del cual se puede usar los siguientes principios: La planificación del turismo y su desarrollo debe formar parte de las estrategias del desarrollo sostenible de una nación, también las agencias, grupos y personas deben respetar principios éticos que tiene que ver con la cultura y medio ambiente en el sector; por otra parte, (Nowacki et al.,2018), menciona otros principios de: que el turismo debe ser planeado de una forma sostenible, siempre tomando en cuenta la protección del medio ambiente; el turismo debe distribuir los beneficios justamente entre las promociones del turismo y la población local. Por último, priorizar un desarrollo duradero, el cual se refiere a la realización de un análisis frecuente y un control de calidad sobre los efectos del turismo, además los planes del desarrollo del turismo deben acceder a que los pobladores de la localidad se beneficien o que puedan responder al cambio que suceda en la situación inicial (Yubero & García, 2019).

Para la evaluación de la variable se tomará en cuenta las dimensiones e indicadores establecidos por quien precisa Castillo y Sánchez (2017), que el desarrollo del turismo busca el crecimiento económico, sociocultural y medioambiental de un determinado lugar.

Respecto al desarrollo económico, se miden indicadores relacionados con las inversiones en infraestructura, la oportunidad de empleo, los ingresos económicos de la población, la mejora de la recaudación de impuestos, el desarrollo de la actividad turística, la mayor inversión

pública y la recuperación de la actividad artesanal (Nesticò & Maselli, 2020). Asimismo, el desarrollo socio-cultural, mide indicadores relacionados con la calidad de vida de la población, el desarrollo de la actividad de ocio y recreación, la mejora de las relaciones interculturales, la mejora de la identidad cultural, por otro lado, mide la calidad de los servicios turísticos, la mejora de la seguridad turística y la mejora de la conservación de los recursos naturales (Serrano & Cazares, 2019) .Por último, el desarrollo medio ambiental, mide indicadores relacionados con la mejora de la protección medioambiental, la mejora de la protección de la infraestructura turística, mejora de las vías de acceso, así como la restauración y mantenimiento de edificaciones históricas (Nesticò & Maselli, 2020).

### **1.3. Definición de términos básicos**

**Plataformas digitales.** Es un medio de solución online que facilita ejecutar diversas tareas en un mismo lugar a través de internet (Feld, 2019).

**Desarrollo del turismo.** Es promocionar el potencial del turismo, y aumentar los ingresos de una población, a la vez generar más empleo en las personas (Larrota, 2019).

**Turistas.** Es aquella persona que se traslada de su territorio de origen o del lugar donde vive a un punto diferente al suyo con la finalidad de conocer distintos lugares (Moro, 2019).

**Turismo ambiental.** Es preservar el medio ambiente como un recurso al turismo, ya que es la primera impresión que llevan los visitantes (Lopez, 2020)

**Aplicativo móvil.** Es un tipo de aplicación el cual está diseñado para ejecutarse en un dispositivo móvil, debido que el dispositivo cuenta con el hardware (Gawer, 2021).



## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.1 Formulación de la hipótesis**

#### **Hipótesis general**

**Hi:** El impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos 2022, es positivo.

#### **Hipótesis específicas**

**Hi<sub>1</sub>:** La implantación de las plataformas digitales es eficiente en el sector turismo de la ciudad de Iquitos, 2022.

**Hi<sub>2</sub>:** El desarrollo del turismo es alto en la ciudad de Iquitos, 2022.

### **2.2 Variables y su operacionalización**

#### **Variables**

**Variable 1:** Plataformas digitales

**Variable 2:** Desarrollo del turismo

## Operacionalización de variables

Variable	Definición	Tipo por su naturaleza	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías	Valores de las categorías	Medio de verificación						
Plataformas digitales	Espacio digital que brinda facilidades para que los usuarios colaboren, interactúen o realicen transacciones digitales en el mercado digital (Hein <i>et al.</i> , 2020).	Cualitativa	Experiencia	Comodidad de las plataformas	Ordinal	Totalmente en desacuerdo	1	Encuesta a los turistas que visitan la ciudad de Iquitos						
				Facilidades										
				Seguridad en la compra										
			Diseño	Visualmente atractivo					En desacuerdo	2				
				Selección de servicios										
				Apariencia profesional										
			Seguridad	Privacidad							Indeciso	3		
				Información personal										
				Comercialización de información										
			Información	Información de calidad									De acuerdo	4
				Información precisa										
				Diversificación de información										
			Comunicación	Dejar comentarios										
Acceso a la comunicación														
Apreciación de material audiovisual														

Variable	Definición	Tipo por su naturaleza	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías	Valores de las categorías	Medio de verificación		
Desarrollo del turismo	Crecimiento y mantenimiento de la industria del turismo en una localidad determinada, centrada en la aglomeración general de actividades, servicios y sectores involucrados que conforman la experiencia turística única (Prakasa et al., 2019; Giampiccoli & Saayman, 2018).	Cualitativa	Impacto económico	Inversión en infraestructura	Ordinal	Totalmente en desacuerdo	1	Encuesta a los turistas que visitan la ciudad de Iquitos		
				Oportunidades de empleo						
				Turismo como riqueza						
				Inversión pública						
				Promoción de la artesanía						
			Impacto sociocultural	Calidad de vida de la población					En desacuerdo	2
				Oferta de actividades turísticas					Indeciso	3
				Sentimiento de orgullo de la población					De acuerdo	4
				Servicio de calidad					Totalmente de acuerdo	5
				Seguridad pública						
			Impacto medioambiental	Protección de recursos						
				Protección medioambiental						
				Infraestructura sostenible						
				Mejoramiento vial						
			Restauración y mantenimiento							

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

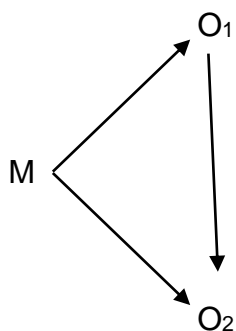
### 3.1. Tipo y diseño

La presente investigación fue de tipo aplicada, puesto que tomaron en cuenta aspectos teóricos y procedimiento de evaluación de la variable ya existente, por lo que, se tomaron en cuenta las teorías de autores en base a conocimientos ya existentes en libros, investigaciones, la web, y demás de lo que sirvieron para la realización de dimensiones e indicadores planteados (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, 2018).

Al mismo tiempo fue de nivel explicativa, ya que se analizó el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo y que efectos genera en lo turistas (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

El diseño de investigación fue no experimental, ya que la evaluación de las variables se realizó de forma independiente, debido a que fueron estudiadas en su estado natural siendo analizadas de acuerdo con las dimensiones (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Esquema del diseño:



Donde:

M: Muestra del estudio (turistas)

O<sub>1</sub>: Evaluación de plataformas digitales

O<sub>2</sub>: Evaluación de desarrollo del turismo

### 3.2. Diseño muestral

**Población:** La población estuvo conformada por 2000 turistas que acudieron en el mes de noviembre de este año según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

**Muestra:** Para poder extraer la muestra que fue objeto de estudio se aplicó la fórmula muestral de la siguiente manera:

Datos:

(Z) Nivel de confianza: 1.96 =95%

(p) Probabilidad: 50%= 0.5

(q) (1 - p) = 0.5

(d) Margen de error: 5% = 0.05

(N) Población: 2000

Fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 p q}{(N - 1)d^2 + Z^2 p q}$$
$$n = \frac{2000 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(2000 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{121975.602}{318.47}$$
$$n = 312$$

Por lo tanto, la muestra estuvo conformada por 312 turistas que visitan la ciudad de Iquitos, quienes fueron los principales informantes para nuestra investigación y para la evaluación de las variables.

