



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Formación de la cultura turística en los pobladores del
distrito de Barranco –Lima 2018.**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTOR:

Br. Carmen Zita García Herrera

ASESOR:

Dr. Edwin Alberto Martínez López

SECCION:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modernización del Estado

PERÚ – 2018



DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): GARCIA HERRERA, CARMEN ZITA

Para obtener el Grado Académico de Maestra en Gestión Pública, ha sustentado la tesis titulada:

FORMACIÓN DE LA CULTURA TURÍSTICA EN LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE BARRANCO - LIMA 2018

Fecha: 17 de agosto de 2018

Hora: 4:45 p.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dr. Arturo Eduardo Melgar Begazo

Firma: [Signature]

SECRETARIO: Dr. Antonio Antonio Lip Licham

Firma: [Signature]

VOCAL: Dr. Edwin Alberto Martinez Lopez

Firma: [Signature]

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

Aprobado por unanimidad.

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis:

[Empty lines for observations]

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

- Revisar redacción y APA.
- Mejorar recomendaciones de contenido y preguntas.

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de seis meses, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador.

Dedicatoria

A mis abuelos Carmen y Julián por brindarme su afecto, por sus enseñanzas, a mi tía Marianella por su apoyo constante y por creer en mí, a mi hija por ser el motor de mi vida que me impulsa día a día para salir adelante y ser mejor.

Agradecimiento

Al Dr. Edwin Alberto Martínez López, por su valioso apoyo y tolerancia como asesor y a todas las personas que fueron participes en la ejecución de la investigación.

Declaración de Autoría

Yo, **Carmen Zita García Herrera**, estudiante de la Escuela de Posgrado, Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; declaro el trabajo académico titulado “Formación de la Cultura Turística en los pobladores del Distrito de Barranco –Lima 2018.” presentada, en 114 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional. Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 18 de agosto del 2018

Firma
Carmen Zita García Herrera
DNI: 43757858

Presentación

Señores miembros del jurado,

Presento a ustedes mi tesis titulada “Formación de la Cultura Turística en los pobladores del Distrito de Barranco-Lima 2018.”, cuyo objetivo fue: determinar el nivel de desarrollo que existe en la formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco- Lima 2018, en cumplimiento del Reglamento de grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Grado Académico de Maestra.

En el presente trabajo, se estudia la Formación de la cultura turística en la población del distrito de Barranco. El estudio comprende los siguientes capítulos: el capítulo I se refiere a la introducción; el capítulo II se refiere al método; el capítulo III se refiere al resultado, el capítulo IV se refiere a la discusión; el capítulo V a las conclusiones; el capítulo VI a las recomendaciones. Por último, el capítulo VII menciona las referencias bibliográficas y los anexos respectivos.

Los resultados obtenidos en la presente investigación indica que el nivel de formación en cultura turística de los pobladores del distrito de Barranco es de nivel regular, por lo tanto las autoridades pertinentes en este caso la Municipalidad distrital de Barranco deberá trabajar en este aspecto, ya que el distrito es una zona turística y debe contar con la población que haga frente a este tema y se pueda lograr los objetivos que es desarrollar el nivel de formación de la cultura turística en la población Barranquina.

Señores miembros del jurado esperamos que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Los Olivos, 18 de Agosto del 2018

Br. Carmen Zita García Herrera

Índice

Dictámen de la sustentación de tesis	ii
dedicatoria	iii
agradecimiento	iv
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	x
Abstract	xi
I. Introducción	xii
1.1 Realidad problemática	13
1.2 Trabajos previos	20
1.3. Teorías relacionadas al tema	27
1.4. Formulación del problema	55
1.5. Justificación del estudio	56
1.7. Objetivos	57
II. Método	59
2.1. Diseño de investigación	60
2.2. Variables, operacionalización	62
2.3. Población, muestra	64
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	67
2.5. Métodos de análisis de datos	72
2.6. Aspectos éticos	73
III. Resultados	74
3.1 Resultados descriptivos de la variable	75
IV. Discusión	81
V. Conclusiones	87
VI. Recomendaciones	91
VII. Referencias	92
Anexos	97

Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	Operacionalización de la variable: Formación de la cultura turística	63
Tabla 2	Población	64
Tabla 3	Muestra	65
Tabla 4	Técnica e instrumento de investigación	66
Tabla 5	Ficha técnica del instrumento para medir la Variable	68
Tabla 6	Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento variable Formación de la cultura turística	68
Tabla 7	Fiabilidad	69
Tabla 8	Estadísticas de fiabilidad	70
Tabla 9	Niveles de confiabilidad	70
Tabla 10	Muestra prueba piloto	71
Tabla 11	Resultados descriptivos de la variable formación de la cultura turística en los pobladores del Distrito de Barranco -Lima 2018	74
Tabla 12	Dimensión 1 Conciencia turística en los pobladores del Distrito de Barranco -Lima 2018	75
Tabla 13	Dimensión 2 Conocimiento del turismo en los pobladores del Distrito de Barranco -Lima 2018.	76
Tabla 14	Dimensión 3 Valores turísticos en los pobladores del Distrito de Barranco –Lima 2018	77
Tabla 15	Dimensión 4 oferta turística del Distrito de Barranco -Lima 2018	78
Tabla 16	Dimensión 5 Estrategias de turismo local del Distrito de Barranco -Lima 2018	79

Índice de figuras

		Pág.
Figura 1	Diseño de investigación	62
Figura 2	Formación de la cultura turística	75
Figura 3	Conciencia turística	76
Figura 4	Conocimiento del turismo	77
Figura 5	Valores turísticos	78
Figura 6	Oferta turística	79
Figura 7	Estrategia de turismo local	80

Resumen

La presente investigación titulada: La Formación de cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco - Lima 2018, tuvo como objetivo general determinar el nivel de desarrollo de la formación en cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco. El método empleado fue inductivo, el tipo de investigación fue aplicada de nivel descriptivo, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental y transversal. La población universo estuvo conformada por 223 personas, se aplicó los criterios de exclusión e inclusión teniendo una población objetivo de 68 personas que forman parte de entes públicos y privados ligada al sector turístico, se realizó la técnica de muestreo censal por la facilidad de contar con todos los componentes de la población objetivo. La técnica empleada para recolectar información fue ficha de encuesta para medir la variable y consistió en un cuestionario de 48 preguntas. Se llegó a las siguientes conclusiones: (a) La formación de cultura turística, se encuentra en un nivel regular reflejando que aún no se está manejando correctamente el tema del turismo, indicando que aún no se cuenta con una población total que haga frente al desarrollo del turismo en el distrito de Barranco . (b) La conciencia, en la población es primordial para desarrollar un turismo responsable, sostenible, pero en el distrito se encuentra en un nivel bajo y (c) La población debe ser sensibilizada y concientizada, para aprender a ser personas amables con los visitantes, brindando un buen servicio obteniendo como resultado la satisfacción del turista y el desarrollo del distrito.

Con respecto al objetivo general de la investigación que fue determinar el nivel de desarrollo de la formación en cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco. Y tomando en cuenta el artículo de Díaz y Machado (2016) señala que la cultura turística es la forma de comprender, manejar y valorar la actividad turística, se focaliza en la satisfacción de los turistas, ya que genera beneficios económicos para las comunidades que los alberga, basada en la conciencia que el poblador desarrolla en su región y realce que le dé al mismo para el crecimiento de su economía.

Palabras claves: Cultura turística, conciencia, turismo, atractivos turísticos.

Abstract

This research entitled: The formation of tourism culture in the residents of the district of Barranco - Lima 2018, had as a general objective to determine the level of development of training in tourism culture in the residents of the district of Barranco. The method used was inductive, the type of research was applied at a descriptive level, with a quantitative approach; of non-experimental and transversal design. The universe population was made up of 223 people, the exclusion and inclusion criteria were applied, having an objective population of 68 people who are part of public and private entities linked to the tourism sector, the census sampling technique was carried out due to the ease of having all the components of the target population. The technique used to collect information was a questionnaire to measure the variable and consisted of a questionnaire of 48 questions. The following conclusions were reached: (a) The formation of tourism culture, is at a regular level reflecting that the issue of tourism is still not being handled correctly, indicating that there is not yet a total population that faces the development of tourism in the district of Barranco. (b) Conscience, in the population is essential to develop a responsible, sustainable tourism, but in the district it is at a low level and (c) The population must be sensitized and aware, to learn to be kind people with visitors , providing a good service obtaining as a result the satisfaction of the tourist and the development of the district.

With respect to the general objective of the research that was to determine the level of development of tourism culture training in the residents of the district of Barranco. And taking into account the article by Díaz and Machado (2016), he points out that the tourist culture is the way to understand, manage and value the tourist activity, focusing on the satisfaction of tourists, since it generates economic benefits for the communities that visit them. hosts, based on the awareness that the villager develops in his region and enhances that he gives to the same for the growth of his economy.

Key words: Tourist culture, awareness, tourism, tourist attractions.

I. Introducción

1.1 . Realidad problemática

La Organización Mundial del Turismo (2016, p.14) afirma que, la actividad turística hoy en día desde el aspecto económico, es considerada uno de los sectores de mayor aumento a nivel mundial; ya que para algunos países es la primera fuente generadora de ingresos por encima de la industria y el petróleo. El turismo ha presentado un crecimiento mundial anual de 4,5% entre el 2011 y el 2015; por lo que es visto hoy en día como uno de los sectores económicos más estables a nivel mundial. El Perú a nivel mundial, lidera el incremento de turismo internacional en Sudamérica, el mayor avance relativo en el número de arribos internacionales en Sudamérica, superando a países como Argentina, Chile y Colombia.

Hoy en día vivimos en la era de los viajes, en todas las partes del mundo, el turismo internacional sigue alcanzando nuevas cifras. En la actualidad, más de mil millones de turistas cruzan las fronteras internacionales cada año y, para 2030, la Organización Mundial del Turismo (OMT) espera que la cifra llegue a los 1.800 millones. De la mano de esta dinámica expansión del turismo en general, está experimentando un crecimiento excepcional en los últimos años y los turistas cada vez quieren realizar todo tipo de turismo, sentirse más cerca de las culturas, vivir nuevas experiencias y los estilos de vida de los destinos que visitan. (OMT, 2016, p.11)

Tal como lo manifiesta la OMT (2016, p.12) en su publicación “Alianza entre turismo y cultura en el Perú- Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad” menciona que al referirse a Perú como destino turístico, no se puede dejar de recordar la inmensa riqueza cultural que tiene, y que todo lo que somos hoy como nación ha evolucionado por más de 5.000 años de historia gracias al esfuerzo de hombres y mujeres que construyeron sociedades en nuestro propio territorio conectándose con el mundo entero. Dejando monumentos arqueológicos y arquitectónicos, además de tradiciones únicas que han hecho del Perú un país multicultural y que hasta el día de hoy es admirado por la comunidad internacional. Por eso, cuando se piensa y reflexiona en el desarrollo del turismo no se puede desligar la cultura turística, políticas y estrategias de crecimiento del

sector de las actividades de preservación y cuidado de nuestro patrimonio cultural material e inmaterial.

Por lo tanto se debe tomar en cuenta que el ente más importante en la industria como lo es la OMT, se refiere a Perú como un destino con una gran riqueza y que actualmente se está posicionando con un destino turístico, desarrollándose positivamente, por lo tanto el ciudadano residente de las diferentes zonas turísticas, debe aprender a valorar, cuidar la riqueza que ha heredado de todos sus antepasados y que la naturaleza le ha brindado, debe conocer su región, localidad para que pueda mostrársela con orgullo a las demás personas que visitan la misma. Ya que el país cuenta con gran variedad de atractivos turísticos, tiene una oferta turística muy amplia para ofrecer al visitante. Por lo tanto, ciudadano conoce tu zona, lo que te rodea, porque es parte de ti, es parte de tu identidad, tu cultura, muéstrale al mundo lo que posees con orgullo, enaltece lo que posees; además aprende, capacítate y si estas inmerso en el sector prepárate por que el turismo en el Perú es muy amplio, ya que se tiene mucho por ofrecer, siendo un país pluricultural, país con mucha diversidad en todo sentido- (OMT, 2016, p.12)

Según lo que la organización mundial del turismo (2016) sostiene que, si un país quiere desarrollarse como país se debe buscar alternativas para iniciar en nuevos sectores y como ejemplo claro se tomó en cuenta el caso de la industria turística que se ha venido desarrollando en el Oriente Medio, ya que el turismo es una actividad que logra desarrollar países y posicionarlos como destino turístico a nivel mundial , tal es el caso de Oriente Medio, el cual manifiesta que es una de las regiones del mundo que más rápido está creciendo, a pesar de afrontar innumerables retos; gran parte de este dinamismo se debe al firme compromiso político de la región con el turismo y a la filosofía de considerar el turismo como un pilar clave del desarrollo, su trabajo en conjunto ha hecho que se potencie el turismo de a pocos. Según la previsión a largo plazo de la OMT, el turismo hacia el 2030 va a continuar creciendo, se prevé que las llegadas a Oriente Medio alcancen los 149 millones, es decir, que se espera un crecimiento medio anual del 4,6%, frente a una media mundial del 3,3%.

Así mismo se mencionó a Dubái, como un destino turístico de gran importancia en la economía de los Emiratos Árabes Unidos. El éxito de esta industria en Dubái, recae en la visión de las autoridades el cual llevo a iniciar un proyecto a futuro, se tomó en cuenta el clima cálido que prevalece durante casi todo el año, planificando y ejecutando una infraestructura hotelera con una impresionante vista de islas artificiales, otro punto importante, se caracteriza por la actitud favorable de los ciudadanos del país con los turistas que los visitan. Dubái genera los máximos ingresos para el sector turismo de los Emiratos Árabes Unidos. Según el gobierno de los EAU, los ingresos obtenidos del turismo son más altos de lo que genera del petróleo. Los turistas son atraídos por la vida nocturna, las playas, las compras y estadias de lujo disponibles. Además, Dubái organiza cada año la feria de la industria de viajes, reconocida como el evento líder en la industria de viajes para el Oriente Medio. Se sabe a nivel mundial, este país se ha preparado ampliamente para desarrollar esta actividad por años, sabiendo que será fructífera para ellos, ya que genera divisas y por ende su desarrollo. Si bien es cierto no tienen trascendencia cultural y natural como nuestro país, pero si tienen un impresionante destino turístico moderno y edificado por el hombre. Un punto importante y trascendental es la actitud con los visitantes, es lo que más impacta ya que la gente está incursionando en la actividad y manteniéndose capacitado en el sector.

De esta manera, se plantea tomando el ejemplo anterior, aunque diferenciándose ya que es otro tipo de turismo el que se desarrolla en ese país. El Perú es un país que ya posee los recursos y atractivos turísticos siendo estos productos de la naturaleza y de nuestros antepasados, cuenta con varios tipos de turismo que se puede realizar en las diferentes partes del país, provincias y distritos, además cuenta con la ventaja de ser un destino hermoso, muy completo; con una diversidad de atractivos turísticos y con una tipología diversa de turismo. Sin embargo resulta increíble apreciar como el residente aún no está preparado, no conoce lo que su localidad posee y mucho menos está informado acerca de las grandes ventajas que trae el realizar la actividad en la zona, además de debe resaltar que para sobresalir la población debe tener conocimiento e identificarse

con su localidad mostrar su cultura turística, la cual no posee, ya que no valora sus recursos, no cuida y esto sucede por falta de identidad, cultura, valores, costumbres, conocimiento. Muchas veces los extranjeros valoran más la cultura que el propio peruano. Siendo esto también por el escaso valor que le da las autoridades a esta industria, poniendo como ejemplo el caso de Dubái las autoridades y sus ciudadanos fueron participes del turismo el cual hizo que se posicione en primer lugar como fuente generadora de ingresos en la economía de su país, mientras que en nuestro país hay destinos que aún no se desarrollan, son poco conocidos por falta de inversión y de conocimiento de las autoridades y poca participación de la población.

Por lo tanto y comparando el escenario de Oriente Medio y viendo los cambios y las riquezas que ha obtenido con su participación en la industria turística, el desarrollo del turismo es importante en nuestro país, ya que trae consigo la prosperidad en cuanto a calidad de vida se trata y se puede desarrollar ampliamente, ya que el territorio peruano posee una riqueza milenaria, es rico en varios aspectos y una de ellas es su cultura, el cual fue heredada por sus antepasados, quedándose así con esta maravilla, sus manifestaciones culturales, costumbres, tradiciones, etc. Sin embargo, en la actualidad, se ha visto en muchos pueblos de este hermoso país, que los pobladores no valoran su riqueza turística, ya sea por la falta de conocimiento o por falta de identidad con su cultura o por lo que poseen. Quizás no imaginan lo importante que resulta poner en práctica todo tipo de conocimiento, que será beneficioso para el desarrollo económico a nivel local, provincial y nacional.

De esta manera, también existe en muchos lugares personas que viven años en un lugar y no conocen sus atractivos turísticos, no tienen idea de las maravillas que posee el lugar en donde habitan, ya sea por desinterés, escasez de recursos o por falta de conocimiento de la actividad turística en la zona. Esto sucede en muchas partes de nuestro país, el turismo es poco desarrollado. No porque no haya atractivos naturales, paisajísticos o zonas arqueológicas, sino por la falta de difusión e identidad de las personas con sus pueblos o comunidades, lo que hace que no se desarrollen proyectos que generen más turismo en dichas

zonas y tengan todos progreso tanto económico, cultural y el mejoramiento de sus vidas.

Por otro lado tenemos como ejemplo la falta de cultura turística en los pobladores de la región Puno escrito por los autores Cayo y Apaza (2017, p.2) en su artículo titulado “Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico – Perú”, resalta que Puno tiene una historia originaria y milenaria, de culturas pre-incas: Pukara, Tiahuanaco, Lupaca entre otros; Inca, cuyas manifestaciones aún se mantienen vivas, muchas ubicadas alrededor del Lago Titicaca, tiene majestuosos paisajes, islas y playas que ofrece el Lago Titicaca, la inmensa biodiversidad de la selva Puneña, las chullpas enigmáticas de Sillustani, la arquitectura colonial en templos, casonas, balcones que datan del siglo XVI en Lampa, Juli, Puno, atractivos que hacen un potencial turístico de nivel internacional.