**Muestreo:** El muestreo fue probabilístico de tipo aleatorio, debido a que todos los turistas a considerar en la muestra tienen la misma posibilidad de ser tomados en cuenta.

### 3.3. Procedimientos de recolección de datos

Para el **procedimiento** de recolección de datos se respetó el comportamiento ético, ya que se trabajó con personas, por ello se hizo uso de un documento aprobado informando a la muestra seleccionada el propósito del estudio y así generar el compromiso de los visitantes.

En el presente estudio se usó la **técnica** de la encuesta dirigida a los turistas visitantes a la ciudad de Iquitos la cual estuvo diseñada por una serie de ítems que fueron relacionadas con los indicadores de cada variable.

El **instrumento** que se empleó fue el cuestionario que estuvo establecida de forma organizada, la cual estuvo creada por los indicadores de cada variable. Por lo tanto, el cuestionario de plataformas digitales estuvo conformada por 15 ítems y el cuestionario de desarrollo del turismo estuvo conformada por 15 ítems, las mismas que responden a una escala de tipo Likert de 5 opciones de respuesta.

La **confiabilidad** se comprobó mediante SPSS, utilizando la técnica de la fiabilidad Alfa de Cronbach puesto que este método brindó la seguridad para utilizar el instrumento y que a su vez se determinó las

preguntas que más se asocian para la evaluación de las variables. En cuanto a la fiabilidad de los datos se identifica un Alfa de Cronbach de 0,909 para la variable plataformas digitales, para la variable desarrollo del turismo un Alfa de Cronbach de 0,928 siendo correctos para su proceso.

#### **3.4. Procesamiento y análisis de datos**

Para el procesamiento de información se empleó el programa Excel para tabular y procesar la información obtenida en las encuestas realizadas a los turistas, después se usó el programa SPSS para la confiabilidad de los datos recogidos y establecer la relación entre las variables de estudio.

#### **3.5. Aspectos éticos**

La presente investigación no pretende perjudicar a las personas encuestadas, por ello se respetó la privacidad y la identidad, al mismo tiempo se mostró compromiso y responsabilidad en el proceso. Asimismo, para demostrar la autenticidad de la información del presente estudio, se tomó el reglamento de citas de las normas APA 7ª edición, con la finalidad de que la información recolectada no pueda ser fraudulenta, pues lo que se busca es tener información evidente para poder tomar medidas necesarias para solucionar los problemas existentes.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### Conocer la implantación de las plataformas digitales en el sector turismo en la ciudad de Iquitos, 2022.

Tabla 1

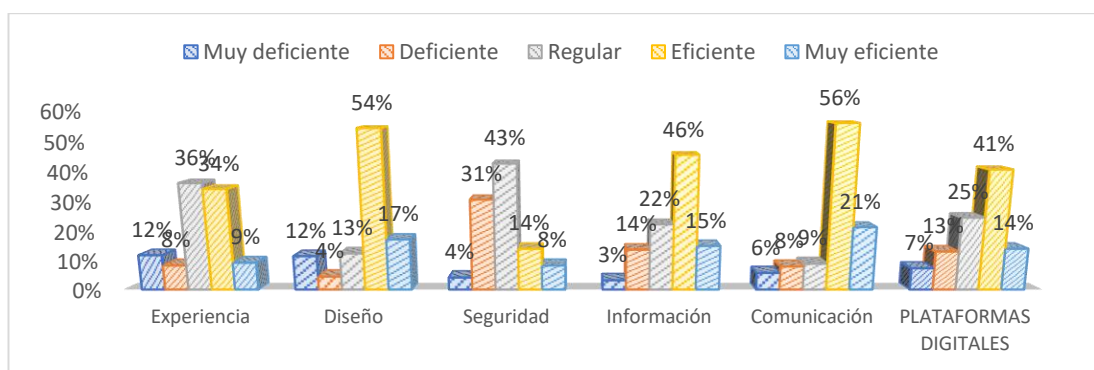
*Plataformas digitales*

	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Eficiente		Muy eficiente	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Experiencia	37	12%	26	8%	113	36%	107	34%	29	9%
Diseño	36	12%	14	4%	39	13%	169	54%	54	17%
Seguridad	13	4%	96	31%	133	43%	44	14%	26	8%
Información	10	3%	43	14%	70	22%	142	46%	47	15%
Comunicación	18	6%	25	8%	28	9%	174	56%	67	21%
<b>PLATAFORMAS DIGITALES</b>	<b>23</b>	<b>7%</b>	<b>41</b>	<b>13%</b>	<b>77</b>	<b>25%</b>	<b>127</b>	<b>41%</b>	<b>44</b>	<b>14%</b>

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 1

*Plataformas digitales*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 1

Tras los resultados verificados se observa que las plataformas digitales en la ciudad de Iquitos se vienen manejando de forma eficiente (41%), además, el 25% de los turistas menciona que es regular y un 14% expresa que es muy eficiente. Situación que se muestra en las siguientes tablas de dimensiones:



Tabla 2

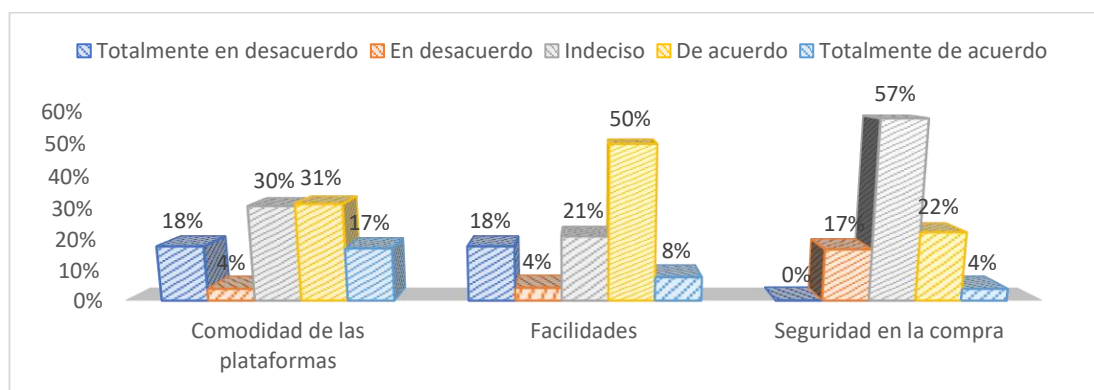
*Experiencia*

	Ted		Ed		I		Da		Tda	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Comodidad de las plataformas	55	18%	12	4%	95	30%	97	31%	53	17%
Facilidades	55	18%	13	4%	65	21%	155	50%	24	8%
Seguridad en la compra	0	0%	52	17%	179	57%	69	22%	12	4%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 2

*Experiencia*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 2

En la tabla y figura 2 se observa que, el 31% de los turistas están de acuerdo esto se debe a que las plataformas digitales casi siempre son muy cómodas para comprar y un 30% expresan estar indecisos; asimismo, el 50% de los encuestados expresan estar de acuerdo ya que las plataformas digitales casi siempre facilitan buenos productos o servicios y un 21% indica estar indeciso; también, el 57% de los turistas manifiestan estar indecisos debido a que las plataformas digitales raras veces ofrecen seguridad para realizar compras y un 22% revela estar de acuerdo.