A pesar que en la actualidad hay iniciativa política nacional, regional y local de reconocer al turismo como un sector prioritario de desarrollo, debido al importante crecimiento que viene manifestando durante los últimos años; demostrando un aporte económico significativo con la generación de divisas y el empleo nacional, regional y local. Mejorando la calidad de vida de las comunidades generando el empleo en forma descentralizada. Por ello, es necesario alcanzar la sostenibilidad y competitividad de la actividad turística del Perú a nivel mundial propiciando nuevos destinos. (Cayo y Apaza, 2017, p.2)

Sin embargo, se observa destinos turísticos escasamente diversificados y de baja calidad, lo cual debe ser superado en lo sucesivo a través de acciones conjuntas con los diferentes actores involucrados en el desarrollo del sector. De manera específica el desarrollo de la Oferta Turística manifiesta: insuficiente presupuesto destinado al desarrollo de proyectos de inversión en esta actividad. Por otro lado, no existe adecuada diversificación de la oferta turística de acuerdo con las nuevas tendencias del mercado nacional y principalmente extranjero, respecto a la infraestructura de servicios; escaso conocimiento de atractivos turísticos, por ende, la falta de cultura turística en la población con responsabilidad social empresarial, y la ausencia de medios, acciones y

estrategias de marketing para la promoción y publicidad turística. Si se trabajara en estas falencias que actualmente padece la región en el sector turístico, pudo elevaría sus cifras de llegadas de turistas, generando así mayor ingreso económico para la población, empresas. (Cayo y Apaza, 2017, p.2)

Tal como lo plantea el Plan Estratégico Nacional de Turismo (201, p.6) que el turismo de ocio genera el 10% del PBI mundial, lo que permite considerarlo como un sector económico con muchas expectativas. El turismo se ha convertido en un eje importante para el progreso socioeconómico de nuestro país y se constituye en uno de los principales cimientos para el desarrollo sostenible de la economía nacional.

De esta manera viendo los diferentes escenarios turísticos de nuestro país, se manifestó en el plan de cultura Barranco (2016-2020) respecto a la actividad turística en el distrito, el desarrollo socioeconómico es un aspecto positivo que se adquiere a consecuencia de la actividad turística por lo que es necesario que las instituciones correspondientes, ligadas al sector turismo, formen conocimiento y la población puede tomar conciencia, sobre la importancia del turismo mostrando buena actitud frente a los visitantes nacionales y extranjeros, mostrar con orgullo su identidad y sentirse identificado con la cultura que posee; Cabe mencionar que Barranco es el Distrito más pequeño de Lima Metropolitana a nivel territorial y cuenta con 142 años desde su fecha de fundación. Es importante resaltar que Barranco está ubicado como uno de los distritos con mayor actividad cultural y turística de la ciudad. Su patrimonio arquitectónico, los servicios culturales que ofrece, conlleva a que se convierta en un referente del turismo cultural a nivel nacional y porque no llevarlo al ámbito latinoamericano. (p.13)

Es esencial reconocer el aporte económico del turismo al desarrollo del distrito. También es necesario destacar la importancia de la riqueza cultural que se posee y determinar de qué manera influye dicha actividad, con la formación y el conocimiento de la población, y cómo actuar frente al turista que visita su distrito. Observándose que la difusión de la información turística que se viene manejando en el distrito es planificada, pero un poco lenta, ya que las entidades

involucradas no poseen recursos económicos necesarios, para desarrollar proyectos o programas de interés turístico. Existe aún mucha desinformación ya que los pobladores no conocen ni valoran los atractivos turísticos de Barranco, lo cual impide a que se impulse una cultura turística, por lo tanto, dificulta el desarrollo turístico de la zona. Se observa también que muchos pobladores no poseen una cultura turística, es decir esa identidad con su distrito para promover el buen trato a los turistas y demostrar que se orgullecen de sus raíces y de las manifestaciones materiales e inmateriales que los hacen únicos, crear conciencia que, mediante el desarrollo en la cultura turística en Barranco, se puede progresar y generar ingresos económicos. La poca sensibilización y conciencia en la población ocasiona que estos no valoren las riquezas que posee.

Barranco es uno distrito conocido como la cuna de artistas, tanto de escritores, poseedor de cultura, historia y atractivos turísticos. Cabe resaltar que uno de sus atractivos “el puente de los suspiros “, sirvió de inspiración a una cantante peruana para componer su canción en alusión a este. Barranco a pesar de ser un territorio pequeño alberga variedad de atractivos ricos en tradición e historia. Observando esta realidad se necesita tener a la población capacitada para el despegue y crecimiento de la actividad turística en el distrito y comparando con otros destinos que, a pesar de no contar con suficientes recursos para emprender en la industria, han podido posicionarse en el rubro. Por lo tanto, se plantea como problemática de la siguiente investigación ¿Cuál es el nivel de formación en cultura turística de los pobladores del Distrito de Barranco, Lima, 2018?.

La investigación busca analizar cuáles son los puntos frágiles que la población está fallando y que acciones se tomarán en cuenta para impulsar la formación de la cultura turística en Barranco, para crear conciencia, sensibilizar acerca de la importancia de conocer la historia del distrito, conocer sus festividades y todo lo que poseen es importante y detectar los puntos débiles será de gran ayuda para realizar un trabajo con la colectividad.

La investigación también busca conocer en cuanto al conocimiento que

tienen sobre los recursos patrimoniales culturales del distrito, y sobre su percepción respecto al comportamiento que tienen ellos mismos hacia el turista. Otro inconveniente es que, no existe un estudio sobre el nivel de cultura turística a nivel local, y este es un distrito turístico, que definitivamente debería ser tomado como distrito para estudiar e investigar, sobre todo después de los resultados que arrojaron las encuestas sobre el estudio.

Cabe recalcar que la participación de la población en la actividad turística es de gran importancia y cuando un turista visita una región, ejerce un consumo que conlleva relaciones y contactos con los prestadores de servicios y la comunidad local o receptora. Las actitudes que transmite el residente de la comunidad local, impulsado por razones culturales, resultan en ganancias o pérdidas para el turismo.

1.2 . Trabajos previos

1.2.1 Trabajos previos internacionales.

De acuerdo con Díaz y Machado (2016) en su artículo *La formación en cultura turística en instituciones educativas: un aporte del programa “colegios amigos del turismo” en Colombia*. La cultura turística es el resultado del trabajo constante sobre el conocimiento de los conceptos principales del turismo. Se inicia desde la perspectiva del desarrollo sostenible, estableciendo aspectos socioculturales, ambientales y económicos del sector turístico. Por lo tanto, se establece que, para lograr una cultura turística en un país, departamento o distrito, se trabaja en conjunto, con la población, difundiendo conocimientos, acerca de lo favorable que resulta involucrarse en el sector turismo y los beneficios positivos que este genera. El poblador transmite sus valores, conocimientos y actitudes positivas hacia los visitantes, se involucra con el espacio que los rodea, aprovecha sus recursos de manera sostenible, lo cuida, ya que cada lugar, tiene mucho que ofrecer en historia y cultura. Los habitantes de las áreas donde se desarrolla la actividad turística despliegan su cultura turística con los actores involucrados, en este caso los turistas que visitan dicho espacio y el territorio.

Así mismo el autor divide el término cultura turística en dos aspectos: Cultura está ligado por valores, a través del entorno social que deja impresiones lógicas en el individuo, ya que el ser humano desde que tiene uso de razón tiende a tener deseos por descubrir el entorno que lo rodea y los esfuerzos remotos que posee por mantener el contacto ya sea cultural, social, económico, llevándolo a apreciar lo que posee. La cultura es originaria en el ser humano, por ende, trabaja en conocer a profundidad y desarrollar las dimensiones o principios fundamentales de la actividad para ejecutar ampliamente y de manera sostenible. Para lograr una cultura efectiva tendrá que ampliarse los conocimientos y plasmarlos en la población para alcanzar una sociedad con valores y aptitudes positivas hacia los demás que demuestren que trabajan por el desarrollo de su comunidad, adquiriendo el sostenimiento colectivo de la comuna. En cuanto a turismo la Organización Mundial del Turismo y Naciones Unidas ha definido como una actividad asociada al ocio, la realización de actividades, diversión, deporte con dirección a la cultura y la naturaleza. La actividad turística se representa como una actividad que permite el desarrollo propio del ser humano, no sin dejar de lado el progreso social en lo que respecta a la relación de diferentes grupos sociales, el enriquecimiento de saberes entre pueblos y culturas y de su pluralidad.

Así mismo Díaz y Machado (2016, p.44) consideran que la cultura turística es el conocimiento, manejo y valoración de la actividad turística, se focaliza en la satisfacción de los turistas, ya que genera beneficios económicos para las comunidades que los albergan. La cultura turística se basa en la conciencia por parte de los pobladores de las regiones visitadas y de la importancia del turismo para el crecimiento de su economía. Se resalta que, inculcando el conocimiento de la cultura turística, podemos desarrollar e incrementar el turismo sostenible, poniendo en práctica los conocimientos, el buen manejo de los recursos, promover el buen trato, establecer confianza en el visitante y se alcanzará el objetivo deseado que es crecer en materia de turismo y ser visto como un lugar hospitalario acto para cumplir con la demanda turística.

Al respecto, Gurria (2013), citado por Díaz y Machado (2016, p. 213) en su

artículo “El turismo como ejemplo” plantea que la cultura turística compete tanto a turistas como a pobladores de la zona, pues se emplea técnicas constantes de como asumir responsabilidad, en los numerosos ambientes en los cuales estos se desenvuelven (familia, trabajo, escuela entre otros) de tal manera que las conductas entre los visitantes y anfitriones se expresen como una comprensión mutua. Implica la relación mutua que tendrán entre sí en diferentes espacios tanto a nivel familiar como de la escuela, en los cuales la cultura turística representa un factor importante en la comunidad y en los individuos que disfrutan y realizan dinámicos en un territorio fuera de su entorno habitual, la experiencia de los visitantes debe ser inolvidable, que se sientan como en casa, que disfruten cada minuto de su tiempo y sientan lo maravillados de la diversidad cultural que existe en otros territorios

Varisco, Padilla y Benseny (2016, p.5) los autores destacan el concepto de la secretaria de turismo de México que relaciona a conciencia turística con cultura turística, con los elementos del desarrollo sustentable, sin desaprovechar el objetivo de tener en cuenta al visitante, la cultura turística incluye a la población local en la gerencia de los recursos y la colaboración para su desarrollo. Entendida como un aspecto de la cultura general, se transmite a través de la educación con la finalidad de conseguir que el residente comprenda la importancia del fenómeno turístico y los beneficios que se obtiene al desarrollar la actividad.

De esta manera se recalca que la cultura turística es más completa y se logra si se trabaja con la colectividad y las autoridades unidos con el único propósito de generar desarrollo en el sector, mientras que la conciencia solo se limita a proveer conocimiento del turismo y como tratar al turista, mas no de ver por el desarrollo monetario del mismo.

Ramírez (2015, p.95) en su libro “visión integral del turismo”, plantea acerca del beneficio de la cultura turística por intermedio del fenómeno turístico el cual se ve comprometido por el estado de participación que depende de la relación que se construya entre pobladores y turistas. Las personas que visitan un

destino turístico, tiene el impulso por conocer la cultura y salir de la rutina hará, por lo tanto la labor del poblador ,autoridades pertinentes y el resto de la comunidad será tener en óptimas condiciones su territorio, para ofrecerles un destino turístico de calidad, ofrecerle nuestra cultura, sintiéndonos orgullosos de mostrar lo que la maravilla de la naturaleza y antepasados nos dejaron , para mostrarla ante el mundo, por ende debemos tener el pleno conocimiento de mostrar una buena actitud frente al turista, aplicando esto tendremos como resultado un turista satisfecho , contento por el trato, por la hospitalidad con que fueron recibidos cuando visitaron el territorio ajeno al de ellos.

Sánchez (como se citó en Díaz y Machado, 2016, p,44) en su tesis titulada *Alcances de la cultura turística en Tulum, solidaridad, Quintana Roo*, para el programa de Maestría en Ciencias Sociales Aplicadas a los Estudios Regionales, en la Universidad de Quintana Roo, considera que la cultura turística es la forma de comprender, manejar y valorar la actividad turística, se focaliza en la satisfacción de los turistas, ya que genera beneficios económicos para las comunidades que los alberga. La cultura turística se basa en la conciencia que el poblador desarrolla en su región y realce que le dé al mismo para el crecimiento de su economía. Se resalta que, inculcando el conocimiento de la cultura turística, podemos desarrollar e incrementar el turismo sostenible, poniendo en práctica los conocimientos, el buen manejo de los recursos, promover el buen trato, establecer confianza en el visitante y se alcanzará el objetivo deseado que es crecer en materia de turismo y ser visto como un lugar hospitalario acto para cumplir con la demanda turística.

1.2.2 Trabajos previos nacionales

Mantorell (2017) manifiesta en su libro *Turismo Cultural* en el que define la cultura del anfitrión, el cual viene a ser. “La comprensión de la influencia que una cultura dada puede tener sobre el turismo, o simplemente ver las características que interesan a los turistas y en esa cultura habría que agregar, las influencias simbólicas que el recurso genera” (p.73).

Mincetur (2016) define cultura turística como el conjunto de conocimientos,

valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven el uso sostenible de los atractivos y resguardo del recurso en todos sus aspectos, reconociendo al turismo como elemento de avance razonable del lugar donde se realiza la actividad turística. Así misma cultura turística consiste en fortalecer la identidad de los ciudadanos del destino turístico, además del buen trato que se tiene que brindar al turista para conseguir que regrese y recomiende el destino con sus amigos y familiares. De esta manera se lleva a la práctica los valores turísticos para lograr un buen manejo y desarrollo de la actividad. Para lograr avanzar favorablemente en cultura turística, se tiene que trabajar en conjunto con los prestadores de servicios turísticos, tienen ofrecer compromiso, para que puedan alcanzar y brindar servicio de calidad. Reconocer la importancia de la actividad turística y con la participación conjunta se alcanza el desarrollo del turismo y la dinamización del sector.

El Mincetur (2016) nos enfatiza que desarrollar cultura turística, significa que a través del mismo y demás entes ligados públicos y privados ligados al sector, la población debe ser concientizada y sensibilizada en cuanto a valoración e identidad de los recursos se refiere. Al ser reconocida, la actividad turística como un eje de desarrollo y de sostenibilidad para el país. El poblador como peruano debe tener el conocimiento de lo que significa desarrollar el turismo en Perú y los beneficios que obtiene. Aplicar cultura turística implica que la sociedad deberá desarrollar actitudes positivas hacia los turistas nacionales y extranjero, también conocer nuestras riquezas que es diversa, el poblador debe sentirse orgulloso de su cultura, identidad, debe ser hospitalario.

Por lo tanto, el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 (PENTUR) mencionó sobre cultura turística es una declaración del sentimiento de propiedad de la población por medio de su historia, costumbres, bailes, lenguas, para impulsar la identificación nacional, sentimiento de estima hacía el recurso, la cooperación de los pobladores de la localidad del sector turístico, en su papel de colectividad les brinda atención y acogida en el lugar. Da inicio al mantenimiento y salvaguardia de la propiedad del estado (cultural, natural y humano) y la edificación social de un clima de familiaridad y acogida para impulsar e

incrementar la sostenibilidad del turismo. Ello establecerá instrumentos que impulsen la sociabilidad hacia el turista, asegurando así su retorno y recomendación, así como, el desarrollo del compromiso de entidades involucradas en el sector de ofrecer bienes de calidad y de manera responsable. Implanta el sondeo e identifica situaciones de fragilidad que se pudieran propiciar a partir de la actividad turística. En ese contexto, es necesario destacar las aptitudes del sector con relación a la prevención de esta práctica mediante acciones de orientación y capacitación a entidades de servicios turísticos y comunidad en general. Identificar acciones para generar capacidades y consolidar una cultura turística a nivel nacional, motivando a la juventud sobre las oportunidades de desarrollo que proceden del sector turístico. (Mincetur, 2016, p.132)

Asimismo, la MDB en su “plan concertado de Barranco (2016-2020)” define como el conjunto de rasgos que caracterizan y resaltan a un lugar, sociedad o grupo social. El cual involucra al ser humano a comprometernos y a tomar conciencia sobre los valores y creando opciones para mantenerlo activo y busca nuevos prospectos para mejorarla. El poblador debe cuidar y reflexionar acerca de lo que su distrito posee, ya que de eso depende que sus tradiciones, creencias, costumbres se conserven y pueda ser ofertadas a los visitantes y ser conocido en el ámbito del ocio. El poblador debe comprender que no es necesario que se dedique a la industria turística, para tener conocimiento de la misma, debe tomarse como cultura general, ya que todos nacemos con cultura por parte de nuestros antepasados y mostrar identidad, conciencia con lo que hemos heredado involucra a todos mostrando respeto los visitantes y respeto a nuestra cultura e identidad. (p.60)

Así mismo Promperú (2015) señala en su página web, que se realizaron más de 4 millones de viajes por entretenimiento y vacaciones dentro del país. El turismo debe ser desarrollado con responsabilidad pensando en su futura evolución. De tal manera cabe predominar que, para obtener estimular la cultura turística, se debe trabajar en conjunto con los diferentes niveles de gobierno, creando programas, destrezas y políticas para inducir el avance del sector de

manera sostenible. Se tiene que concienciar a la población, a las autoridades para obtener los objetivos que traerán beneficio financiero a la población y los entes prestadores de servicio turístico. La cultura turística debe ser el escenario principal para el desarrollo del turismo, pues debe proyectar y gestionar de forma que los beneficios económicos se repartan en la comunidad con equidad. Por consiguiente, los recursos se optimizarán para la mejora de la zona con el apoyo de los habitantes. Así mismo la práctica de la cultura turística da origen a crear nuevos proyectos turísticos de base comunitaria para lograr el desarrollo del área.

Según el autor Villena (2013, p.19) en su libro *“teoría y realidad Peruana”*, se indica que en la antigüedad ya existía la cultura, conocida como, la ley de la hospitalidad, que era una actitud bastante conocida y recibida por todos los pueblos antiguos y practicados por sus religiones. Trata de la gentileza de las autoridades locales en brindar a los viajeros que llegaban, brindando toda asistencia y protección necesaria durante su estadía. En la actualidad la hospitalidad es una actitud, que genera confianza en el visitante y hace sentir a gusto el tiempo que se quedará en el destino. La misma actitud se debe poner en práctica y transmitir a los demás para generar efecto multiplicador en los demás y fortalecernos como destino turístico. Siendo esta la clave para crear una buena imagen de la localidad, que sea conocido y caracterizarse por tener ciudadanos y prestadores de servicios turísticos; amable, amigable, respetuoso y con toda clase de atenciones que beneficie a los visitantes y nos haga quedar bien como destino.

De tal manera se entiende que el habitante del territorio que es ofertado debe tratar con gentileza a los individuos que visitan zona, capacitarse si se dedica a la actividad, los pobladores deben actualizarse o tratar de adquirir nuevos conocimientos o ponerse a la vanguardia de lo último para poder desarrollar la actividad y que sea favorable el lugar y para la población que vive en la zona.

Pentur (2012-2021), menciona que, para lograr una cultura turística, se debe aprovechar los bienes y atractivos turísticos del lugar de forma sostenible y perduren en el tiempo para las futuras generaciones. Poner en práctica los

principios de la cultura turística, con las cuales se puede brindar una mejor atención al turista, acogiendo al visitante con amabilidad, se trata mostrar calidez en el trato del turista, tratarlo como te gustaría que te traten, siempre ser amigable y eficiente, saber información acerca de tu localidad y su variedad de lugares turísticos para que ofrezcas una orientación muy acertada y veraz. Se debe mostrar el valor e identidad con su localidad o tierra, protegiendo los recursos naturales y estableciendo el desarrollo sostenible. Fomentar con sentimiento y estima los atractivos turísticos de tu localidad, cuidando los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad, explica a tus compañeros, amigos y familiares que se debe tratar bien al turista, evitar aprovecharse cobrando demasiado y lo más importante mostrar siempre una sonrisa ya que esta es tu mejor cara. (p.40)

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Formación de cultura turística en Barranco

Secretaría de Turismo de México (citado en Díaz y Machado 2016) plantea que:

El tema Cultura Turística hace mención a la aportación de las personas en la búsqueda de excelentes contextos para hacer viable el dinamismo de sector turístico; lo que enlaza el trabajo de conocer para favorecer a su fortalecimiento dedicándole la atención necesaria para que sea sustentable. Cabe resaltar que la población del sector que está ofreciendo su producto turístico, forma una parte importante en el rubro del turismo, ya que es el individuo con el cual el turista va interactuar, ya que se será el primer contacto que se realice entre el poblador y el turista que visita la zona, por ende, el poblador deberá mostrar amabilidad y hospitalidad, para que este se sienta cómodo y en confianza, brindar información veraz por si la necesite. Para ello la población y los demás actores involucrados deben tener conocimiento en cuanto al sector se refiere, para lograr sostenibilidad de la actividad turística. (p. 22)

El Pentur (2016) sostiene que:

Cultura turística significa desarrollar conocimientos, actitudes, acciones favorables a la actividad turística con la población, actores públicos y privados. Las entidades correspondientes deberán trabajar promoviendo sus destinos, para convertir al turismo en el motor de desarrollo de la región. La intervención de la población es importante ya que la población necesita conocer su territorio, sus atractivos turísticos y desarrollar actitudes positivas para hacer que el turista se sienta como en su país. Ya que deberán brindarle durante su visita una experiencia inolvidable, que cumpla con sus expectativas. (p.40)

Según la Agenda 21 (2016)

La cultura crea un aporte monetario importante al desarrollo del distrito, la estimación y difusión de los bienes culturales de carácter profesional, artesanal, individual y colectivo, se convierte, en el mundo contemporáneo, en un factor decisivo de autonomía, por lo tanto, en una conquista del derecho democrático de los pueblos al afirmar sus identidades en las relaciones entre culturas; es necesario destacar la importancia de la cultura como factor que genera capital y avance financiero. Lograr concienciar a la población acerca de cultura turística, genera un impacto económico positivo ya que genera trabajo a la población, pero para lograr hacer sostenible la actividad deberá mantener capacitada a la población acerca de lo factible que resulta poner en práctica la cultura turística, conocer su distrito, cuidarlo y tratar con amabilidad a los visitantes cuando le solicitan alguna información será vital y ayudará, a que la demanda se incremente. (p.12)

Lo que se ha podido entender en la Agenda 21 y sus aportes, teniendo una serie de acciones o actividades a realizarse pero que no se aplica, por falta de interés de las autoridades encargadas del sector y falta de presupuesto para realizar programas, crear nuevas estrategias que hagan factible el desarrollo del turismo en la localidad. El factor del presupuesto es lo que limita a que se realicen

nuevas gestiones, se actualicen datos, se realicen una serie de gestiones tanto con el sector público como el privado. Actualmente no todas las entidades apuestan por el desarrollo del turismo por lo que se tiene que realizar un arduo trabajo para concienciar y sensibilizar demostrando que el sector turístico es un dinamismo productivo y de gran ayuda para el distrito.

La Organización Mundial de Turismo (2016) en su publicación denominada “Alianza entre turismo y cultura en el Perú” hace referencia acerca del desarrollo de la cultura turística en el territorio peruano, denotando que:

El turismo en el país es el que tiene más entrada de turismo cultural y, sin embargo, se ha podido notar que la cultura peruana pasa desapercibida. Debido a que los viajeros disponen de poco tiempo para visitar y solo lo hacen con los más conocidos y resaltantes del país. Por ellos las entidades deben trabajar en lo referente a la oferta y promocionar los atractivos para generar más demanda. (p.100)

Conciencia turística

En la Carta Internacional del Turismo Cultural (citado por Díaz y Machado 2016) definen:

Conciencia como el conocimiento de todas las personas que ocupan un país, con respecto a su identidad, sus orígenes, costumbres heredados por sus antepasados, el cual tienen conocimiento y deberán sentirse identificados e inculcar a las futuras generaciones para que se mantenga y mejoren con el transcurrir del tiempo. Formar cultura en la población, sensibilizando y tomando conciencia, se tiene como resultado un turismo sustentable ya que el comportamiento contribuye al desarrollo del turismo y el impulso económico del territorio en que se desarrolla la actividad turística. De esta manera podemos prosperar como país, porque un país con valores y actitudes positivas con el ambiente y con los visitantes tanto nacionales y extranjeros, es un país cuya finalidad es desarrollarse en el

aspecto monetario y cultura. Por lo que es preciso trabajar unidos, teniendo como consigna que la cultura turística es cuestión de valores, costumbres identidad y sostenibilidad que se verá reflejada en las entradas financieras de la población que se dedica a este rubro. (p. 24)

Los autores Varisco, Padilla y Benseny (2016)

Agrupan a la conciencia turística con la actitud de cortesía y amabilidad hacia el turista, por parte de la colectividad anfitriona. Mostrar calidez, hacia las personas que visita el lugar ya sea nacional o extranjero, es una característica positiva por parte de las agrupaciones de los destinos turísticos. Esto colabora con la buena imagen que se crea del espacio donde se desarrolla la actividad, ya que sea por un buen trato, una buena atención es el componente importante para generar el deseo de regresar e indicar el destino turístico con los demás como favoritos para vacacionar. La conciencia turística también se caracteriza por el respeto y cuidado de los recursos y atractivos que posee el territorio. El rol colectivo juega un papel importante la actitud positiva hacia los visitantes y el comportamiento respetuoso con respecto a su entorno. (p.4)

Asimismo, Varisco, Padilla y Benseny (2016)

Destacan el concepto de la secretaria de turismo de México que relaciona a conciencia turística con cultura turística, con elementos del proceso sustentable, sin disipar el objetivo de brindar un buen trato al visitante, ya que la cultura turística incluye a la población local en la gerencia de los bienes y la contribución para su desarrollo. Se entiende que es como un aspecto de cultura general, se transmite a través de la enseñanza, del conocimiento con la finalidad de conseguir que el residente comprenda la importancia del fenómeno turístico y los beneficios que se obtiene al desarrollar la actividad. (p.5)

Desarrollo Sostenible

Acerenza (2013) sostiene:

Se debe poner interés en los aspectos ambientales, sociales y económicos del turismo, así como la necesidad de emplear elementos de sostenibilidad en el entorno de la actividad, presentando así la baja de la pobreza que se vive a nivel mundial a través de su desarrollo. El avance del sector requiere la intervención conocedora de todos los agentes destacados e involucrados en el mismo, así como ser encabezado por una gubernativa estable para conseguir una cooperación profunda y crear un acuerdo. (p.15)

El autor manifiesta, que al realizarse un turismo consiente, razonable, se obtendrá resultados positivos y se pondrá en conocimiento sobre las medidas a tomar en cuenta para subyugar y aconsejar sobre los impactos en las diferentes esferas del sector turístico que se encuentre vinculados. Para generar sostenibilidad en el sector, se debe lograr un nivel de agrado en los visitantes, representando para ellos una experiencia única y significativa, haciendo que tomen en cuenta los conocimientos turísticos, para que no malogren ni pongan en riesgo los recursos.

Por lo tanto, Acerenza (2013) plantea:

Se debe poner en práctica los principios de sustentabilidad, como querer y apreciar los recursos optimizando su uso, apreciar el contexto y medio social y cultural que se vive en las zonas anfitrionas, obteniendo y fortaleciendo acciones que generen viabilidad en la economía de la región, sin afectar su presente ni futuro, pudiendo así satisfacer sus necesidades con tranquilidad, obteniendo a través de los mismos el desarrollo mercantil del lugar donde se realiza la actividad, ofreciendo al visitante agrado y goce de su tiempo de ocio. (p.15)

El autor también menciona otra particularidad de colaborar en la sustentabilidad, es a través de la estima cultural, de la identidad colectiva, respetando y conservando las riquezas culturales, naturales, arquitectónicas y sus valores tradicionales, participando, comprendiendo la interculturalidad. Ya que toda zona tiene diversidad costumbrista. En el despliegue de la actividad lo que se quiere conseguir es el respeto de lo que somos, de los que transmitimos como comunidad y como personas originarias de una rica cultura heredada por nuestros antepasados y que debemos defender y hacer valorar para que siga perdurando a través del tiempo. Los actores involucrados tanto públicos como privados debe ser consiente que el desarrollar la actividad genera ingresos, los beneficia con su ingreso monetario, obteniendo como resultado trabajo para la comuna, sobresaliendo y contribuyendo con la reducción de la pobreza que es lo que tanto aqueja a las zonas alejas que mayormente son las que más tesoro tiene, pero más pobre se mantiene.

El desarrollo sostenible compensa las necesidades del ahora sin perjudicar los bienes en las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. La definición incluye tanto el factor económico como el ambiental. Tanto la población como los actores involucrados deben actuar con responsabilidad para el desarrollo del mismo. (Acerenza, 2013, p.16)

Aprovechamiento de los Atractivos Turísticos.

El autor Espinosa (2016) plantea:

El aprovechamiento es la utilización de bienes culturales como parte de la oferta para ofrecerlos como productos turísticos, esto se da a partir del rescate de espacios públicos de interés turístico, promoción y aprovechamiento comercial. Se fundamenta en la elaboración de nuevas rutas turísticas que apoyen a resaltar la importancia que este producto e interés del visitante. (p.288)

Barranco es un distrito histórico cultural, pero que también está mejorando

a través de su planta turística que recién se está desarrollando en especial la restauración, el cual se puede implementar con programas como rutas gastronómicas. Los cuales son favorables ya que se quiere captar más demanda, pero también dependerá del perfil del turista al que barranco acoge, ya que el vacacionista cada día es más exigente y los sectores dedicados a esta actividad deben ponerse acorde con las nuevas tendencias del turismo.

Asimismo, Espinosa (2016) señala:

El turismo es un lazo de comunicación intercultural, de donde provienen gestiones sociales, culturales y productivas. Indica también que los entes involucrados encargados en cooperación con la población deben desarrollar acciones, como charlas, programas, proyectos que cooperen con la utilización de los atractivos turísticos, los espacios de interés turístico y cultural. Poner en práctica los conocimientos con respecto a aprovechamiento resulta de vital importancia, ya que genera desarrollo económico, social, cultural y turístico. (p. 288).

El turismo, es una actividad que enlaza vínculos, con la población, el visitante, entes públicos y privados ligados al sector, estos dos últimos con la función de desarrollar una serie de acciones que puedan beneficiar a la población dando un adecuado manejo de los recursos, incentivando el turismo sin perjudicar el lugar ni a la población, brindando un óptimo uso de los mismos, aprovechando lo que tienen con el único fin de resaltar la comunidad y generar más demanda.

Los autores Díaz y Machado (2016) sostienen que:

El turismo, es un componente de aprovechamiento y enriquecimiento de la propiedad cultural. Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio del mundo, las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares, el cual consiste en obtener un beneficio económico con el desarrollo de la actividad ya sea por medio de empleos y las obligaciones que consiste en usar los recursos y

mantenerlos en óptimas condiciones, sacarle provecho, sin perjudicar el recurso. Cada lugar es rico de distintas maneras, ya sea por su gastronomía, cultura o identidad, se puede aprovechar los recursos naturales, crear su propia oferta turística, segmentarla, para obtener la demanda que se desea, saliendo generando así sus propios frutos sin descuidar el medio en que se encuentre. (p. 50)

Conservación de los atractivos Turísticos.

Según se plantea en la Agenda 21 (2016)

La conservación de los atractivos busca crear acciones para recuperar y valorar el legado cultural del distrito como fuente de pluralidad cultural. Teniendo en cuenta con un porcentaje alto de las riquezas y servicios culturales del distrito, correspondientes al legado histórico y arquitectónico como casonas y espacios públicos, dando realce también a las tradiciones y festividades populares ya sea carnavales o fiestas religiosas. Así mismo, es fundamental aportar acciones que contribuyan con el cuidado y mantenimiento de los atractivos históricos que cuenta el distrito. La entidad involucrada en el sector debe tener clara la misión de mantener intacto el aspecto de los recursos, ya que las visitas que se realizan son diarias, entiéndase por ser de uso habitual, por el que se debe tener los cuidados respectivos para que se pueda mantener y se conserve. (p.7)

De esta manera los atractivos históricos culturales se conservarán, y la comuna estará fortalecida en conocimiento ya que se hace partícipe de la valoración y conservación de los atractivos turísticos de su distrito, siendo estos para sobresalir en el sector turismo. Si un recurso no está bien conservado, no tenemos nada que ofrecer, nuestra oferta sería precaria, por lo tanto, se debe tomar las medidas necesarias para que las zonas turísticas tengan el adecuado mantenimiento, las entidades vinculadas al sector deben ser concientizados y estos a través de programas trabajar en conjunto con la población, sensibilizando, informando, sobre la importancia del mantenimiento de los atractivos, sobre la

importancia del turismo y todo lo que engloba la actividad , ya que a mejores condiciones de los bienes culturales, se contribuye a que la demanda mejore en el distrito, de esta manera el distrito podrá desarrollarse económicamente , siendo participe en la reducción de la pobreza

1.3.2. Conocimiento del turismo

Faraldo y Rodríguez (2013), sostiene que:

La palabra turismo deriva del griego tornos y el latín tornus, que significa tender a moverse de un lugar a otro. Indica que las personas viajan a un lugar por un periodo de tiempo, pero vuelven a su lugar de pertenencia. Menciona también que la definición apareció en el diccionario de la real academia española como; afición a viajar por gusto de recorrer un país, ya que las personas por naturaleza tienden a querer tener nuevas experiencias, conocer nuevos lugares, tienden a mostrar interés por lo desconocido, el ser humano también busca relacionarse en diferentes lugares y realizar diferentes acciones por entretenimiento. También conceptualiza al turismo como una directriz social que consiste en el traslado intencional y estacional de personas que por motivos de recreación, ocio, cultura o salud se trasladan para pasar su tiempo libre, sólo o con la familia y amigos, fuera de su lugar de habitual, en el cual su única actividad es conocer países, ciudades, siendo esta no lucrativa ni remunerada, el cual beneficia al sector ya que hay relación con el sector económica y social. (p. 18)

Gurria Di Bella (2013) precisa sobre turismo como:

Un fenómeno general que consiste en el traslado voluntario de personas que recorren diferentes destinos por motivo de distracción, descanso, o cualquier otra motivación, salen fuera de su medio habitual a otro, en el que solo realizan actividades de ocio. Las personas viajan por la curiosidad que tiene todo ser humano de conocer nuevos lugares, nuevos sitios, por

querer pasar buenos momentos en familia, amigos, el tener nuevas experiencias es lo que define a las personas que realizan esta actividad que está provocando un gran movimiento de personas en el Perú y el mundo. (p.13)

Impactos del Turismo

Gurria Di Bella (2013) señala:

Los efectos generados por el desarrollo de la industria han ocasionado que los cambios financieros, sociales, culturales, ambientales vaya en aumento continuo, por la creciente demanda que ocasiona la oferta de servicios turísticos en el Perú y el mundo. El turismo favorece a mejorar la calidad de vida y el bienestar de todos los miembros de la sociedad. Cabe destacar que la industria tiene una serie de efectos a causa del turismo en la zona y los mencionamos a continuación. La actividad turística trae consigo una serie de beneficios como el crecimiento económico que es de gran beneficio para la población, pero también genera impactos ambientales que lo ocasiona la misma humanidad por el uso que le da al recurso. Desarrollar o practicar el turismo es algo que todos disfrutamos, pero también debemos mostrar el respeto ante la actividad y todo lo que conlleva. (p.71)

Impacto económico

Sancho (como se citó en Remigio y Frías, 2017) sostiene que:

El turismo es una actividad que concibe aumentar entradas en el ámbito monetario, incrementa el nivel del ingreso público, genera valor agregado y contribuye en la expansión de la actividad empresarial, ya que sus actividades no se limitan exclusivamente a hoteles y restaurantes si no que tiene una extensa cobertura de bienes de consumo y servicios. (p.71)

El impacto económico del turismo en un país como el Perú, en proceso de desarrollo, es de gran importancia por los ingresos que genera, tanto en divisa, como en moneda nacional; la actividad turística se pone a la vista de todas aquellas personas y/o empresas, nacionales o extranjeras, que quieren incursionar, en este rubro y de tal manera estas constituyen el uso de bienes y servicios trayendo consigo, los impuestos que cobra el estado; generando beneficios monetarios al destino donde se desarrolle el turismo.