Tabla 3

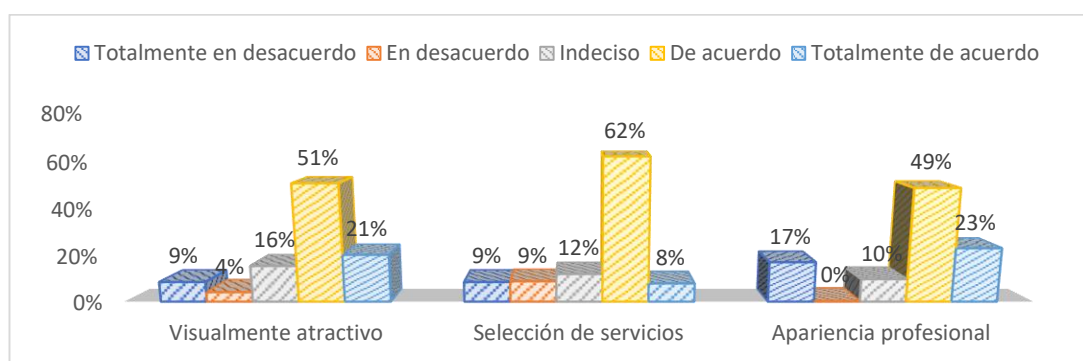
*Diseño*

	Ted		Ed		I		Da		Tda	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Visualmente atractivo	27	9%	13	4%	49	16%	159	51%	64	21%
Selección de servicios	27	9%	28	9%	38	12%	194	62%	25	8%
Apariencia profesional	54	17%	1	0%	31	10%	153	49%	73	23%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 3

*Diseño*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 3

Concerniente a la tabla 3 se evidencia que, el 51% de los encuestados considera estar de acuerdo esto se debe a que las plataformas digitales casi siempre son visualmente atractivas y el 21% indica estar totalmente de acuerdo; donde, el 62% de los turistas expresan estar de acuerdo debido a que las plataformas digitales casi siempre tienen una buena selección de servicios y un 12% revela indeciso; asimismo, el 49% de los encuestados argumenta estar de acuerdo ya que las plataformas digitales casi siempre tienen apariencia profesional y un 23% indica estar totalmente de acuerdo.

Tabla 4

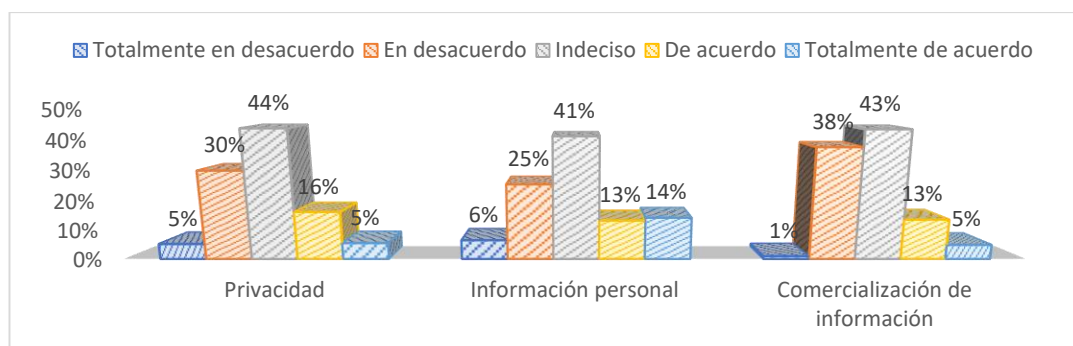
*Seguridad*

	Ted		Ed		I		Da		Tda	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Privacidad	16	5%	93	30%	136	44%	50	16%	17	5%
Información personal	20	6%	79	25%	128	41%	41	13%	44	14%
Comercialización de información	3	1%	117	38%	135	43%	42	13%	15	5%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 4

*Seguridad*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 4

Por su parte en la tabla y figura 4 se visualiza que, el 44% de los turistas manifiesta estar indeciso pues las plataformas digitales raras veces protegen la privacidad de los usuarios y un 30% revela estar en desacuerdo; además, el 41% de los encuestados refiere estar indeciso esto se debe que la plataformas digitales pocas veces ni utilizan información deliberadamente y un 25% señala en desacuerdo; por otro lado, el 43% de los turistas informa estar indeciso pues las plataformas digitales a veces no comercializan con información personal y el 38% enfatiza estar en desacuerdo.

Tabla 5

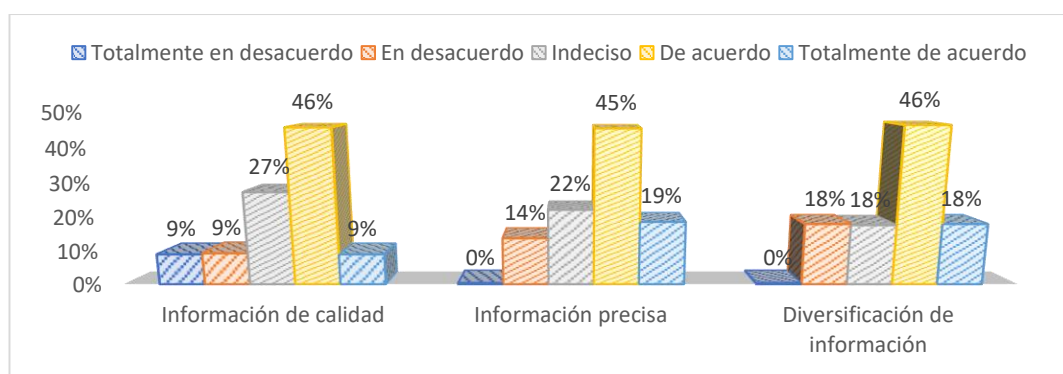
*Información*

	Ted		Ed		I		Da		Tda	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Información de calidad	28	9%	29	9%	85	27%	142	46%	28	9%
Información precisa	1	0%	43	14%	69	22%	141	45%	58	19%
Diversificación de información	1	0%	56	18%	55	18%	144	46%	56	18%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 5

*Información*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 5

En la tabla y figura 5 se observa que, el 46% de los turistas menciona estar de acuerdo esto se debe a que las plataformas digitales casi siempre proporcionan información de calidad de los servicios turísticos y un 27% señala estar indeciso; pues, el 45% de los encuestados argumenta estar de acuerdo ya que las plataformas digitales casi siempre proporcionan información precisa de los servicios turísticos y el 22% indica estar indeciso; de tal manera, el 46% de los turistas se muestra de acuerdo debido a que las plataformas digitales casi siempre tienen enlaces a otros sitios web de servicios turísticos con más información y un 18% expresa estar indeciso.