El turismo es de gran importancia ya que desarrolla la economía mundial, siendo la actividad que más genera empleo y exporta servicios. Se ha demostrado que hay países que viven de esta actividad y la están desarrollando de manera satisfactoria, hecho que origina expandir su oferta a diferentes mercados, los países, aunque son pocos, que viven solo del turismo entienden acerca de la sensibilización y conciencia que se debe tener en este rubro, siendo conscientes de las consecuencias que genera en la economía de la población y de todo el país.

Impactos sociales y culturales

Villena (2013) menciona:

Tiene una alta apreciación en el caso de crear empleos tanto directos como indirectos, permanentes y eventuales. Se trata, sobre las ganancias más importantes que ofrece el turismo a las comunidades por el alto valor que ofrece. El dinamismo de la actividad es causante de empleos y ayuda al descenso de la pobreza. (p.346)

La llegada enorme de turistas y la demanda en la comunidad receptora, puede ocasionar que los pobladores de la localidad receptora pierdan la calidad en sus productos tradicionales, lo que bajaría su valor artístico y simbólico del arte que produce la localidad y a larga podría concluir en la desaparición de la cultura, otra consecuencia de la actividad sería también que los pobladores con el afán de cuidar su cultura e identidad, le muestran al turista algunos rasgos “superficiales”

de su cultura y por otro lado se apartan de ellos para mantener salvas sus costumbres y evitar el daño que pueda ocasionar el turismo. Esa conducta desvía a los turistas de la cultura pura, pero ayuda a su cuidado.

Impacto ambiental

Villena (2013) señala:

Estos impactos tienen una peculiaridad debido a que el turismo se mueve principalmente a partir de los bienes naturales, atractivos turísticos. El desarrollo del turismo genera impactos en los recursos naturales, pero la sostenibilidad de este depende del grado de importancia que le den en el cuidado y su óptimo uso. La preservación de los recursos es vital ya que de esto depende que se siga disfrutando y dando a conocer lo que posee cada lugar, si lo cuidamos como se debe, se sensibiliza y concientiza a la población sobre su utilización, perdura y las futuras generaciones se deleitarán de la belleza cultural y natural que se posee. (p.346)

Turismo en el mundo

El Pentur (2016) enlaza información adquirida por la OMT:

Que el turismo de descanso u ocio iniciando con cifras 25 millones de personas que viajaban en 1950 se ha aumentado hasta llegar a 1 184 millones en el 2015. De tal manera en el mismo año se apreció un aumento de 4,4% en comparación al 2014, conservando la línea positiva pese a los conflictos geopolíticos, económicos presentes en el mundo. El turismo es un elemento de crecimiento económico y desarrollo de los países, en especial de las economías emergentes, debido al aumento del tiempo libre, los negocios internacionales, la evolución del transporte, el rápido desarrollo de la tecnología y el aumento de la clase media en todo el mundo. (p.14)

La Organización Mundial del Turismo (citado por Marilbell, Arcarons, Capellá Gonzales y Pallás, 2014) plantea:

Que el turismo es un tesoro indescriptible para todo individuo, para la familia, para la colectividad, ciudades, países y el mundo entero, es el mensaje que trasmite la organización, para sensibilizar a la población acerca de la gran importancia que significa desarrollar la actividad. Llevar a cabo la actividad con responsabilidad, respeto y sostenibilidad. (p.65)

Turismo en el Perú

Según el Pentur (2015)

La industria del turismo es una actividad económica que se viene ampliando y subiendo consecutivamente con la llegada de turistas extranjeros, creando así el ingreso de moneda extranjera en los destinos que visitan, siendo observada esta actividad como uno de los sectores con más estabilidad económica en el mundo. El Pentur nos muestra el motivo de viaje de las personas que visitan el Perú, y se llegó a demostrar que las personas viajan por diversos motivos. Tales como visita a familiares y amigos (50%); vacaciones, recreación y ocio (25,2%); salud y atención médica (7,6%); negocios y motivos profesionales (6,3%) y otros motivos (10,9%). (p.33)

Asimismo, el Pentur (2015) establece:

Que las personas hoy en día piensan en viajar durante sus vacaciones, para relajarse y gastar su tiempo de manera favorable, ya que en el futuro sólo se tendrá el recuerdo de las actividades que realizó en el pasado. Valoran mucho disfrutar, conocer nuevos lugares, costumbre y culturas. Las experiencias vividas es lo que más está valorando el hombre actualmente pasa su tiempo de ocio conociendo, teniendo nuevas vivencias, disfrutando de la belleza que hay en todas partes del mundo.

(p.33)

Importancia del Turismo

El Pentur (2016) sostiene acerca del crecimiento de la actividad turística como:

Base para lograr ampliar la economía y el aspecto social en el Perú. Industria que ayuda al progreso y aumento de la economía del país, formando parte de los componentes trascendentales en erradicar la escasez financiera en la población. Esta industria comprende varias secciones que se encargan de proveer diferentes tipos de bienes y servicios a los turistas. El plan nacional resalta los datos estadísticos como el PBI del turismo incremento del 2011 al 2015 del 3,6% a 3,9%, al igual que el gasto turístico interno creció el 2015 y el ingreso de moneda extranjera tuvo un aumento de US\$ 4 151 millones en los años 2011 y 2015. (p.14)

Además, resulta interesante el aumento de la cooperación de la industria turística a la economía nacional, una contribución que, a largo plazo, podría ser significativo para la economía del país. La economía del Perú depende principalmente de la agricultura, la industria minera, los productos primarios y del sector terciario, en el que se incluye el turismo. Estas cifras registran que el turismo desempeñará en el futuro un papel esencial en el rápido desarrollo de la economía peruana. El turismo ocasiona que la industria del ocio en general influya y dar lugar a cambios fundamentales en la estructura del país.

El turismo es un factor que incide en diferentes rubros como la industria alimentaria y alojamiento básico y que además fomenta el desarrollo de infraestructuras como carreteras y aeropuertos. Sin duda alguna, su esparcimiento conlleva a la creación de empleos. El empleo en el sector restaurantes y hoteles presenta en el Perú una tendencia creciente, habiéndose incrementado en 1,1 puntos porcentuales entre 2004 y 2012, lo que representó un

6,5% del empleo total con 1,13 millones de trabajadores. En ese sentido, el Gobierno del Perú trabaja con denuedo a favor del desarrollo de la industria turística y se esfuerza en potenciar el valor añadido de diversos recursos culturales y turísticos. (p. 18)

Miralbell, Arcarons, Capellá, Gonzales y Pallá (2014) sostienen:

El turismo es el conjunto de bienes de valor para el individuo, para las demás personas relacionadas entre sí, para a colectividad, para el país y para el mundo entero, ya que lo que se quiere es concienciar acerca de los beneficios que el turismo puede brindar para la vida, para la cultura y la economía o, dicho en otras palabras, para la sociedad en todas las esferas de la vida. (p.268)

Demanda Turística

El Pentur (2016-2025) señala:

Para aumentar las visitas de turistas al país, se debe interesar e ingresar a mercados nuevos, tratar de estar donde nunca se pensó conquistar nuevos clientes. Para ello, es necesario dirigir las estrategias de comunicación hacia la determinación de los canales y crear mensajes con contenidos relevantes para cada target. Asimismo, se debe determinar quiénes son nuestros aliados estratégicos en función a su relevancia en nuestros targets y enfocar mejor las inversiones en cada mercado de interés, diversificando la oferta y apoyando con información más detallada al tour operador para generar ofertas más competitivas. (p.22)

Agenda 21 de Barranco (2016- 2020) señala mediante un estudio:

Que el perfil del turista que visita Barranco teniendo como resultado que en su mayoría son extranjeros (92 %), provenientes de Latinoamérica, de países como Venezuela, Chile y Argentina. El 36 % de estos turistas fluctúa entre los 15 y 65 años de edad. Los turistas que visitan el distrito es por

recomendación de amigos y familiares siendo este un 49 %. Barranco es un distrito pequeño que está creciendo y mejorando para ponerse acorde con las exigencias del mercado turístico. (p.19)

1.3.1. Valores turísticos

Peña (2016) define:

Valores como principios que dé inicio a orientar la conducta para realizarse como personas. Son creencias ideológicas fundamentales que ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. Son fuente de satisfacción y plenitud que reflejan interés, sentimientos y convicciones más importantes valores, actitudes y conductas. (p. 27)

El autor sostuvo, que un ejemplo de valores son las normas de convivencia, que puede manifestarse mediante actitudes, estimación, conducta, configura y modela sus ideas y condiciona los sentimientos de los individuos.

De tal manera, si nos referimos a los valores turísticos se plantea como la importancia que le da las personas a los recursos, se sustenta por la necesidad que posee el individuo con determinados principios que nos sirvan para apreciar un determinado bien. Teniendo como consecuencia comportamientos de aprecio y estima hacia los atractivos culturales. Ya que un valor es el punto de vista permanente que posee el individuo acerca de algo y lo comparte con la sociedad, para que adhieran los valores a su vida cotidiana. (p. 28)

Actitudes

El Pentur (2016) menciona que:

Los residentes de la zona donde se desarrolla la actividad turística, debe aplicar y mostrar como parte de su conocimiento y para su vida cotidiana

un buen trato hacia el turista, mostrar cortesía y amabilidad, refiere también que el turista debe ser tratado como al residente le gustaría lo traten si estuviera en su país, muestra siempre buena disposición, para brindar una ayuda rápida y cordial. (p.45)

Serra (2013) plantea que:

Actitud son predisposiciones aprendidas para responder conscientemente de forma favorable o desfavorable a determinados bienes o servicios. Nuestras actitudes nos conducirán a aceptar o rechazar determinados productos. Una buena actitud ante el turista es muy importante ya que genera una percepción positiva del turista hacia el lugar y los residentes y una mala actitud afecta la imagen del destino. En ciertos segmentos los turistas pueden tener una actitud negativa, porque creen quizás que es inseguro, que las condiciones higiénicas no son buenas, o que la gente es poco amable con los turistas. Cuando nos referimos a actitud respondemos que es la conducta directa o indirecta que establece el residente con el turista y de esto depende la manera de ser visto el destino, ya que una mala actitud reduce el confort y cambia las expectativas que tenía del lugar, interviniendo negativamente en el desarrollo de la actividad turística. (p.131)

Costumbres

Domínguez (2016) sostiene que. “costumbres es un conjunto de actos de una misma estructuración y en una misma línea, que la repetición de los mismos actos los convierte en hábito, y que el tiempo transforma en esos modos generales de vivir, que reciben el nombre de costumbres, constituyen un recurso importante y un agregado social” (p.145).

Las costumbres es una de las expresiones culturales más resaltantes, ya que reflejan la identidad de las personas, los individuos conforme pasan los años, adquiere hábitos de las antiguas generaciones y las transmite a las futuras con el

fin de mantener las manifestaciones y que su pueblo nos las pierda con el acontecer de los años. Tanto el Perú como en cualquier parte del mundo los habitantes tienen sus propias costumbres adoptadas por sus antepasados y que las conservan a pesar del tiempo. Las costumbres son parte de ellos, sus hábitos que ha adquirido a través de sus padres, abuelos y demás personas que los asumen, como parte de sus vidas. Estos hábitos o costumbres resaltan a una colectividad.

Las costumbres de un determinado lugar, debe darse a conocer ya que son expresiones culturales que resaltan las formas de vida de un pueblo o colectividad, las costumbres y modos de vida son apreciadas por los visitantes, ya que es algo nuevo para ellos, el contacto con la población y poder adquirir y aprender los hábitos que se desarrollan en una zona específica, es de gran experiencia para ellos.

Identidad

El plan concertado de Barranco (2016-2020) resalta el concepto a través de lo que Friburgo expresa que:

Identidad debe entenderse como la aglomeración de referencias culturales por el que un individuo de manera individual o en grupo, se define, constituye, comunica y entiende ser reconocida en su dignidad. Indicando así que cada persona acompañada o sola debe mostrar lo que es, no tratar de cambiarlo, parte de ello el sentimiento de orgullo que siente cada ser humano por lo que representa y por lo que genera en los demás como actor de su cultura. (p.64)

Salazar (2013) define identidad como:

El conocimiento objetivo de la cultura, el espacio geográfico y sobre todo de la historia de un pueblo, es decir los conocimientos que adquirimos y constituyen el pilar de nuestra identidad, donde cada individuo desarrolla y

aplica de manera consiente lo que siente por su lugar de origen. La identidad tiene diferentes conceptos ya que es un tema muy amplio, ya que refiere más a detallar el conocimiento que adquiere el individuo sobre el entorno el cual convive, su cultura, historia las cuales forman parte de su identidad. Ya que de esta manera el individuo podrá identificarse con su historia y el legado cultura que posee a través de sus antepasados y que lo diferencian de los demás. En la presente investigación desarrollamos este indicador ya que es de vital importancia ejecutarlo, todos sin distinción alguna cuenta con identidad y es importante sentirse orgulloso de lo que se posee. (p.18)

1.3.4. Oferta Turística

Gurria Di Bella (2013) manifiesta que:

Las personas que viajan lo hacen motivados, ya que se desplaza de un lugar a otro voluntariamente hacia un destino de su interés. Este destino o lugar debe contar con ciertos rasgos que lo hagan atractivo. Es decir, un sitio que atrae al turista por todo lo que puede obtener de él y puede ofrecer. Ahora bien, este mecanismo, al parecer tan sencillo, facilita los satisfactores que el turista requiere y que se le puedan proporcionar en el sitio al cual se desplaza esto es ponerlos a su alcance lo que constituye, en realidad, un complejo sistema en el cual interviene gran número de subsistemas, cuyos factores no siempre son racionalmente controlados a fin de equiparar, cualitativa y cuantitativamente, tanto en lo físico como en lo moral, la oferta con la demanda. (p.47)

Así mismo el autor sostiene que el turismo se regula por medio del equilibrio de estos dos elementos, de tal modo que, si ya existe una demanda, o sea el deseo de desplazarse a un lugar determinado, se puede crear la oferta, mediante la creación de servicios, por otro lado, si ya existe una oferta de servicios, como hoteles, atractivos turísticos, se puede crear mediante la promoción y venta de servicios. Sin embargo es preciso que desde el proceso de

planeación no solo haya balance entre los dos elementos, sino que también la segmentación de la oferta sea balanceada, pues sería incongruente, por ejemplo, tener una gran oferta cultural y no tener oferta hotelera adecuada, siendo esto con gran frecuencia. (p. 48)

Atractivos Turísticos

Gurria Di Bella (2013) indica:

Que todo territorio que forma parte de un destino debe tener peculiaridades que ocasionen el traslado temporal de los viajeros. Los caracteres de la oferta desde el punto de vista del visitante, son los que agradan al turista, llaman y atraen su atención, desde el punto de vista de la región o distrito visitado, los atractivos forman parte de los recursos turísticos y constituyen lo que se puede ofrecer al visitante, los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sea permanentes o temporales y se clasifican por su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales; los atractivos naturales son aquellos introducidos por la naturaleza y los atractivos culturales son aquellos donde ha intercedido la mano del hombre, son los bienes adquiridos por los antepasados. (p.49)

El distrito de Barranco cuenta con una lista de atractivos turísticos culturales de gran relevancia histórica a nivel nacional, Barranco lugar pequeño pero acogedor e inspirador para algunos artistas locales y mencionaremos a continuación una lista de atractivos turísticos que forman parte de su oferta y que han sido obtenidos de la página web de la municipalidad distrital de Barranco.

Parque Municipal

Inaugurado el 13 de octubre de 1898. Destacan la pérgola y otras esculturas como el candelabro, dos pedestales con angelitos llamados Puttis, la Danaide, una dama semi-desnuda ubicada en la pileta central, estos fueron hechos de mármol.

Biblioteca Manuel Beingolea

La Biblioteca Municipal de Barranco, fue inaugurada el 01 de octubre de 1922, fue la primera Biblioteca en todo el país. Actualmente nombrado monumento histórico declarado por el INC. Actualmente en la biblioteca se realizan una serie de actividades como la hora de lectura en la que va dirigida a los niños y adultos que se encuentren interesados por realizar este tipo de actividad. Se puede acceder al conocimiento y proporciona las condiciones básicas para un aprendizaje permanente. La biblioteca es un legado cultural, predomina el valor histórico y turístico del distrito, apoya la formación en todos sus niveles, brindando oportunidades para el desarrollo creativo e intelectual de todos sus usuarios y asegura el acceso de todos los habitantes y a toda clase de información.

Iglesia Santísima Cruz

Es el templo principal del distrito. Empezó a construirse en febrero de 1944, fue inaugurada el 01 de junio de 1963. Parte de la costumbre de los habitantes es asistir a misa los domingos en la mañana.

Puente de los Suspiros

Inaugurado el 14 de febrero de 1876, fue edificado para unir los extremos de la quebrada y permitir la salida de las riberas de la calle Ayacucho y la Ermita. Existe una tradición que consiste en que las parejas cruzan el puente y contienen el aire, lo cruza sin respirar se le cumplirá el deseo que pida. El puente sirvió de inspiración a una famosa, Chabuca Granda. El puente lo visitan muchas parejas, por los sentimientos que le genera.

Paseo Chabuca Granda

El paseo se ubica cerca del parque municipal. De estilo ecléctico ya que posee influencia de varios estilos como el republicano y distribuido en dos

plataformas en línea recta, cada una cubierta de un techo de madera lambrequinada en el cual se ubican bancas donde los transeúntes lo utilizan para descansar, conversar con sus amigos o simplemente por distracción. En este también podemos observar algunas sillas colocadas con pequeñas carpas por los dueños de restaurantes, respetando el estilo del distrito, sin romper la dinámica ambiental del mismo.