Tabla 6

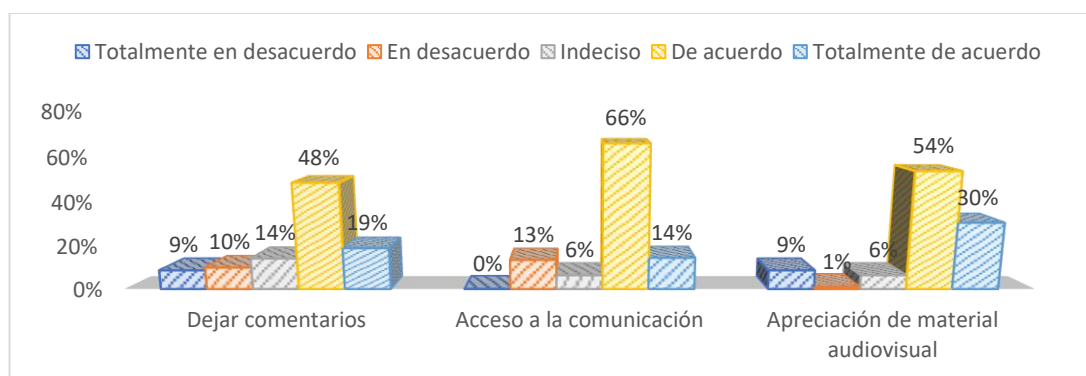
*Comunicación*

	Ted		Ed		I		Da		Tda	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Dejar comentarios	27	9%	31	10%	44	14%	151	48%	59	19%
Acceso a la comunicación	0	0%	42	13%	20	6%	205	66%	45	14%
Apreciación de material audiovisual	27	9%	3	1%	20	6%	167	54%	95	30%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 6

*Comunicación*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 6

Para terminar, en la dimensión comunicación se logra visualizar que, el 48% de los turistas argumenta estar de acuerdo pues los usuarios casi siempre pueden poner libremente un comentario en las plataformas digitales y un 19% dice estar totalmente de acuerdo; también, el 66% de los encuestados menciona estar de acuerdo esto se debe a que las plataformas digitales casi siempre disponen de herramientas virtuales para comunicarse y un 14% revela totalmente de acuerdo; por último, el 54% de los turistas alude estar de acuerdo ya que las plataformas digitales raras veces ofrecen material audiovisual de los servicios turísticos con posibilidad de comentarlos y el 30% indica estar totalmente de acuerdo.

## Conocer el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022.

Tabla 7

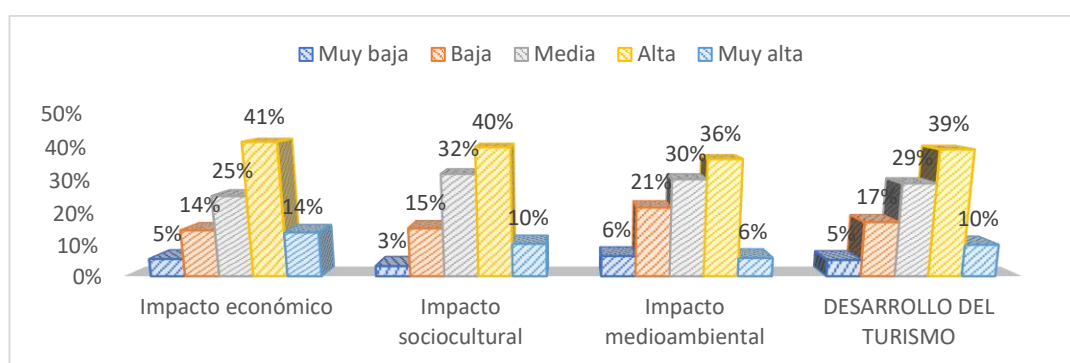
### Desarrollo del turismo

	Muy baja		Baja		Media		Alta		Muy alta	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Impacto económico	17	5%	45	14%	78	25%	129	41%	43	14%
Impacto sociocultural	10	3%	47	15%	99	32%	124	40%	32	10%
Impacto medioambiental	20	6%	67	21%	94	30%	113	36%	18	6%
<b>DESARROLLO DEL TURISMO</b>	<b>16</b>	<b>5%</b>	<b>53</b>	<b>17%</b>	<b>90</b>	<b>29%</b>	<b>122</b>	<b>39%</b>	<b>31</b>	<b>10%</b>

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 7

### Desarrollo del turismo



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 7

Tras la evaluación de los resultados de la variable 2, se logra evidenciar que el 39% de los turistas encuestados indican que el desarrollo del turismo es alto (39%), el 29% indica que es media, y el 17% señala como baja. A continuación, la interpretación de las dimensiones correspondientes a esta variable:

Tabla 8

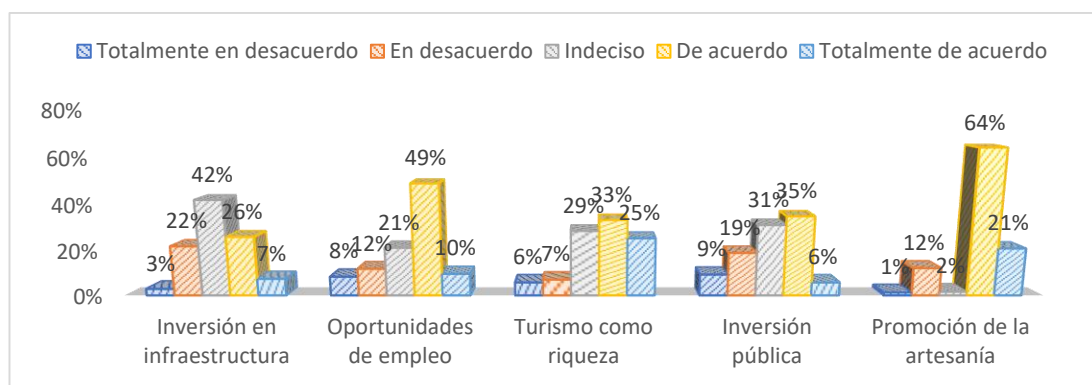
*Impacto económico*

	Ted		Ed		I		Da		Tda	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Inversión en infraestructura	9	3%	68	22%	131	42%	81	26%	23	7%
Oportunidades de empleo	26	8%	37	12%	66	21%	153	49%	30	10%
Turismo como riqueza	18	6%	22	7%	89	29%	104	33%	79	25%
Inversión pública	29	9%	59	19%	97	31%	109	35%	18	6%
Promoción de la artesanía	4	1%	38	12%	5	2%	200	64%	65	21%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 8

*Impacto económico*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 8

Como se observa en la tabla y figura 8, el 42% de los turistas encuestados manifiestan que se encuentran indeciso debido a que pocas veces se observa la mejora de las inversiones en infraestructura, y el 25% se muestra de acuerdo. Sin embargo, el 49% de los encuestados se encuentran de acuerdo pues casi siempre se evidencia el incremento de las oportunidades de empleo, y el 21% se muestra indeciso. De la misma forma, el 33% se muestra de acuerdo pues casi siempre el turismo es una de las principales fuentes de riqueza de la ciudad de Iquitos, y el 29% indeciso. Por su parte, el 35% de los turistas que fueron encuestados revelan estar de acuerdo pues casi siempre observan la inversión del capital público para el fomento del turismo en Iquitos,

y el 31% se muestra indeciso. Además, el 64% de los turistas dicen estar de acuerdo pues casi siempre se evidencia la promoción de la artesanía tradicional como parte del turismo, y el 21% totalmente de acuerdo.