La Ermita

Su origen se le atribuye a la leyenda que motivo el origen de Barranco, especialmente es visitada para realizar peregrinación. Su edificación es de materiales de la región de esos tiempos como adobe y quincha siendo esto a mediados del siglo XVIII, construida en agradecimiento de un panadero cuya esposa devota, sana de milagro por la intervención de la cruz que allí se homenajeaba. En 1940 a causa del terremoto quedó muy deteriorada, haciéndole las reparaciones necesarias por el desastre. En la actualidad se encuentran realizando trabajos mantenimiento para su conservación, ya que se le elevó a patrimonio cultural de la nación.

Mirador Catalina Recavarren

Se encuentra al extremo de la Ermita. Construida el año 1988 desde este lugar se tiene una bonita vista de la Bajada de los Baños, así como del mar; lo más resaltante es que se puede apreciar el ocaso, por los transeúntes generando escenas románticas en los visitantes.

Bajada de los Baños

Antiguamente bajaban los pescadores desde Surco a las playas de Barranco y a los Baños de Barranco. Actualmente se sigue conservando igual tiene un estilo armonioso. Tiene varias escaleras que descienden hacia la costa. En el cual se pueden apreciar los acantilados. Actualmente se puede observar

pintas de retratos realizados por artistas urbanos, resaltando la gastronomía y cultura del distrito.

Boulevard Sánchez Carrión

Lleva el nombre del ilustre José Faustino Sánchez Carrión conocido también como Boulevard de Barranco. Es una calle de mucha costumbre donde residieron distinguidas familias y personajes importantes, entre ellos Martín Adán. En este hay muchas casonas que actualmente son empresas privadas siendo prestadores de servicios como restaurantes, y tiene espacio entretenimiento como discotecas y clubes nocturnos, por lo que Barranco se le conoce como bohemio.

Paseo Sáenz Peña

Fue edificada en 1911, tiene a su alrededor un conjunto de hermosas residencias, la mayoría del siglo XX con influencia europea, destacando el estilo francés. Lleva el nombre del Gral. Roque Sáenz Peña en honor a su participación en la Batalla de Arica (1879). Resaltando en este el obelisco a San Martín, obra de Roselló.

Plaza San Francisco

Es uno de los lugares más atractivos de Barranco. Está circundada por típicos ranchos Barranquinos con ventanas y jardines enrejados.

Estación del Funicular

Artefacto hidráulico, ubicado al final de la Calle Domeyer. Manejaba un procedimiento de contrapeso mediante el uso de aguas filtradas de la playa. El 09 de febrero del año 1930 se inauguró el Funicular eléctrico, funcionando hasta mediados de 1970.

Museos

Es una institución, al servicio de la colectividad y abierta al público, que obtiene conserva, estudia, exhibe y enseña el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines formativos y de recreación. (citado en el plan de cultura del distrito 2016-2020, p.62)

Museo Pedro De Osma

Edificada en los años 1900 y 1906. Su estilo surge a fines del siglo XIX resalta mucho su diseño, cuenta con 9 salas que actualmente aloja una colección de arte colonial del siglo XVI al XX, pintura, platería y esculturas de la escuela cusqueña. El museo actualmente es visitado por turistas nacionales y extranjeros.

Museo De Arte Contemporáneo - MAC Lima

Museo de arte moderno y contemporáneo provienen del año 1950 en adelante. Asimismo, cuenta con salas de exhibiciones temporales.

MATE - Museo Mario Testino

El Museo lleva el nombre del artista y alberga sus obras fotográficas, de esta manera contribuye con el patrimonio cultural del Perú. Además, se realiza presentaciones temporales con obras de artistas peruanos y extranjeros.

Monumentos

Plazuela Chabuca Granda

Esta plaza lleva el nombre de la cantante y compositora Chabuca Granda en su honor ya que amo tanto al distrito que interpreto canciones alusivas a este,

encontramos su escultura acompañada del chalán José Antonio Lavalle. Construida en 1992 fueron trabajadas en piedra de Alabastro.

1.3.5. Estrategias de turismo local

Rufin (2013) sostiene que:

Estrategias son propósitos a lograr a corto y largo plazo adoptando acciones y designar los recursos esenciales para conseguir las metas. Son actividades que los actores involucrados plantean y desarrollan para obtener resultados positivos para el distrito, y puede ser en distintos aspectos como estrategias de conservación, nuevas políticas de turismo, etc. (p.123)

Según Andrews (citado en Rufin, 2013) la estrategia es. “el modelo de objetivos, propósitos o metas y de las principales políticas y planes para alcanzarlos, planteado de tal manera que definen en que negocio está o va estar la compañía y la clase de compañía que es o que va a ser” (p. 123)

Rufin (2013) señala:

Destreza es el propósito que integra los objetivos, políticas o sucesión de gestiones de una organización en un todo coherente, una estrategia bien formulada ayuda a ordenar y asignar los recursos de una organización de forma singular y viable basada en sus capacidades carencias internas relativas, en el adelantamiento de los cambios del entorno y en las casuales maniobras de los competidores inteligentes. (p.123)

Ferias turísticas

Miralbell (2015) menciona:

En ellas se llevan a cabo conjuntamente diferentes acciones de comunicación, ya que son eventos importantes donde se encuentran

profesionales, intermediarios y público interesado en el turismo en las ferias la oficina de turismo puede realizar publicidad, promoción, relaciones públicas e incluso comercialización de servicios, según lo que permita la ocasión. (p.132)

Rodríguez, Muñoz y Gonzales (2013) mencionan:

Que siempre ha existido la necesidad de intercambio comercial a lo largo de la historia y las ferias han representado un papel fundamental en dicho proceso. Las ferias turísticas consisten en el intercambio turístico cultural por un periodo de tiempo corto y en espacios públicos, que ofrece un destino a los visitantes, turistas nacionales e internacionales. Para ello el por poblador debe aprovechar y trabajar en este tipo de eventos, que servirán para poder mostrar su identidad, costumbres y las actitudes positivas frente al turista. Las ferias sirven para mostrar los productos que tiene el distrito, también para brindar información sobre los atractivos turísticos y sobre los diferentes tipos de turismo que puede desarrollar en el distrito. (p.3)

Programas de turismo local

La municipalidad distrital de Barranco en su plan de cultura 2016-2020 considera:

Que los programas de las diferentes gestiones buscan fortalecer el desarrollo del distrito de Barranco, tomando acciones y obtener resultados favorables en cuanto a generar el progreso de la localidad; ya que lo más importante es que la población resulte beneficiada con el desarrollo de la actividad en el distrito. (p. 41)

Acerenza (2013) según la OEA señala:

Los estudios realizados para conocer el impacto del turismo sobre las comunidades han encontrado que los programas de turismo, bien

planificados y gestionado , sobre el entorno local , natural y cultural tiene buenas posibilidades de reformar la economía local y la calidad de vida de los residentes locales; teniendo algunos de los beneficios financieros incluyen la mejora de nuevas actividades, nuevos empleos, progreso en los productos y servicios , mejoramiento de la infraestructura , así como suscitar el orgullo de la colectividad. (p.30)

Según Carlino (citado en Jiménez, Moreno, Bayardo y Ortiz 2013)

Los programas se alinean a las prácticas institucionales que con cierta continuidad, se llevan a cabo en ellos, caracterizadas por realizarse en el medio social; cuya particularidad es vincularse a ciertos grupos, lugares y tiempos específicos; y la articulación de conocimientos, creencias, actitudes, usos del lenguaje, herramientas, rasgos de pertenencia e identidad, que dan lugar a un conjunto de ideologías y trabajos compartidos. (p.921)

Programas de sensibilización turística

Allpizar, Cruz y Serrano (2013) definen los programas de sensibilización como un elemento que se aplica para promover acciones vinculadas con el desarrollo sostenible del turismo, el buen manejo de los recursos, acciones que contribuye a mejorar la oferta, y el servicio de calidad a los visitantes. El programa ayuda a promover la valoración y la conservación del patrimonio cultural y natural a través de la población actual y las generaciones futuras. Por otro lado, los programas intentan reafirmar la identidad local. El éxito de los programas de sensibilización depende mucho del trabajo conjunto de los actores involucrados en el proceso, uniendo esfuerzos para lograr los objetivos.

Política Turística

Benavides (2015) menciona:

Que el sector turismo involucra la participación del gobierno ya que es el encargado de mejorar y contribuir con el desarrollo del sector, y es ahí donde aparece la política pública como instrumento de intervención del Estado. El gobierno participa en el desarrollo del crecimiento económico del país, trabaja en conjunto con los actores involucrados, públicos y privados, estimula la actividad turística dando lugar al inicio de la creación de la oferta turística, promoviendo el país como destino turístico a nivel nacional como internacional. Participa en la creación y promoción de nuevos destinos turísticos, busca alcanzar el desarrollo de lugares poco conocidos y estimula el avance económico de los destinos. El gobierno, así como participa en la promoción de los diferentes destinos turísticos, apoya la sostenibilidad de la actividad también participa en la protección del turista. (p.67)

Araujo, Parra, Vásquez, Salvatierra, Arce y Montagnini (2013) asumen que:

Las políticas turísticas se inician a través de las políticas económicas, el cual interfiere en el desarrollo económico y productivo del sector. Son un conglomerado de actitudes y estrategias que las instituciones o entes del turismo realizan de forma organizada, para adoptar medidas favorables en la parte turística. Asimismo, estas políticas facultan el pensamiento y apreciación sobre como adecuar los compromisos políticos para componer y trabajar de manera colectiva en el ámbito social. Los objetivos de la política turística, son distintos para cada país, departamento o región, dependerán de la oferta turística existente y de las motivaciones que impulsa a las autoridades responsables de institucionalizar dicha política turística. La política turística, impulsa el incremento de los ingresos tanto a nivel nacional, regional y local; teniendo como consecuencia incrementar los ingresos nacionales. Busca difundir un efecto multiplicador para generar empleos, ingresos e incentivar otros sectores económicos marginales para mejorar las condiciones de vida de la población. (p.3)

Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar

el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. Las políticas turísticas intervienen mucho en distintos sectores, teniendo que ser planteados con claridad para lograr una toma de actividades en beneficio del sector y la población. Es importante resalta que se busca fomentar el turismo sin afectar los recursos que posee el lugar, políticas que deben respetar, para desarrollar el turismo de manera óptima sin ser perjudicial para el bien.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de formación de cultura turística, en los pobladores del distrito de Barranco –Lima 2018?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cuál es el nivel de conciencia turística en la población del distrito de Barranco – Lima 2018?

¿Cuál es el nivel de conocimiento del turismo en la población del distrito Barranco –Lima 2018?

¿Cuál es el nivel de los valores turísticos en la población del distrito de Barranco –Lima 2018?

¿Cuál es el nivel de la oferta turística del Distrito de Barranco – Lima 2018?

¿Cuál es el nivel de las estrategias de turismo local del distrito de Barranco – Lima 2018?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Justificación teórica

Esta investigación se realizó con finalidad de aportar y demostrar que nivel de conocimiento o formación maneja la población acerca del tema cultura turística, y de qué manera puede aplicar u aportar en su vida cotidiana, para mejorar el turismo.

El Distrito de Barranco es un lugar muy visitado, ya que es la cuna de varios artistas también por la amplia historia y cultura que posee.

Se debe tomar en cuenta los efectos positivos que crea, si la población tiene conocimiento, aplicando sus sentimientos, valores para lograr un impacto positivo en este destino turístico y lograr impactar en el crecimiento de la demanda.

Para lograrlo debemos aplicar nuevas actitudes con el visitante, demostrar amabilidad, respeto, ofrecer cuidado y seguridad para que tengan permanezcan en el distrito tranquilos y después nos recomienden con los demás por el buen trato que recibieron durante su permanencia en el país y distrito.

Se justifica de manera teórica con la investigación del Pentur (2012-2021) denominado consolidando un turismo sostenible, el cual pronuncia que la para consolidar la formación de la cultura turística en nuestro país implica ampliar los conocimientos, actitudes, prácticas propicias al turismo y los actores involucrados y la ciudadanía el cual permitirá acoplarlos en el logro de un destino sustentable, de calidad y seguro. (p.21)

1.5.2. Justificación Práctica

Se justifica de manera práctica porque se investigó y aplicó a los personas que trabajan en las entidades prestadoras de servicios turísticos en el Distrito de Barranco, para poder conocer cuál es el nivel de la formación de la cultura turística en los pobladores Barranquinos, con respecto al gran potencial turístico

que posee Barranco, los resultados obtenidos son de ayuda para las instituciones que están inmersas en este rubro como Municipalidad de Barranco, prestadores de servicios, organizaciones, inversionistas y sociedad civil. Para que puedan desarrollar planes de trabajo, proyectos de inversión turística, en base al nivel de formación en cultura turística.

1.5.3. Justificación metodológica

La investigación se justifica de manera metodológica, porque se creó un instrumento de medición con la escala de Likert, el cual tendrá las respuestas puntuadas para la comprensión de las personas a la que se aplicará la encuesta. Para saber hasta qué medida ellos manejan y aplican los conceptos de cultura turística y de qué manera les favorece en su vida y a su distrito.

Luego, mediante el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) se analizará para demostrar la validez de la investigación).

De esta manera se podrá obtener los resultados y explicar cómo se desarrolla la formación de la cultura turística en la población de Barranco.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar el nivel de desarrollo que existe de la formación en cultura turística en los pobladores de Barranco – Lima 2018.

1.6.2. Objetivos específicos

Determinar el nivel de desarrollo que existe de la conciencia turística en los pobladores de Barranco – Lima 2018.

Determinar el nivel de desarrollo que existe del conocimiento del turismo en los

pobladores de Barranco – Lima 2018.

Determinar el nivel de desarrollo que existe de los valores turísticos en los pobladores de Barranco – Lima 2018.

Determinar el nivel de desarrollo que existe de las estrategias de turismo local del Barranco – Lima 2018.

Determinar el nivel de desarrollo que existe en la oferta turística del Barranco – Lima 2018.

Determinar el nivel de desarrollo que existe de las estrategias de turismo local en el distrito de Barranco lima – 2018.

II. Método

2.1. Diseño de investigación

Método.

El método empleado fue inductivo. Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) lo define como:

Un proceso utilizado para sacar conclusiones generales partiendo de hechos particulares. El inductivismo va de lo particular a lo general, este método que se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder llegar a una conclusión que involucre a todos esos casos. La acumulación de datos que reafirmen nuestra postura es lo que hace al método inductivo. (p.11)

En el caso de la investigación se partió de la opinión de los representantes de las entidades prestadoras de servicios turísticos y se generalizó la opinión de los entrevistados para llegar a la conclusión de la investigación.

Enfoque.

Es una investigación cuantitativa, el autor Sierra (2013) considera que:

Este estudio se caracteriza por enfocarse en la investigación social en lo que respecta a su capacidad de medición. En la presente investigación se manifestó su objetividad a través del uso del cuestionario con preguntas que formaron la encuesta que permitió medir la variable y se analiza los resultados mediante cuadros estadísticos. (p. 35)

Tipo

Según su tipo fue aplicada.

Maletta (2015) señala que:

Este tipo de investigación se caracteriza por aplicar un conocimiento ya existente en un determinado espacio para el cual la teoría no fue formulada, pues supone un concepto que va de lo general a lo específico cuando el investigador es quien quiere validarla en una realidad que se limita a un espacio determinado. (p. 438)

En la presente investigación, la limitación geográfica fue llevar a cabo el estudio en el distrito de Barranco y lo que se busca es solucionar el problema que consistiendo en el deficiente nivel de cultura turística en el distrito.

Nivel

Por su nivel, la presente investigación fue descriptiva. Hernández, Fernández y Baptista (2014) lo definen. “Como aquel estudio que busca describir detalladamente el fenómeno social que se quiere medir, este estudio se caracteriza por conocer la realidad, observarla y evaluarla para posteriormente describirla especificando todas las características que la reconozcan como tal” (p. 92).

Diseño de investigación

El diseño empleado en la investigación fue no experimental de corte transversal.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) define:

Un estudio no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables pues estas ya se han originado en el contexto real y por lo tanto el investigador solo se limitará a observar el fenómeno social para luego realizar una adecuada evaluación del mismo. En este caso, los pobladores son observados en su entorno, en su realidad. Por ello en la presente investigación se recolectaron datos y características necesarias sobre la variable formación de la cultura turística de los

pobladores y no hubo manipulación de la variable. Y de corte transversal porque se estudió en un momento determinado y en un espacio geográfico.
(p, 152)

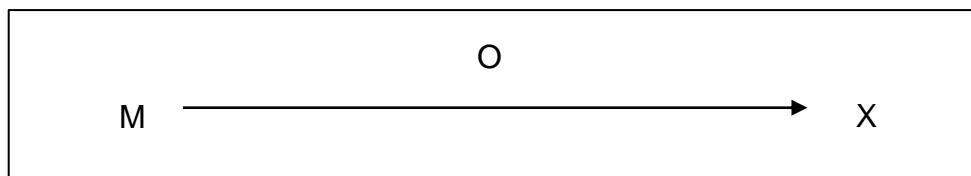


Figura 1. Diseño de investigación

M= Muestra de estudio.

O= Observación de la variable formación de la cultura turística.

X= Comportamiento de la variable formación de la cultura turística.

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1. Definición conceptual la variable: Formación de la Cultura Turística

Mincetur (2016) define cultura turística como:

El conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista y promueven el uso sostenible de los atractivos y resguardo del recurso en todos sus aspectos, reconociendo al turismo como elemento de avance razonable del lugar donde se realiza la actividad turística. Así misma cultura turística consiste en fortalecer la identidad de los ciudadanos del destino turístico, además del buen trato que se tiene que brindar al turista para conseguir que regrese y recomiende el destino con sus amigos y familiares. De esta manera se lleva a la práctica los valores turísticos para lograr un buen manejo y desarrollo de la actividad. Para lograr avanzar favorablemente en cultura turística, se tiene que trabajar en conjunto con los prestadores de servicios turísticos, tienen ofrecer compromiso, para que puedan alcanzar y brindar servicio de calidad. Reconocer la importancia de la actividad

turística y con la participación conjunta se alcanza el desarrollo del turismo y la dinamización del sector.