Tabla 9

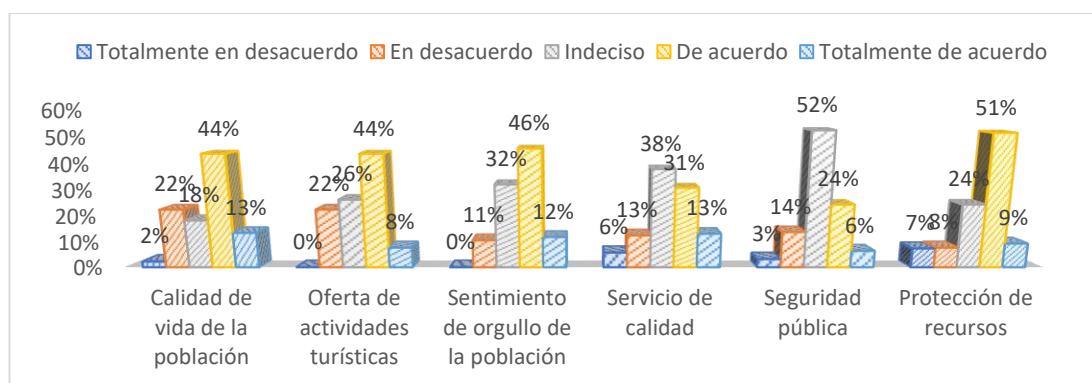
*Impacto sociocultural*

	Ted		Ed		I		Da		Tda	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Calidad de vida de la población	7	2%	70	22%	57	18%	136	44%	42	13%
Oferta de actividades turísticas	0	0%	70	22%	82	26%	136	44%	24	8%
Sentimiento de orgullo de la población	0	0%	33	11%	100	32%	142	46%	37	12%
Servicio de calidad	18	6%	39	13%	118	38%	96	31%	41	13%
Seguridad pública	10	3%	43	14%	163	52%	76	24%	20	6%
Protección de recursos	23	7%	24	8%	76	24%	160	51%	29	9%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 9

*Impacto sociocultural*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 9

Respecto a la dimensión impacto sociocultural, se logra identificar que el 44% de los encuestados están de acuerdo pues casi siempre se evidencia la mejora de calidad de vida de la población a partir del turismo, y el 22% se encuentra en desacuerdo. Lo mismo con el 44% de los turistas se hallan de acuerdo, casi siempre evidencian mayor oferta de actividades de ocio y



recreación, y el 26% indeciso. Por su parte, el 46% se muestra en acuerdo que la población casi siempre demuestra estar orgullosa de pertenecer a la ciudad de Iquitos, y el 32% indeciso. Sin embargo, el 38% de los turistas encuestados indican estar indeciso ya que a veces el servicio en restaurantes, tiendas y hoteles es de calidad, y el 31% de acuerdo. Igualmente, el 52% se encuentra indeciso debido a que raras veces se evidencia la protección policial y contra incendios en la ciudad de Iquitos, y el 24% de acuerdo. Pero el 51% está de acuerdo pues casi siempre se evidencia la protección de edificios, monumentos y áreas naturales, y el 24% indeciso.

Tabla 10

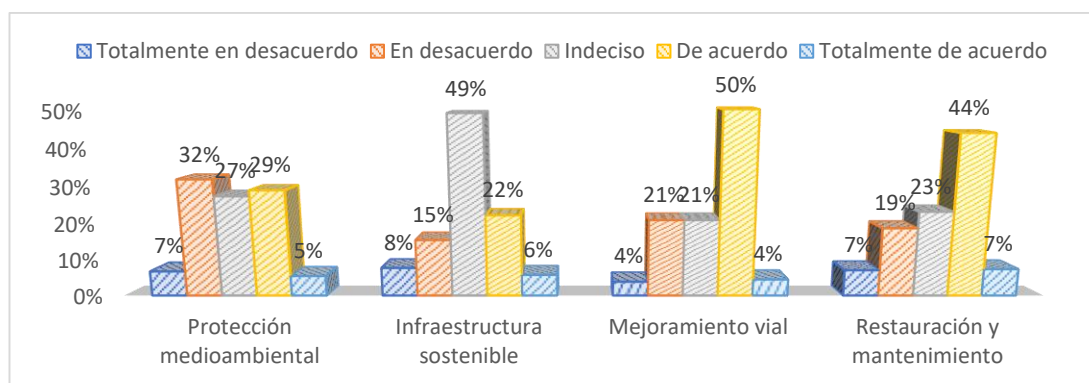
*Impacto medioambiental*

	Ted		Ed		I		Da		Tda	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Protección medioambiental	21	7%	99	32%	85	27%	90	29%	17	5%
Infraestructura sostenible	24	8%	48	15%	153	49%	69	22%	18	6%
Mejoramiento vial	12	4%	65	21%	65	21%	156	50%	14	4%
Restauración y mantenimiento	22	7%	58	19%	72	23%	137	44%	23	7%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas

Figura 10

*Impacto medioambiental*



Fuente: resultados porcentuales de la tabla 10

Para finalizar, en la tabla 10 se identifica que, el 32% de los turistas encuestados se muestran en desacuerdo pues casi nunca se evidencia la protección del medioambiente en la ciudad de Iquitos, y el 29% de acuerdo. Por su parte, el 49% de los turistas se hallan indecisos debido a que raras veces evidencian los principios de sostenibilidad en la infraestructura, y el 22% de acuerdo. Sin embargo, el 50% de los encuestados están de acuerdo porque casi siempre se evidencia la mejora de las carreteras de acceso a los sitios turísticos de la ciudad, y el 21% indeciso. Por último, el 44% de los turistas encuestados se muestran de acuerdo pues casi siempre se observa la restauración y mantenimiento de edificios históricos, monumentos y áreas naturales, y el 23% indeciso.

**Impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022.**

Tabla 11

*Impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo*

Modelo	Resumen		ANOVA	Coeficientes		
	R	R cuadrado	Sig.	(Constante)	Plataformas digitales	Sig.
1	0,916	0,838	0,000	3,218	0,914	0,000

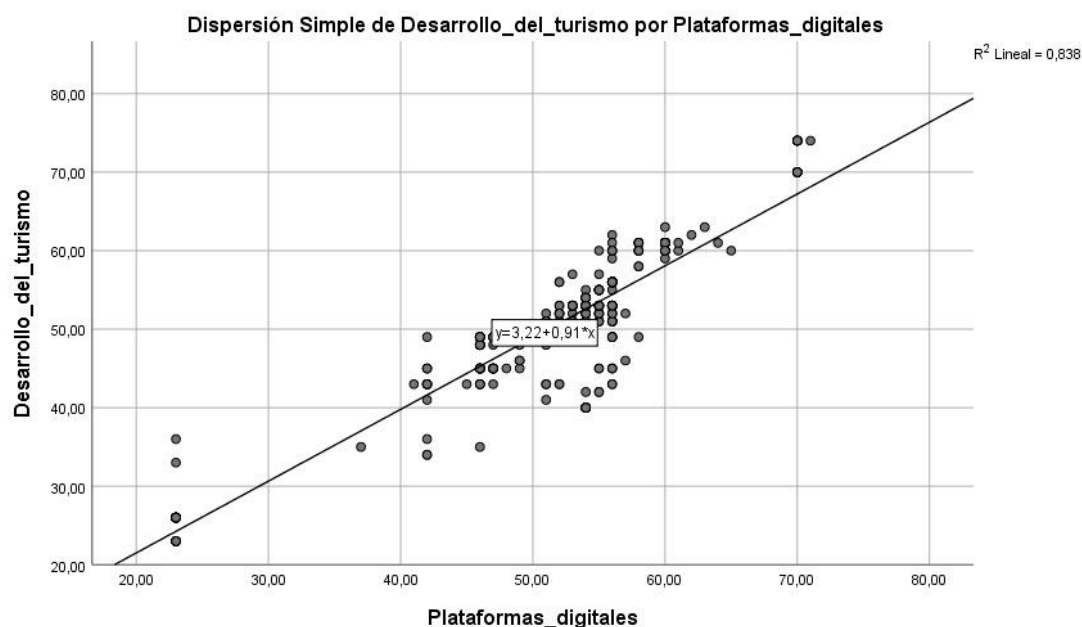
Fuente: procesamiento de datos SPSS

Variable dependiente: Desarrollo del turismo

Predictores: (Constante), Plataformas digitales

Figura 11

*Impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo*



Fuente: procesamiento de datos SPSS

De acuerdo a la prueba de regresión lineal, en la tabla y figura 11 se evidencia el valor de la correlación R de 0,916 lo que equivale una relación positiva considerable, además, un R cuadrado de 0,838 lo cual explica el comportamiento del desarrollo del turismo. Respecto al ANOVA se evidencia una significancia de 0,000 que, al ser menor a 0,05 se establece que si es posible construir un modelo de regresión lineal con las variables según la relación analizada. Por lo tanto, se identifica una constante de 3,218 y el coeficiente de 0,914 que al mantener una significancia de 0,000 se determina que cuanto mejor sea la implementación de las plataformas digitales, mejor será el desarrollo del turismo; optando generalmente por aceptar la hipótesis de investigación, el cual establece que, el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos 2022, es positivo.

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

Las plataformas digitales son importantes porque permite unificar y optimizar las operaciones de una organización, entidad, asimismo brinda soluciones innovadoras para generar un impacto positivo. Ante ello Gawer (2021) las plataformas digitales es cualquier herramienta electrónica para la comunicación que incluye software de escritorio, móvil, social y de correo electrónico que cubre sitios web y redes sociales.

Después de haber analizado los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas a los turistas en la ciudad de Iquitos se logró determinar que las plataformas digitales se vienen manejando de forma eficiente (41%) pues las plataformas digitales casi siempre facilitan buenos productos o servicios, también raras veces ofrecen seguridad para realizar compras, casi siempre son visualmente atractivas y que casi siempre tienen una buena selección de servicios; las plataformas digitales raras veces protegen la privacidad de los usuarios, como también, pocas veces ni utilizan información deliberadamente, también, casi siempre proporcionan información de calidad de los servicios turísticos, pues casi siempre tienen enlaces a otros sitios web de servicios turísticos con más información y raras veces ofrecen material audiovisual de los servicios turísticos con posibilidad de comentarlos. Estos hallazgos tienen similitud con el estudio de Arrunategui (2019) pues la implementación de aplicaciones y plataformas digital resulta positiva, ya que permite que los turistas pueden conocer mayores sitios turísticos y así promover el turismo de la región de Tumbes.

Los resultados de la investigación correspondientes a la segunda variable, se identifica que los turistas encuestados en la ciudad de Iquitos vienen ejecutando de forma alta el desarrollo del turismo, ya que los turistas casi siempre se evidencian la promoción de la artesanía tradicional como parte del turismo, pero raras veces se evidencia la protección policial y contra incendios en la ciudad de Iquitos, sin embargo, casi siempre se evidencia la mejora de las carreteras de acceso a los sitios turísticos de la ciudad. Tras la obtención de estos resultados son similares al estudio de Larrota (2019) quien manifiesta que el turismo de naturaleza está tomando fuerza a nivel regional y los turistas cada vez son más conscientes de realizar un turismo ambientalmente responsable, respetando las indicaciones que se les dan al ingresar a un atractivo natural. Por su parte, Arrunategui (2019) menciona que para aumentar el desarrollo del turismo los turistas pueden conocer más lugares turísticos y negocios en dicha región con la finalidad de promover el turismo.

En cuanto al objetivo general, se determinó que la implementación de las plataformas digitales en las empresas turísticas de la ciudad de Iquitos predice el comportamiento del desarrollo del turismo, pues el 83,8% de este cambio sobre otras variables que no se midieron, por lo tanto, se identifica que el impacto de los predictores es significativo al nivel 0,000. Este resultado discrepa del estudio de Salazar et al. (2020) quienes indican que las plataformas digitales tienen un impacto en el desarrollo del turismo de las PYMES hoteleras de Manabí, alcanzando una significancia de 0.000, siendo menor al nivel de 0,01.

## **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES**

Después de haber valorado los resultados de la variable plataformas digitales en la ciudad de Iquitos se viene manejando de forma eficiente (41%) pues las plataformas digitales casi siempre facilitan buenos productos o servicios, también raras veces ofrecen seguridad para realizar compras; además, las plataformas digitales raras veces protegen la privacidad de los usuarios, como también, pocas veces ni utilizan información deliberadamente; los usuarios casi siempre pueden poner libremente un comentario en las plataformas digitales y las plataformas digitales raras veces ofrecen material audiovisual de los servicios turísticos con posibilidad de comentarlos.

De la misma forma, se determinó que el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022, se viene ejecutando de forma alta (39%), esto se debe a que los turistas casi siempre se evidencian la promoción de la artesanía tradicional como parte del turismo, pero raras veces se evidencia la protección policial y contra incendios en la ciudad de Iquitos, sin embargo, casi siempre se evidencia la mejora de las carreteras de acceso a los sitios turísticos de la ciudad.

Se determinó que la implementación de las plataformas digitales en las empresas turísticas de la ciudad de Iquitos predice el comportamiento del desarrollo del turismo, pues explica el 83,8% de este cambio sobre otras variables que no se midieron, por lo tanto, se identifica que el impacto de los predictores es significativo al nivel 0,000.

## **CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES**

Se recomienda a las empresas que brindan servicio turístico en la ciudad de Iquitos, actualizar constantemente sus plataformas digitales con la finalidad de ofrecer seguridad, buen servicio, promociones turísticas y novedades para incrementar el desarrollo del turismo, donde a la vez se beneficiará la ciudad de Iquitos porque genera empleo e ingresos económicos.

Se sugiere a las empresas que brindan servicios turísticos en la ciudad de Iquitos, mejorar el diseño de sus plataformas digitales para que ofrezcan diseños actuales y sea más atractivo para el turista y pueda hacer una buena selección de los servicios a fin de superar sus expectativas.

A las empresas que ofrecen servicios turísticos en la ciudad de Iquitos se les sugiere coordinar con las autoridades pertinentes para seguir mejorando las vías que conduce a los lugares turísticos, para que los visitantes tengan un mejor acceso y puedan llegar sin ningún inconveniente brindándoles así una calidad de atención y seguridad.

## CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Adu, E. (2018). Tourism and national economic development planning in Ghana, 1964–2014. *Sheffield Hallam University Research Archive*, 40(1), 75-95. <https://doi.org/10.3828/idpr.2018.2>
- Aguirre, L. M., y Corredor, A. (2018). *Estudio sobre la incidencia de las plataformas tecnológicas turísticas en la adquisición de un producto turístico en jóvenes de la Universitaria Agustiniiana*. Tesis, Bogota. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/881/AguirreEchavarria-LuisaMaria-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arrunategui, V. E. (2019). *Implementación De Una Aplicación Móvil Utilizando Realidad Aumentada Para El Desarrollo Del Turismo En La Región De Tumbes – 2018*. Tesis, Universidad Católica los Angeles Chimbote . [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15017/APLICACIONES%20MOVILES\\_REALIDAD%20AUMENTADA\\_ARRUNATEGUI\\_SALAZAR\\_VICTOR\\_EDMUNDO\\_%20FRANCISCO\\_SANTIAGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15017/APLICACIONES%20MOVILES_REALIDAD%20AUMENTADA_ARRUNATEGUI_SALAZAR_VICTOR_EDMUNDO_%20FRANCISCO_SANTIAGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Asadullah, A., Faik, I., & Kankanhalli, A. (2019). Digital Platforms: A Review and Future Directions. *Literature Review on Digital Platform*, 1(1), 1-15. [file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/DigitalPlatforms\\_AReviewandFutureDirections.pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/DigitalPlatforms_AReviewandFutureDirections.pdf)
- Castillo, A. M., y Sánchez, S. M. (2017). Desarrollo turístico en cabo verde en base al turismo comunitario. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 644–661. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752116008.pdf>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los Investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - Reglamento RENACYT*. Lima, Perú: CONCYTEC. [https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)
- Drakulić, N., Kovačević, L., Stankov, U., Dragičević, V., & Miletić, A. (2018). Applying destination competitiveness model to strategic tourism



- development of small destinations: The case of South Banat district. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 114-124. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.01.002>
- Feld, H. (2019). The Case for the Digital Platform Act: Market Structure and Regulation of Digital Platforms. *Instituto Roosevelt*, 1(1), 2-216. [https://www.publicknowledge.org/assets/uploads/documents/Case\\_for\\_the\\_Digital\\_Platform\\_Act\\_Harold\\_Feld\\_2019.pdf](https://www.publicknowledge.org/assets/uploads/documents/Case_for_the_Digital_Platform_Act_Harold_Feld_2019.pdf)
- Fernández, J., y Pardo, C. (2020). Las plataformas digitales en el desarrollo del enoturismo en Castilla y León: páginas web y redes sociales. *Revista de Cuadernos de Turismo*, 46, 47-69 . <https://doi.org/10.6018/turismo.451491>
- Gawer, A. (2021). Digital plataformas' límites: La interacción de alcance firme, plataforma lados y digital interfaces. *El Servier*, 54(5), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2020.102045>
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1-27. [https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article\\_16\\_vol\\_7\\_4\\_\\_2018.pdf](https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_16_vol_7_4__2018.pdf)
- Hein, A., Schreieck, M., Riasanow, T., Soto, D., Wiesche, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2020). Digital platform ecosystems. *Springer*, 30(1), 87-98. <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00377-4>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. ISBN: 978-1-4562-2396-0.
- Larrota, K. D. (2019). *Propuesta de desarrollo de turismo de naturaleza a partir de siete atractivo*. Tesis, Universitaria Agustiniiana. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1036/LarrotaOrozco-KarenDayana-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=1>
- López, A. L., & López, S. A. (2018). Impacto De Las Tic En El Turismo: Caso Colombiano. *Cuadernos de Turismo*, 399-418. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.41.327081>
- Lopez, J. E. (2020). Digital Platforms and the Demand for International Tourism Services. *World Bank Policy Research Working Paper*(9147),

152-155.

[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3537945](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3537945)

- Moro, R. (2019). Corporate governance, digital platforms and network theory: information and risk-return sharing of connected stakeholders. *Digital Platforms Network Theory*, 1(1), 1-16. [file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/CorporateGovernanceDigitalPlatformsandNetworkTheory%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/CorporateGovernanceDigitalPlatformsandNetworkTheory%20(1).pdf)
- Mullo, E. d., Vera, V. M., y Guillén, S. R. (2019). El Desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: Reflexiones Necesarias. *Universidad Sociedad*, 11(2), 178-183. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1175/1224>
- Mullo, E., Vera, V., y Guillén, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1175/1224>
- Nesticò, A., & Maselli, G. (2020). Sustainability indicators for the economic evaluation of tourism investments on islands. *Journal of Cleaner Production*, 248. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119217>
- Nowacki, M., Kowalczyk, A. J., Królikowska, K., & Pstrocka, R. M. (2018). Strategic planning for sustainable tourism development in Poland. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 25. <https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1432513>
- Prakasa, Y., Radyan, D. O., & Angga, F. A. (2019). Urban Tourism Based On Social Capital Development Model. *Economics & Business*, 1(19), 37-42. <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2019-01>
- Pupiales, J. N. (2018). Los Sistemas Digitales Y El Turismo En El Paisaje Cultural Cafetero, Departamento Del Quindío, Colombia. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(3), 265-272. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6773949>
- Reuver, a., Sorensen, C., & Basole, R. (2018). The digital platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*, 33(1), 124-133. <chrome-extension://dagcmkpagjlhakfdhnbomgmjdpkdklff/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fjournals.sagepub.com%2Fdoi%2Fpdf%2F10.1057%2Fs41265-016-0033-3>