2.2.2. Definición operacional de la variable: Formación de la cultura turística

La operacionalización de la variable consiste en el procedimiento que se realiza para medir la variable a través de la recolección de datos e información relevantes en un determinado contexto y para obtener los resultados, hacemos uso de sus dimensiones e indicadores para que nos permita analizar la variable, la misma que coincide con el objetivo de la investigación. Jiménez (2016) “operacionalización de las variables”.

En el presente trabajo se busca medir el nivel de desarrollo en la formación de la cultura turística en la población de Barranco, tomando como dimensiones: la conciencia turística, conocimiento del turismo, valores turísticos, oferta turística, estrategias de turismo local, cada una está compuesta por tres indicadores a diferencia de la última dimensión que está compuesta por cuatro indicadores.

El nivel de la variable formación de la cultura turística ha sido medida utilizando la ficha de encuesta, elaborada específicamente para este trabajo por la investigadora.

2.2.3. Operacionalización de las variables:

Tabla 1

Operacionalización de la variable formación en cultura turística

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Conciencia Turística	Desarrollo Sostenible	Del 1 al 3	1= completamente en desacuerdo	Baja : 9 al 20
	Aprovechamiento de los atractivos.	Del 4 al 6		Regular : 21 al 32
	Conservación de los atractivos turísticos.	Del 7 al 9		Buena : 33 al 45
Conocimiento del turismo	Impactos del turismo	Del 10 al 12	2= en desacuerdo 3= ni de acuerdo, ni desacuerdo	Baja : 9 al 20
	Importancia del turismo	Del 13 al 15		Regular : 21 al 32
	Demanda turística	Del 16 al 18		Buena : 33 al 45
Valores turísticos	Actitudes	Del 19 al 21	4= De acuerdo 5= Completamente de acuerdo	Baja : 9 al 20
	Costumbres	Del 22 al 24		Regular : 21 al 32
	Identidad	Del 25 al 27		Buena : 33 al 45
Oferta turística	Atractivos turísticos	Del 28 al 30		Baja : 9 al 20
	Museos	Del 31 al 33		Regular : 21 al 32
	Monumentos	Del 34 al 36		Buena : 33 al 45
Estrategias de turismo local	Ferias turísticas.	Del 37 al 39		Baja : 12 al 27
	Programas de turismo local.	Del 40 al 42		Regular : 28 al 43
	Programas de sensibilización turística.	Del 43 al 45		Buena : 44 al 60
	Política turística	Del 46 al 48		

2.3. Población Universo

La población para la presente investigación estuvo constituida por todas las personas que están involucradas en el sector turismo (trabajadores de servicios turísticos) en el distrito de Barranco, siendo un total de 228 personas a quienes se les aplicó criterios de inclusión y exclusión para obtener la población objetivo.

De acuerdo con Vara (2013), se denomina población. "Universo a todo el conjunto comprendido ya sea por individuos o cosas cuyas características son semejantes

dado que tienen uno o incluso más elementos en común” (p. 221).

Distribución de la población de estudio “Formación de la cultura turística en la pobladores del distrito de Barranco – 2018”.

Tabla 2

Población

Infraestructura Hotelería			Restaurantes			Peñas Criollas	Agencia de viajes	Museos	Teatros	Galerías y espacios de artes plásticas	Subgerencia de turismo MDB
Sector											
A	B	C	A	B	C	A	A	A	A	A	A
7	30	48	10	30	52	6	5	4	13	22	1
85			92			6	5	4	13	22	1
Total de población de estudio			228								

Criterios de inclusión: Se aplicó la encuesta a los representantes de las empresas prestadoras de servicios turísticos, como hoteles, restaurantes, peñas criollas, agencia de viajes, museos, teatros, galería y espacios de artes plásticas y la municipalidad de Barranco (Subgerencia de turismo). Se tomó en cuenta el sector A, ya que son los establecimientos que cuentan con las características indicadas que el turista necesita, siendo estos categorizados y clasificados en el caso de los hoteles, en el caso de los restaurantes no hay categorizados por ende solo se tomó en cuenta los del sector A porque son los que reúnen las condiciones necesarias para este tipo de clientes, en el caso de peñas turísticas, agencias de viajes, museos, teatros, galerías y espacios de artes plásticas se escogió a todas porque son pocos establecimientos y si cumplen con las características para ser consideradas dentro de la población y la municipalidad distrital de Barranco.

Criterios de exclusión: se excluyó de la población a los establecimientos de sector B y C ya que no cuentan con las características necesarias para este tipo de investigación.

2.3.1. Población objetivo.

Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) define a la población objetivo como. “Aquella sobre la cual el investigador desea establecer una conclusión” (p.174).

La población objetivo para la investigación estuvo conformada por los representantes de las empresas prestadoras de servicios turísticos y culturales ubicados en el distrito de Barranco, fueron 68 personas.

Distribución de la población de estudio “Formación de la cultura turística en la pobladores del distrito de Barranco – 2018”.

Tabla 3

Muestra

Infraestructura Hoteleria	Restaurantes	Peñas Criollas	Agencia de viajes	Museos	Teatros	Galerias y espacios de artes plasticas	Subgerencia de turismo MDB
Sector							
A	A	A	A	A	A	A	A
7	10	6	5	4	13	22	1
Total de población de estudio		68					

2.3.2. Muestra y Muestreo

Muestra

El autor Gómez., M (2016) define muestra. “Como la porción de la población” (p. 359). En este caso está constituida por 68 personas, representantes de las empresas prestadoras de servicios turísticos, que se estudia en esta investigación.

Muestreo

Muestreo fue de tipo censal, por la facilidad de contar con todos los componentes de la población objetivo.

Muestreo no probabilístico

Gómez, M. (2016) define. “La selección de los sujetos a estudio dependerá de ciertas características, criterios, que se considere en ese momento” (p. 106).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Tabla 4

Técnica e instrumento de investigación.

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario de 48 preguntas

2.4.1. Técnica

Para la presente investigación se empleó como técnica la encuesta, realizada a los representantes de las empresas prestadoras de servicios turísticos del distrito de Barranco.

Según Tres palacios, Bello y Vásquez (2015)

Una encuesta se caracteriza por detallar las preguntas que la muestra escogida a continuación tendrá que responder. Es una técnica que permite recoger información de un objeto de estudio, y se caracteriza por ser utilizada en investigaciones de tipo cuantitativas. (p. 96)

En la presente investigación, se aplicó esta técnica para la recopilación de los datos que permitieron medir la variable de estudio “nivel de formación en

cultura turística”, por medio de una ficha.

2.4.2. Instrumento

Para la presente investigación se empleó el instrumento elaborado por la investigadora especialmente para la investigación, consistente en 48 preguntas que fueron aplicadas a los representantes de los prestadores de servicios turísticos.

Este instrumento permitió medir la variable “nivel de formación en cultura turística” y las dimensiones determinadas durante la operacionalización de la variable.

Cuestionario

Vara (2013) define. “Se caracteriza por estar compuesto de un conjunto de preguntas que medirán al objeto de estudio cuantitativamente. El autor comenta que este tipo de instrumento será fiable y válido si los reactivos y las alternativas son diseñadas con claridad” (p. 255).

El cuestionario fue elaborado por la investigadora para este trabajo, fue de tipo Likert, las posibilidades de respuestas fueron:

- 1 = Totalmente en desacuerdo.
- 2 = En desacuerdo,
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

Tabla 5
Ficha técnica del instrumento para medir la Variable Nivel de formación en cultura turística.

Formación de la Cultura turística

Nombre del instrumento: Ficha de encuesta para medir el nivel de formación en cultura turística.

Autora: Carmen Zita García Herrera

Lugar de aplicación: Distrito Barranco

Fecha de aplicación: miércoles 06 de junio del 2018

Objetivo: Determinar el desarrollo de la formación en cultura turística de los pobladores del distrito de Barranco – Lima 2018.

Administrado a: representantes de entidades de turismo público y privados.

Tiempo de aplicación: 10 minutos por persona.

Observación: Se realizó en base a las líneas de intervención del Ministerio de comercio exterior y turismo.

Validez del instrumento.

Para la validez del instrumento, se tuvo en cuenta la opinión de tres expertos de la UCV, se encargaron de revisar la variable y sus dimensiones, la matriz de operacionalización de la variable, el cuestionario que fue la encuesta e instrumento de la investigación, los metodólogos dieron como resultado al evaluar el instrumento de medición y su dictamen fue aplicable. “Se entiende por validez el rasgo o grado en que un instrumento mide la variable que necesita medir” (Carrasco, 2013, p.142).

Tabla 6

Validez de contenido de expertos del instrumento Variable Formación de la cultura Turística

Grado académico	Nombre y Apellidos	Dictamen
Dr.	Edwin Alberto Martinez Lopez	Aplicable
Mg.	Cesar Amador Garay Ghilardi	Aplicable
Mg.	Mirtha Sanchez Farias	Aplicable

Confiabilidad del instrumento.

Para determinar la confiabilidad del instrumento de medición, se utilizó la prueba del Alfa de Cronbach, con el objetivo de identificar el grado de similitud que tuvieron los ítems.

A continuación, se presenta la fórmula para calcular la confiabilidad del instrumento mediante la varianza de los ítems:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

Donde:

α = Alfa de Cronbach

K = Número de ítems

V_i = Varianza de cada ítem

V_t = Varianza total

Para calcular el valor, se utilizó el software estadístico SPSS, donde el coeficiente del Alfa de Cronbach tiene valores entre 0 y 1, donde 0 es confiabilidad nula y 1 es confiabilidad total.

Tabla 7

Fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos		
	N	%
Válido	20	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	20	100

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

Tabla 8
Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,864	48

Interpretación

Después de realizar el procesamiento de los datos de las encuestas, y de acuerdo con los resultados del análisis de fiabilidad, el Alfa de Cronbach dió como resultado 0.864 lo que demuestra que el instrumento se encuentra en el nivel de fuerte confiabilidad.

Tabla 9
Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
De 0.50 a 0.75	Moderada
De 0.76 a 0.89	confiabilidad
De 0.90 a 1.00	Fuerte confiabilidad
	Alta confiabilidad

Tomado de: Ruiz Bolívar, C. (2002)

Prueba piloto Distrito de Pueblo Libre

Se realizó una prueba piloto aplicando 20 encuestas a representantes de empresas prestadoras de servicios turísticos en el distrito de Pueblo Libre siendo escogido por contar con características similares al distrito de Barranco.

Tabla 10*Muestra Prueba piloto*

Infraestructura Hotelerá			Restaurantes			Agencia de viajes	Museos	Sitio natural	Galerías	Casonas	Subgerencia de turismo MDPL
A	B	C	A	B	C	Sector					
12	10	28	3	12	20	3	2	1	6	5	1
50			35			3	2	1	6	5	1
Total de población de estudio			103								

Inclusión: De los 103 establecimientos, se tomó en cuenta y se realizó la encuesta a 20 personas representantes de empresas prestadoras de servicios turísticos del distrito de pueblo libre, se aplicó en 2 museos, 3 agencias de viajes, subgerencia de turismo, cultura y deporte 1, restaurantes 4, galerías 6 y 4 hoteles.

Exclusión: Se excluyó de la población a los establecimientos de sector que no cuentan con las características necesarias para este tipo de investigación.

2.5. Métodos de análisis de datos

El análisis de datos significa como van a ser tratados los datos recolectados en sus diferentes etapas. Para ello se emplea la estadística como una herramienta. “Esta fase se presenta posterior a la aplicación del instrumento y finalizada la recolección de los datos. Se procederá a aplicar el análisis de los datos para dar respuesta a las interrogantes de la investigación” (Hevia, 2001, p. 46).

La tabulación de datos: La información recogida del instrumento se pasó al sistema estadístico SPSS versión 25.

Estadística descriptiva

Después de ingresar los datos al sistema SPSS versión 25, se analizó los resultados y se presentaron empleando tablas de frecuencias y gráficos de barras.

2.6. Aspectos éticos

Los datos indicados en esta investigación fueron recogidos del grupo de investigación y se procesaron de forma adecuada sin adulteraciones, pues estos datos están cimentados en el instrumento aplicado. La investigación se certifica por no haber conllevado a la acción del plagio porque, la información ingresada en el desarrollo de la investigación fue citada según las normas APA, de esta manera se respetó la propiedad intelectual de los autores. Por otro lado, los datos que se presentaron son verídicos y reales, no existe manipulación de la información obtenida.

La investigación contó con la autorización correspondiente (jefe, gerente, director de la institución) para aplicar la encuesta. Asimismo, se mantuvo: (a) el anonimato de los sujetos encuestados, manteniendo su confiabilidad (b) el respeto y consideración y (c) No hubo prejujuamiento.

III. Resultados

Resultados descriptivos de la variable formación de la cultura turística.

Análisis descriptivo de la variable formación de la cultura turística.

Tabla 11

Formación de la cultura turística en los pobladores del Distrito de Barranco -Lima 2018

Formación de la cultura turística			
Nivel	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Baja	9-20	26	38,2
Regular	21-32	32	47,1
Buena	33-45	10	14,7
Total			100%

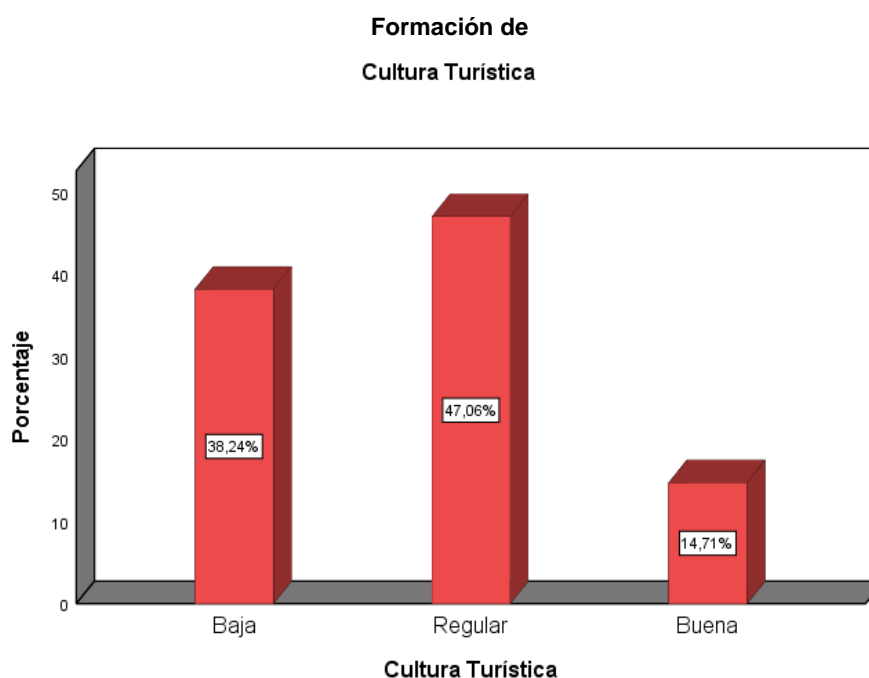


Figura 2. Formación de la cultura turística

Interpretación

De la Tabla 11 se observa el (38,2%) de los pobladores de Barranco manifiesta tener cultura turística baja, el (47,1%) manifiesta que la cultura turística es de nivel regular, el (14,7%) es buena. Reflejando que la cultura turística de la población en el distrito de Barranco es regular con un (47,1%).

Análisis descriptivo de la Dimensión Conciencia turística.

Tabla 12

Conciencia turística de los pobladores del Distrito de Barranco -Lima 2018

Conciencia turística			
Nivel	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Baja	9-20	24	35,29
Regular	21-32	30	44,12
Buena	33-45	14	20,59
Total			100%

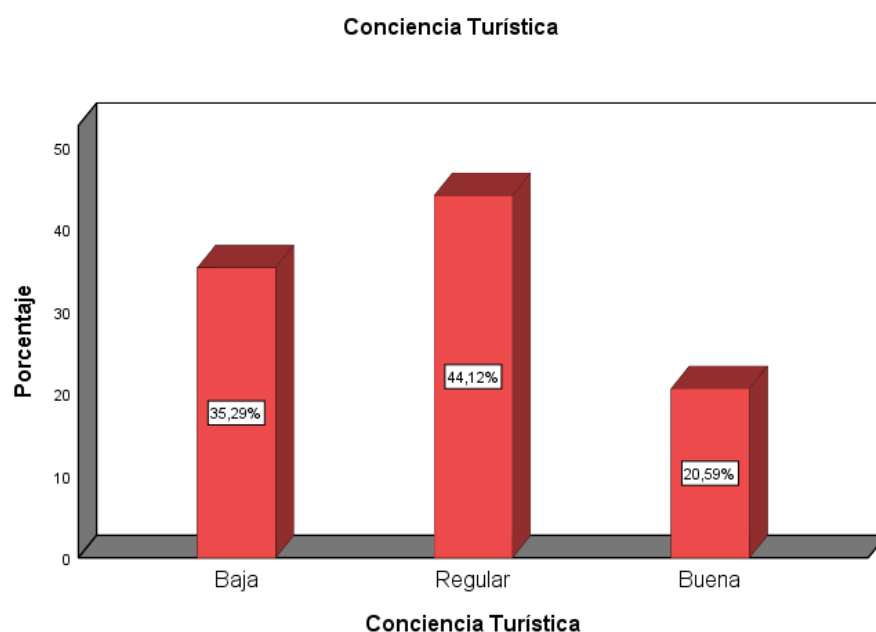


Figura 3. Conciencia turística

Interpretación

De la Tabla 12 se observa el (35,29%) de los pobladores de Barranco tiene conciencia turística baja, el (44,12%) manifiesta que la conciencia turística es de nivel regular, el (20,59%) es buena. Llegando a la conclusión que la conciencia turística en el distrito de Barranco es baja con un (44,12%).

Análisis descriptivo de la Dimensión Conocimiento del turismo.

Tabla 13

Conocimiento del turismo de los pobladores del Distrito de Barranco -Lima 2018.

Conocimiento del turismo			
Nivel	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Baja	9-20	13	19,12
Regular	21-32	36	52,94
Buena	33-45	19	27,94
Total			100%

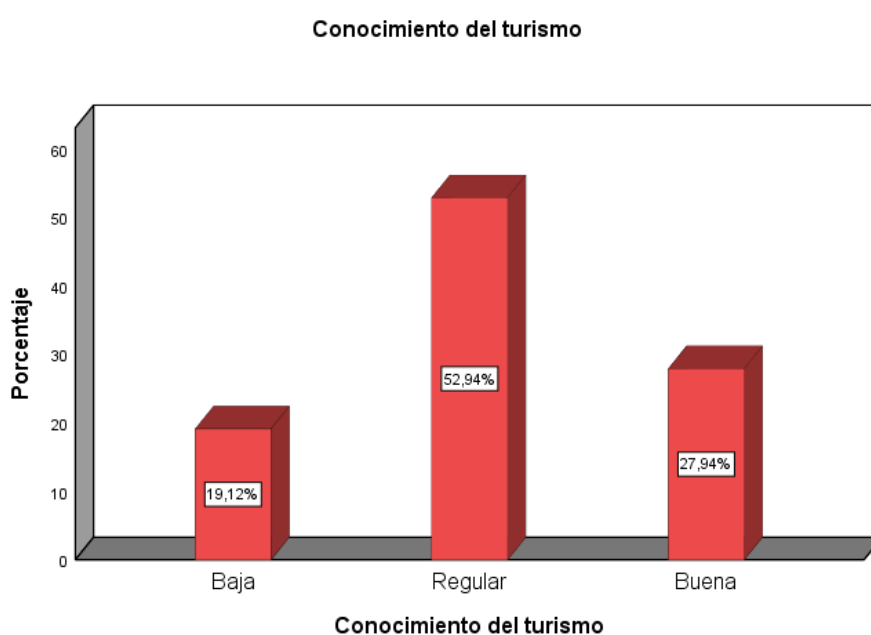


Figura 4. Conocimiento del turismo de los pobladores del Distrito de Barranco - Lima 2018

Interpretación

De la Tabla 13 se observa el (19,12%) de los pobladores de Barranco manifiesta que conocimiento del turismo en el distrito es baja, el (52,94%) manifiesta que la conciencia turística es de nivel regular, el (27,94%) es buena. Llegando a la conclusión que el conocimiento del turismo en el distrito de Barranco es regular con un (52,94%).

Análisis descriptivo de la Dimensión 3 Valores turísticos.

Tabla 14

Valores turísticos de los pobladores del Distrito de Barranco –Lima 2018

Valores turísticos			
Nivel	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Baja	9-20	29	38,24
Regular	21-32	24	44,12
Buena	33-45	15	17,65
Total			100%

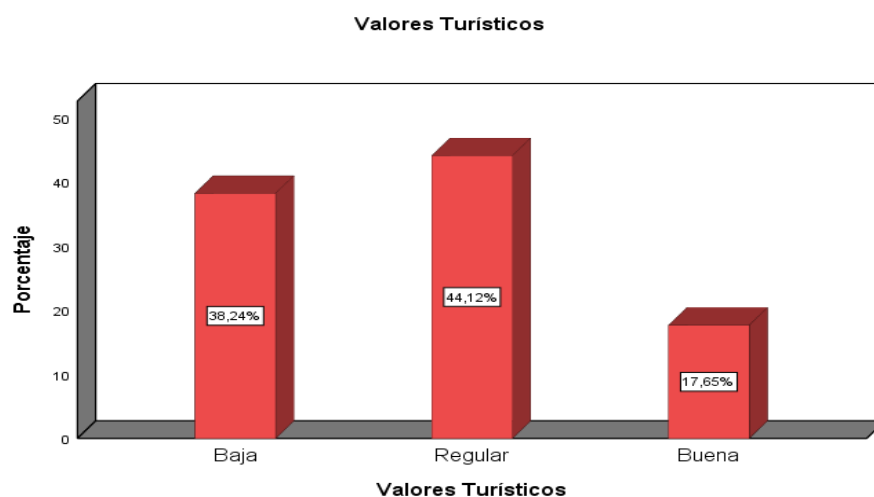


Figura 5. Valores turísticos

Interpretación:

De la Tabla 14 se observa el (17,65%) de los pobladores de Barranco manifiesta que los valores turísticos en el distrito es baja, el (44,12%) manifiesta que la conciencia turística es de nivel regular, el (38,24%) es buena. Llegando a la conclusión que los valores turísticos en el distrito de Barranco es baja con un (44,12%).

Análisis descriptivo de la Dimensión 4 Oferta turística

Tabla 15

Dimensión 4 oferta turística de los pobladores del Distrito de Barranco -Lima 2018

Oferta Turística			
Nivel	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Baja	9-20	22	32,4
Regular	21-32	30	44,1
Buena	33-45	16	23,5
Total			100%

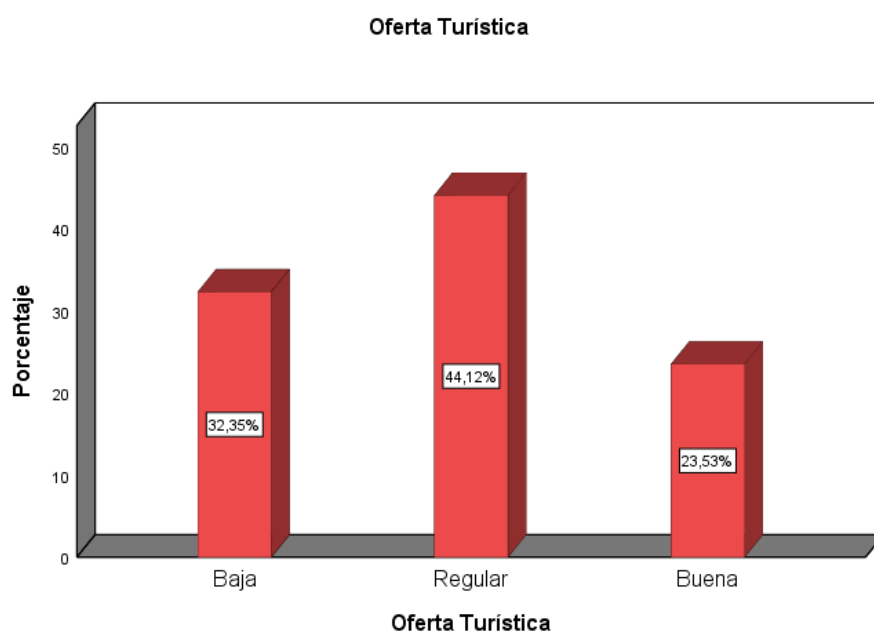


Figura 6. Oferta turística

Interpretación:

De la Tabla 15 se observa el (32,4%) de los pobladores de Barranco manifiesta que la oferta turística en el distrito es baja, el (44,1%) manifiesta que la conciencia turística es de nivel regular, el (23,5%) es buena. Llegando a la conclusión que la oferta turística en el distrito de Barranco es regular con un (44,1%).

Análisis descriptivo de la Dimensión 5 Estrategias de turismo local

Tabla 16

Dimensión 5 Estrategias de turismo local de los pobladores del Distrito de Barranco -Lima 2018

Estrategias de turismo local			
Nivel	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Baja	12-27	41	60,3
Regular	28-43	23	33,8
Buena	44-60	4	5,9
Total			100%

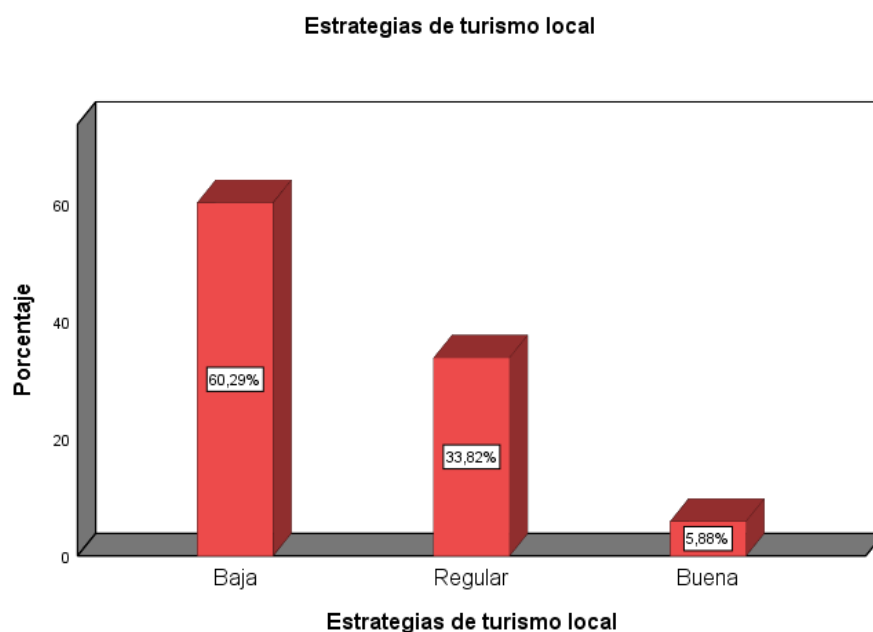


Figura7. Estrategía de turismo local

Interpretación

De la Tabla 16 se observa el (60,3%) de los pobladores de Barranco manifiesta que las estrategias de turismo local en el distrito es baja, el (33,8%) manifiesta que la estrategias de turismo local es de nivel regular, el (5,9%) es buena. Llegando a la conclusión que las estrategias de turismo local en el distrito de Barranco es baja con un (60,3%).

IV. Discusión

La presente investigación surgió a partir del crecimiento del turismo en el Perú, ya que ha mantenido un crecimiento continuo en la llegada de turistas internacionales durante el periodo 2011-2015, registrando un crecimiento promedio anual de 7,4% convirtiéndose, entre otros, en un motor de desarrollo social y económico capaz de contribuir a la inclusión social, la reducción de la pobreza, entre otros. El crecimiento del turismo hace posible que se origine el incremento de la actividad turística en las diferentes regiones, distritos, como es el caso de Barranco, ya que está posicionado como uno de los distritos de mayor actividad cultural y turística de la ciudad. Su patrimonio arquitectónico ha hecho que se convierta en un referente cultural a nivel nacional y latinoamericano.

Sin embargo, existe una división marcada ya que hay zonas donde se encuentran los atractivos y se encuentran vulnerables por las actividades de riesgo que realiza el poblador Barranquino sin importarle que la misma afecte el sector turístico ya que cambia de un modo la imagen que se tiene del distrito de pasar un lugar cultural a bohemio e inseguro con personas que no tienen respeto por las personas que visitan el distrito ya que se aprovechan de los visitantes. Por tal motivo se tiene que tomar las medidas necesarias para brindar una oferta turística de calidad y promover un recibimiento óptimo a los turistas. El cual tiene el propósito de conocer el nivel de formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco. Se procuró determinar la cultura turística segmentado en grupos de personas dedicadas al sector turístico, tanto público como privado, el cual fueron los encargados de evaluar la formación en cultura turística que posee el poblador Barranquino, dando así un inicio y puntos a la investigación, respaldándose en los actores involucrados del sector y conocedores de la industria, pudiéndose aplicar al distrito la investigación científica relacionadas a la materia.

De tal manera, resultó de vital importancia el estudio del tema, ya que contribuye con el método científico y promueve la investigación. Por lo tanto, para conseguir los resultados, se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario de 48 ítems. La validez interna del estudio se respalda en el instrumento escogido, el cual fue validado por la modalidad de expertos, determinando así la validez de contenido del cuestionario. Asimismo, para sustentar la fiabilidad del instrumento, se sometió a la prueba estadística Alfa de

Cronbach, el cual arrojó como resultado 0.864, lo que demostró que el instrumento tuvo una fuerte fiabilidad.

Con respecto al objetivo general de la investigación que fue explicar el desarrollo de la formación en cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco. Según los resultados a través del instrumento de la investigación y la aplicación de la estadística, se obtuvo que el 47, 1% de la población tiene una cultura turística de nivel regular. Y tomando en cuenta el artículo de Díaz y Machado (2016) señala que la cultura turística es la forma de comprender, manejar y valorar la actividad turística, se focaliza en la satisfacción de los turistas, ya que genera beneficios económicos para las comunidades que los alberga, basada en la conciencia que el poblador desarrolla en su región y realce que le dé al mismo para el crecimiento de su economía. Se resalta que inculcando el conocimiento de la cultura turística, podemos desarrollar e incrementar el turismo sostenible poniendo en práctica estos, el buen manejo de los recursos, promover el buen trato, establecer confianza en el visitante y se alcanzará el objetivo deseado que es crecer en materia de turismo y ser visto como un lugar hospitalario acto para cumplir con la demanda turística. Se debe conocer la importancia de la cultura turística en los pobladores, sin embargo no se ha priorizado capacitar a la población conocer más sobre su distritos, conseguir la sostenibilidad de la actividad turística en el distrito, alcanzar nuevos retos para mantenerla activa.

La conciencia turística es otra dimensión de la investigación cuyo resultado fue de 44,12% teniendo un nivel regular, indicando que se debe a que parte de la población aún no está sensibilizada, no tiene conciencia acerca de los beneficios y desarrollo que trae consigo manejar la actividad de manera sustentable no se ha puesto en práctica lo escrito en la Carta Internacional del Turismo Cultural ya que define por conciencia, como el conocimiento de todas las personas que ocupan un país, con respecto a su identidad, sus orígenes, costumbres heredados por sus antepasados, el cual tienen conocimiento y deberán sentirse identificados e inculcar a las futuras generaciones para que se mantenga y mejoren con el transcurrir del tiempo. Formar cultura en la población, sensibilizando y tomando conciencia, se tiene como resultado un turismo sustentable ya que el

comportamiento contribuye al desarrollo del turismo y el impulso económico del territorio en que se desarrolla la actividad turística. De esta manera podemos prosperar como país, porque un país con valores y actitudes positivas con el ambiente y con los visitantes tanto nacionales y extranjeros, es un país cuya finalidad es desarrollarse en el aspecto monetario y cultura. Por lo que es preciso trabajar unidos, teniendo como consigna que la cultura turística es cuestión de valores, costumbres identidad y sostenibilidad que se verá reflejada en las entradas financieras de la población que se dedica a este rubro. (Como se citó en Díaz y Machado 2016).

Por otra parte al referirnos por conocimiento del turismo nos encontramos que el poblador Barranquino posee un 47,1% obtenido como resultado en la aplicación del instrumento en el distrito siendo este de nivel regular el cual indica que la población tiene noción acerca de la actividad y de los beneficios pero no se involucra realmente. Y comparando lo sostenido por el autor Gurria Di Bella (2013) el cual precisa que el turismo es el traslado voluntario de personas que recorren diferentes destinos por motivo de distracción, descanso, o cualquier otra motivación, salen fuera de su medio habitual a otro, en el que solo realizan actividades de ocio. Generando efectos o impactos como financieros, sociales, culturales y ambientales. El aumento continuo tanto de la demanda como de la oferta de servicios turísticos en el Perú y el mundo, favorece a mejorar la calidad de vida y el bienestar de todos los miembros de la sociedad. El autor señala que la industria turística ayuda a generar mejores condiciones de vida para comunidad. Es por ello que es vital que la población tenga conocimiento del turismo para que no ignore los beneficios que trae consigo el desarrollar la actividad en el distrito.

Y haciendo referencia de lo publicado en el Pentur (2016), resalta el desarrollo de la actividad turística como base para alcanzar desarrollar la economía y el aspecto social en el Perú. El turismo es una industria que contribuye al progreso e incremento de la economía de los países, estableciéndose como uno de los factores trascendentales en erradicar la escasez financiera en la población. Esta industria comprende varios sectores que se encargan de proveer diferentes tipos de bienes y servicios a los turistas. El

plan nacional resalta los datos estadísticos como el PBI del turismo incremento del 2011 al 2015 del 3,6% a 3,9%, al igual que el gasto turístico interno creció el 2015 y el ingreso de moneda extranjera tuvo un aumento de US\$ 4 151 millones en los años 2011 y 2015, por tal motivo se tiene que tener conocimiento de la industria turística y sus beneficios.

Así mismo otra de las dimensiones estudiadas corresponde a los valores turísticos obteniendo como resultado un nivel regular (44,12%) siendo este un principio importante y que no se le está dando la debida trascendencia, ya que debemos ponerlos en práctica todos los seres humanos y que el autor Peña (2016) define valores como principios que dé inicio a orientar la conducta para realizarse como personas. Son creencias ideológicas fundamentales que ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. Son fuente de satisfacción y plenitud que reflejan interés, sentimientos y convicciones más importantes valores, actitudes y conductas. De tal manera, si nos referimos a los valores turísticos se plantea como la importancia que le da las personas a los recursos, se sustenta por la necesidad que posee el individuo con determinados principios que nos sirvan para apreciar un determinado bien. Teniendo como consecuencia comportamientos de aprecio y estima hacia los atractivos culturales. Ya que un valor es el punto de vista permanente que posee el individuo acerca de algo y lo comparte con la sociedad, para que adhieran los valores a su vida cotidiana.

Por otro lado cuando nos referimos a la industria turística nos concentramos directamente en la oferta turística que nos pueda ofrecer el destino, la oferta turística es importante para el estudio y se obtuvo un nivel regular, ya que los pobladores consideran que el 44, 1% de la oferta está en condiciones para dicha actividad y contrastando con Gurria Di Bella (2013) manifiesta que las personas que viajan lo hacen motivados, ya que se desplaza de un lugar a otro voluntariamente hacia un destino de su interés. Este destino o lugar debe contar con ciertas características que lo hagan atractivo. Es decir, un sitio que atrae al turista por todo lo que puede obtener de él y puede ofrecerle los satisfactores que sus necesidades temporales o permanentes demanda. Ahora bien, este mecanismo, al parecer tan sencillo, facilita los satisfactores que el turista requiere

y que se le puedan proporcionar en el sitio al cual se desplaza esto es ponerlos a su alcance lo que constituye, en realidad, un complejo sistema en el cual interviene gran número de subsistemas, cuyos factores no siempre son racionalmente controlados a fin de equiparar, cualitativa y cuantitativamente, tanto en lo físico como en lo moral, la oferta con la demanda. Por ende la oferta en Barrano se tiene que mejorar, tiene que ser más atractiva para el turista y se tiene que tener financiamiento del sector público como privado.