- Rodríguez, M. J. (2019). El impacto y los efectos la economía colaborativa y de plataformas en el empleo del sector turístico. *Revista internacional de derecho del turismo ridetur*, 3(1), 3-15. <https://doi.org/10.21071/ridetur.v3i.12132>
- Salazar, G. G., Palma, A. M., & Fortty, D. A. (2020). Plataformas De Economía Colaborativa Y Su Impacto En El Desarrollo Turístico De Las Pymes Hoteleras De Manabí – Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1(1), 1-23. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/11/pymes-manabi.html>
- Sarmiento, J. R. (2017). La experiencia de la calidad de servicio online como antecedente de la satisfacción online: estudio empírico en los sitios web de viajes. *Revista Investigaciones Turísticas*(13), 30-53. <http://dx.doi.org/10.14198/INTUR12017.13.02>
- Serrano, A., y Cazares, I. (2019). La sostenibilidad factor determinante para el turismo en Colombia. *Revista Espacios*, 40(13), 2-15. <http://ww.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p12.pdf>
- Sevilla, O. K. (2021). El impacto del comercio electrónico en el turismo de Latinoamérica. *Revista de desarrollo social y pandemia - COVID 19*, 2(1), 523-540. <https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.93>
- Torres, J. C., & Martínez, A. J. (2018). Etapas del ciclo de vida de los destinos turísticos en México. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1(1), 1-9. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/07/destinos-turisticos-mexico.html>
- Widjaja, T. (2019). *Digital platform design: a conceptualization and empirical study*. Master Thesis, Universitat Passau, Alemania. [https://www.researchgate.net/profile/Tobias-Mini/publication/331789035\\_Digital\\_Platform\\_Design\\_A\\_Conceptualization\\_and\\_Empirical\\_Study/links/5ca0851192851cf0aea315c6/Digital-Platform-Design-A-Conceptualization-and-Empirical-Study.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Tobias-Mini/publication/331789035_Digital_Platform_Design_A_Conceptualization_and_Empirical_Study/links/5ca0851192851cf0aea315c6/Digital-Platform-Design-A-Conceptualization-and-Empirical-Study.pdf)
- Yubero, C., & García, M. (2019). El turismo en el medio rural en España desde el enfoque de la transferencia de políticas públicas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*(81), 1-34. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6985810>

# **ANEXOS**

## 1. Matriz de consistencia

Título de la investigación	Problema de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección
Impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos 2022	<b>Problema general</b> ¿Cuál es el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022?	<b>Objetivo general</b> Determinar el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022.	<b>Hipótesis general</b> <b>Hi:</b> El impacto de las plataformas digitales en el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos 2022, es positivo.	<b>Tipo de estudio:</b> Aplicada  De enfoque explicativa	<b>Población:</b> Estuvo conformada por 2000 visitantes en el mes de noviembre.	<b>Instrumento:</b>  El cuestionario
	<b>Problemas específicas</b> ¿Cómo es la implantación de las plataformas digitales en el sector turismo de la ciudad de Iquitos, 2021?	<b>Objetivos específicos</b> Conocer la implantación de las plataformas digitales en el sector turismo de la ciudad de Iquitos, 2022.	<b>Hipótesis específicas</b> <b>Hi<sub>1</sub>:</b> La implantación de las plataformas digitales es óptima en el sector turismo de la ciudad de Iquitos, 2022.	<b>Diseño de estudio:</b> No experimental	<b>Muestra:</b> Estuvo conformada por 312 turistas	
	¿Cómo es el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2021?	Conocer el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, 2022.	<b>Hi<sub>2</sub>:</b> El desarrollo del turismo es alta en la ciudad de Iquitos, 2022.		<b>Procesamiento de datos:</b> Excel y SPSS	

## 2. Instrumento de recolección de datos

### ENCUESTA A LOS TURISTAS

Con el propósito de conocer su percepción sobre la implantación de las plataformas digitales en el sector turismo de la ciudad de Iquitos, se le pide leer cada uno de los ítems y dar una respuesta sincera, teniendo en cuenta las siguientes opciones de respuesta.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nº	Experiencia	1	2	3	4	5
1	Las plataformas digitales son muy cómodas para comprar					
2	Las plataformas digitales facilitan buenos producto o servicios.					
3	Las plataformas digitales ofrecen seguridad para realizar compras.					
Nº	Diseño	1	2	3	4	5
4	Las plataformas digitales son visualmente atractivas					
5	Las plataformas digitales tienen una buena selección de servicios.					
6	Las plataformas digitales tienen una apariencia profesional					
Nº	Seguridad	1	2	3	4	5
7	Las plataformas digitales protegen la privacidad de los usuarios					
8	Las plataformas digitales no utilizan mi información deliberadamente					
9	Las plataformas digitales no comercializan con información personal					
Nº	Información	1	2	3	4	5
10	Las plataformas digitales proporcionan información de calidad de los servicios turísticos.					
11	Las plataformas digitales proporcionan información precisa de los servicios turísticos.					
12	Las plataformas digitales tienen enlaces a otros sitios web de servicios turísticos con más información.					
Nº	Comunicación	1	2	3	4	5
13	Los usuarios pueden poner libremente un comentario en las plataformas digitales					
14	Las plataformas digitales disponen de herramientas virtuales para comunicarse					
15	Las plataformas digitales ofrecen material audiovisual de los servicios turísticos con posibilidad de comentarlos.					

## ENCUESTA A LOS TURISTAS

Con el propósito de conocer su percepción sobre el desarrollo del turismo en la ciudad de Iquitos, se le pide leer cada uno de los ítems y dar una respuesta sincera, teniendo en cuenta las siguientes opciones de respuesta.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nº	Impacto económico	1	2	3	4	5
1	Se observa la mejora de las inversiones en infraestructura.					
2	Se evidencia el incremento de las oportunidades de empleo					
3	Considera que el turismo es una de las principales fuentes de riqueza de la ciudad de Iquitos					
4	Se observa la inversión del capital público para el fomento del turismo en Iquitos					
5	Se evidencia la promoción de la artesanía tradicional como parte del turismo.					
Nº	Impacto sociocultural	1	2	3	4	5
6	Se evidencia la mejora de calidad de vida de la población a partir del turismo.					
7	Se evidencia mayor oferta de actividades de ocio y recreación					
8	La población demuestra estar orgullosa de pertenecer a la ciudad de Iquitos.					
9	Considera que el servicio en restaurantes, tiendas y hoteles es de calidad.					
10	Se evidencia la protección policial y contra incendios en la ciudad de Iquitos.					
11	Se evidencia la protección de edificios, monumentos y áreas naturales.					
Nº	Impacto medioambiental	1	2	3	4	5
12	Se evidencia la protección del medioambiente en la ciudad de Iquitos.					
13	Se evidencia los principios de sostenibilidad en la infraestructura.					
14	Se evidencia la mejora de las carreteras de acceso a los sitios turísticos de la ciudad.					
15	Se observa la restauración y mantenimiento de edificios históricos, monumentos y áreas naturales.					

### 3. Estadística complementaria

#### Fiabilidad

##### Escala 1. Plataformas digitales

*Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	312	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	312	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	15

##### Escala 2. Desarrollo del turismo

*Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	312	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	312	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,928	15



#### 4. Consentimiento informado

Por la presente declaro que he leído cuestionario de la investigación titulada:

.....  
.....  
....., del Sr. .... tiene  
como objetivo medir .....

He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación como participante.

**Nombre del participante:**

.....

Su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted. Es así como todos los datos que se recojan serán estrictamente **anónimos y de carácter privados**. Asimismo, los datos entregados serán absolutamente **confidenciales** y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de **custodio de los datos**, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Desde ya le agradecemos su participación.

.....

NOMBRE

Investigador Responsable