Para finalizar, planteamos la última dimensión ligada a las estrategias de turismo local, obteniendo como resultado 33,8% , aspecto que se tiene que trabajar para poder generar más demanda según lo indica Rufin (2013) sostiene que estrategias son propósitos a lograr a corto y largo plazo adoptando acciones y designar los recursos esenciales para conseguir las metas. Son actividades que los actores involucrados plantean y desarrollan para obtener resultados positivos para el distrito, y puede ser en distintos aspectos como estrategias de conservación, nuevas políticas de turismo. Teniendo en cuenta que una estrategia bien formulada ayuda a ordenar y asignar los recursos de una organización de una forma singular y viable basada en sus capacidades carencias internas relativas, en la anticipación a los cambios del entorno y en las eventuales maniobras de los adversarios inteligentes.

Poniendo énfasis y resaltando que en muchos lugares, el turismo conforma la minoría, ya que se está propagando ampliamente y obtiene mayor distinción en el futuro. Muchos territorios del mundo como un gran número de países y sus respectivas áreas, todavía están lejanos para cumplir y llegar a desarrollarse, por lo consiguiente se tendría que poner énfasis a la cultura turística, hacerlo viable para avanzar firmemente hacia el avance de los pueblos, tratando con sensatez los recursos para hacer posible la difusión y concientización del potencial turístico que podemos aprovechar y cuidar; sintiéndonos identificados con ello y con nuestra cultura.

V. Conclusiones

- Primera.** Se determinó que el 38,2% de los Barranquinos posee un nivel de cultura turística baja, el 47,1% tiene nivel de cultura turística regular y el 14,7% presenta un nivel de cultura turística buena. Llegando a la conclusión que la cultura turística de los pobladores del distrito de Barranco es de nivel regular con un 47,1%, reflejando que aún no se está manejando correctamente el tema del turismo, ya que existen porcentajes indicando que aún no se cuenta con una población que sepa manejar, valorar y comprender la actividad turística como eje para desarrollar el distrito.
- Segunda.** Se determinó que el 35,29% de los Barranquinos posee nivel de conciencia turística baja, el 44,12% tiene nivel de conciencia turística regular y el 20,59% presenta un nivel de conciencia turística buena. Llegando a la conclusión que los pobladores del distrito de Barranco tienen baja conciencia turística, reflejando que aún no se está manejando correctamente el tema del turismo, ya que existen porcentajes indicando que aún no se cuenta con una población total que haga frente al desarrollo del turismo en el distrito de Barranco, indicando que la población no se encuentra sensibilizada, no toma conciencia acerca de los beneficios y desarrollo que trae consigo manejar la actividad de manera sustentable.
- Tercera.** Se determinó que el 29,4% de los Barranquinos posee nivel de conocimiento del turismo bajo, el 47,1% manifiesta tener conocimiento del turismo un nivel regular, el 23,5% posee un nivel de conocimiento del turismo bueno. Llegando a la conclusión que el conocimiento del turismo de los pobladores del distrito de Barranco es regular con un 47,1%, reflejando que aún no se está manejando correctamente el tema del turismo, ya que existen porcentajes indicando que aún no se cuenta con una población total que haga frente al desarrollo del turismo en el distrito de Barranco.

- Cuarta.** Se determinó que el 17,65% de los Barranquinos posee un nivel de valores turísticos baja, el 44,12% manifiesta que sus valores turísticos es de nivel regular y el 17,65% presenta un nivel de valores turísticos buena. Llegando a la conclusión que los valores turísticos que posee la población es regular con un 44,12%, reflejando que aún no se está manejando correctamente la oferta turística, no ya que existen porcentajes indicando que aún no se cuenta con una población total que haga frente al desarrollo del turismo en el distrito de Barranco.
- Quinto.** Se determinó que el 32,4% de los pobladores de Barranco manifiesta que la oferta turística en el distrito es baja, el 44,1% manifiesta que la oferta turística es de nivel regular y el 23,5% es buena. Llegando a la conclusión que la oferta turística en el distrito de Barranco es regular con un 44,1%, reflejando que las entidades públicas encargados del sector no están trabajando con respecto de crear o fortalecer la oferta turística, con el objetivo de desarrollo el turismo en el distrito e incrementar los ingresos.
- Sexto:** Se determinó que el 60,3% de los pobladores de Barranco manifiesta que las estrategias de turismo local en el distrito es baja, el 33,8%, manifiesta que las estrategias de turismo local es de nivel regular, el 5,9% es buena. Llegando a la conclusión que las estrategias de turismo local en el distrito de Barranco es baja con un 60,3%, reflejando que las entidades públicas y privadas encargados del sector no está tomando las medidas necesarias para desarrollar las estrategias y mejorar el turismo en el distrito.

IV. Recomendaciones

En base a los resultados hallados, se indica a la municipalidad tomar en cuenta las siguientes recomendaciones producto de la investigación.

Primera: Se recomienda que la municipalidad distrital de Barranco involucre a los pobladores en los proyectos turísticos que se desarrolle en la localidad, permitiendo que sean partícipes el desarrollo del turismo, ya que la población se encuentra en un nivel de cultura turística de nivel regular, deberá realizarse capacitaciones a la población, acerca del tema para mejorar la actividad en el distrito de Barranco.

Segunda: Se aconseja a la municipalidad gestionar su presupuesto destinado al área de turismo y cultura, debiendo priorizar programas de concientización y sensibilización turística dirigidos a la población, ya que se encuentra en un nivel de conciencia turística bajo y pueda aportar al desarrollo del sector en el distrito de Barranco.

Tercera: Se aconseja a la municipalidad desarrollar programas de capacitación, brinde información acerca del turismo y los beneficios de desarrollar la actividad en el distrito de Barranco, para mejorar la calidad de vida de la población.

Cuarta. Se propone a la gerencia de turismo, educación y cultura de la municipalidad de Barranco que elabore programas o planes de trabajo con la temática de concientización y sensibilización en cultura turística a los pobladores Barranquinos con respecto al buen trato que deben dar a los turistas que visitan su distrito.

Quinto: Se recomienda actualizar e inventario de atractivos turísticos, para poder mejorar la oferta turística del distrito de Barranco.

Sexto: Se recomienda crear un plan concertado de turismo, ya que no cuenta con uno hasta el momento, crear una política de turismo.

VI. Referencias

- Araujo, M., Parra, R., Vásquez, E., Salvatierra, B., Arce, A. y Montagnini F. (2013). *Políticas turísticas, actores sociales y ecoturismo en la península de Yucatán*. Economía, sociedad y territorio. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=320bb292>
- Acerenza, M. (2013a). *Conceptualización, origen y evolución del turismo* (2a. ed.). México: Editorial Trillas.
- Acerenza, M. (2013b). *Desarrollo sostenible y gestión del turismo* (2a. ed.). México: Editorial Trillas.
- Benavides, G. (2015). *Políticas públicas del turismo receptivo colombiano*. Recuperado de <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S2215910X15000117>
- Cayo, N. y Velásquez, A. (2017). *Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico – Perú* recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221971682017000200005
- Díaz, A. y Machado, R. (2016). La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa “Colegios Amigos del Turismo” en Colombia. *Turismo y Sociedad*, xix, pp.49-71. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04>
- Domínguez, D. (2016). *Cuadros de costumbres en Cuba y Puerto Rico: de la historia natural y la literatura de viajes a las ciencias sociales*. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=a80e7f41-0e7e-4d62-9375-fc584891a734%40sessionmgr4008>
- Espinosa, H. (2017). *El aprovechamiento de la miel melipona como un atractivo turístico sustentable de Quintana Roo El Periplo Sustentable*. México: recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193452905017> Universidad Autónoma del Estado de México Toluca
- Faraldo, J. y Rodríguez, C. (2013). *Introducción a la historia del turismo*. Madrid:

Editorial Alianza, S.A.

Gurria Di Bella (2013). *Introducción al turismo*. México: Editorial Trillas

Hernández, S., Fernández C., Baptista L. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.

Jiménez, J., Moreno, M., y Ortiz, V. (2013). *Culturas de los estudiantes de investigación en programas de doctorado en educación*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v16n50/v16n50a11.pdf>.

Mantorell, C., (2017). *Turismo cultural reflexiones para un encuentro sostenible entre turismo y cultura*. (1ra. ed.). Lima: Fondo editorial

Mincetur (2015). *Visión, Misión y Objetivos*. Recuperado de <http://ww2.mincetur.gob.pe/institucional/acerca-del-ministerio/vision-mision-y-objetivos/>

Mincetur (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 PENTUR..* Recuperado de http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Mincetur (2013). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012 – 2021*. Recuperado de http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/PENTUR_Final.pdf

Miralbell, O. (2015). *Gestión de oficinas de turismo*. Barcelona : Editorial UOC

Miralbell, O., Arcarons, R., Capella, J., Gonzales, F., Pallás, J. (2014). *Gestión pública de turismo edición diseño de la colección* (4ª ed.). Barcelona : Editorial UOC

Municipalidad de Barranco (s.f.). *Atractivos turísticos*. Recuperado de <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/ciudad/attractivos-turisticos>

Municipalidad de Barranco (s.f.). *Agenda 21*. Recuperado de <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/agenda21-1>

- Municipalidad de Barranco (s.f.). Plan de cultura (2016-2021). Recuperado de <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/plandecultura>
- Organización Mundial del Turismo (2016). *Alianza entre turismo y cultura en el Perú – Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. Recuperado de <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417575>
- Ortiz, F. (2015). *Diccionario de metodología de la investigación científica* (3ra. ed.). Mexico: Editorial Limusa
- Promperú (2015). *Perfil del Turista Extranjero 2014. El turismo en Cifras*. Recuperado de <http://media.peru.info/IMPP/2014/Perfil-Turista-Extranjero/Perfil-del-Turista-Extranjero-2014.pdf>
- Peña, M. (2016). *Percepción y la práctica de valores de los estudiantes de secundaria en la I.E José del Carmen Arista - 2016* (Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo). Recuperada de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/5214/Pe%C3%B1a_BMB.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, C. (2013). *Visión integral del turismo*. Fenómeno dinámico universal. México: Trillas.
- Rodríguez, A., Muñoz, A., González, D. (2013). Historia, Definición y Legislación de la feria comerciales. Revista Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XLVI 449-466/ ISSN: 1133-3677. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4183934.pdf>
- Rufin (2013). *Marketing turístico* (2da. ed.). editorial: Sanz y Torres
- Salazar, I. (2012). *Identidad diversidad cultural en el norte del Perú-Chiclayo*. Perú: Ediciones Filka
- Serra, A. (2013). *Marketing Turístico* (2da. ed.). Madrid: Editorial Esic.
- Díaz, A. y Machado, R. (2016). *La Formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa “Colegios Amigos del Turismo” en*

Colombia. Turismo y Sociedad, xix, pp.49-71. Recuperado de:
<http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04>

Vara, A. (2013). *7 pasos para una tesis exitosa*. Desde la idea inicial hasta la sustentación. (3ra. ed.). Perú: USMP.

Varisco, C., Benseny, G., y Padilla, N. (2016). *Concientización turística y ambiental –Comunicación presentada en Mercosur –Argentina*. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/2490/>

Villena, C., (2013). *Introducción al turismo , teoría y realidad peruana* (10^a. ed.). Lima: Edición del autor

Anexos

Anexo 1. Artículo científico

Formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco –Lima 2018.

1. AUTOR

Br. Carmen Zita Garcia Herrera
Carmengarcia17_1@hotmail.com

2. RESUMEN

La presente investigación titulada: La formación de cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco - Lima 2018, tuvo como objetivo general determinar el nivel de desarrollo de la formación en cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco. El método empleado fue inductivo, el tipo de investigación fue aplicada de nivel descriptivo, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental: transversal. La población universo estuvo formada por 223 personas, se aplicó los criterios de inclusión y exclusión obteniendo así la población objetivo formada por 68 personas que forman parte de entes públicos y privados ligada al sector turístico, la técnica de muestreo fue censal, por la facilidad de contar con todos los componentes de la población objetivo. La técnica empleada para recolectar información fue la ficha de encuesta consistió en un cuestionario de 48 preguntas. Se llegó a las siguientes conclusiones: (a) La cultura Turística se encuentra en un nivel regular constatando que aún no se está manejando correctamente el tema del turismo, indicando que aún no se cuenta con una población total que haga frente al desarrollo del turismo en el distrito de Barranco . (b) La conciencia, en la población es primordial para desarrollar un turismo responsable, sostenible, pero en el distrito se encuentra en un nivel bajo y (c) La población debe ser sensibilizada y concientizada, para aprender a ser personas amables con los visitantes, brindando un buen servicio obteniendo como resultado la satisfacción del turista y el desarrollo del distrito. Con respecto al objetivo general de la investigación fue determinar el nivel de desarrollo de la formación en cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco.

PALABRAS CLAVE

Cultura turística, conciencia, turismo, atractivos turísticos.

3. ABSTRACT

The present investigation titled: The formation of tourist culture in the inhabitants of the district of Barranco - Lima 2018, had as general objective to determine the level of development of the formation in tourist culture in the inhabitants of the district of Barranco. The method used was inductive, the type of research was applied at a descriptive level, with a quantitative approach; of non-experimental design: transversal. The universe population was made up of 223 people, the inclusion and exclusion criteria were applied, obtaining the objective population formed by 68 people that are part of public and private entities linked to the tourism sector, the sampling technique was census, for the ease of count on all the components of the target population. The technique used to collect information was the questionnaire consisting of a questionnaire of 48 questions. The following conclusions were reached: (a) The tourism culture is at a regular level, noting that the issue of tourism is still not being handled correctly, indicating that there is still not a total population that faces the development of tourism in the district of Barranco. (b) Conscience, in the population is essential to develop a responsible, sustainable tourism, but in the district it is at a low level and (c) The population must be sensitized and aware, to learn to be kind people with visitors, providing a good service obtaining as a result the satisfaction of the tourist and the development of the district. With respect to the general objective of the research was to determine the level of development of training in tourism culture in the residents of the district of Barranco.

4. KEYWORDS

Tourism culture, awareness, tourism, tourist attractions.

5. INTRODUCCIÓN

El ministerio de comercio exterior y turismo planteó en “el Pentur (2016-2025)” mencionó sobre cultura turística; es una declaración del sentimiento de propiedad de la población por medio de su historia, costumbres, bailes, lenguas, para impulsar la identificación nacional, sentimiento de estima hacia el recurso, la cooperación de los pobladores de la localidad del sector turístico, en su papel de colectividad les brinda atención y acogida en el lugar. De esta manera

asegura su retorno y recomendación, así como, el desarrollo del compromiso de entidades involucradas en el sector de ofrecer bienes de calidad y de manera responsable. (p.132).

Por lo tanto, la MDB en su “plan concertado de Barranco (2016-2020)” define como el conjunto de rasgos que caracterizan y resaltan a un lugar, sociedad o grupo social. Involucra al ser humano a comprometerse y a tomar conciencia sobre los valores y creando opciones para mantenerlo activo y busca nuevos prospectos para mejorarla. El poblador debe cuidar y reflexionar acerca de lo que su distrito posee, ya que de eso depende que sus tradiciones, creencias, costumbres se conserven y pueda ser ofertadas a los visitantes y ser conocido en el ámbito turístico. (p.60).

6. METODOLOGÍA

La población estuvo constituida por 68 personas representantes de las empresas prestadoras de servicios turísticos del distrito de Barranco.

La muestra fue intencional, según Sampieri (2016), es la elección de los individuos que se estima que son representativos o típicos de la población. Por ello esta muestra consta con 68 personas de ambos sexos, entre 18 a 60 años de edad. (p.10).

Se realizó muestreo no probabilístico, ya que la selección de los sujetos a estudio dependerá de ciertas características, criterios, que se considere en ese momento. (Manterola, 2016 p. 228).

El método empleado fue hipotético deductivo, teniendo enfoque o su naturaleza es una investigación cuantitativa. La presente investigación se manifestó su objetividad a través del uso del cuestionario con preguntas que formaron la encuesta que permitió medir la variable, siendo analizados los datos por el SPSS.

El Nivel de la investigación es descriptiva, tal como sostiene Hernández, Fernández y Baptista, el estudio busca describir detalladamente el fenómeno

social que se quiere medir, este estudio se caracteriza por conocer la realidad, observarla y evaluarla para posteriormente describirla especificando todas las características.(2014, p. 92).

El diseño empleado en la investigación fue no experimental de corte transversal como señala Hernández, Fernández y Baptista, un estudio no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables pues estas ya se han originado en el contexto real y por lo tanto el investigador solo se limitará a observar el fenómeno social para luego realizar una adecuada evaluación del mismo. Y de corte transversal porque se estudió en un momento determinado y en un espacio geográfico. (2014, p, 152).

Se empleó como técnica la encuesta, realizada a los representantes de las empresas prestadoras de servicios turísticos del distrito de Barranco.

Instrumento

Para la presente investigación se empleó una ficha de encuesta elaborado por la investigadora especialmente para la investigación, consistió en 48 preguntas que fueron aplicadas a los representantes de los prestadores de prestadores de servicios turísticos.

Cuestionario

Está compuesto de un conjunto de preguntas que medirán al objeto de estudio cuantitativamente. El cuestionario elaborado fue de tipo Likert, las categorías de respuestas fueron: 1 = Totalmente en desacuerdo. 2 = En desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo

7. RESULTADOS

La dimensión cultura turística el (47,1%) manifiesta que la cultura turística es de nivel regular, la dimensión conciencia turística presenta el (44,12%) siendo de nivel regular, la dimensión Conocimiento del turismo presenta el (47,1%) nivel regular, la dimensión valores turísticos presenta el (42,7%) nivel bajo, la dimensión oferta turística presenta el (44,1%) manifiesta ser de nivel bajo, la dimensión estrategias de turismo local presenta el (60,3%) de los pobladores de

Barranco manifiesta que las estrategias de turismo local en el distrito es baja.

8. DISCUSIÓN

La presente investigación surgió a partir del crecimiento del turismo en el Perú, ya que ha mantenido un crecimiento continuo en la llegada de turistas internacionales durante el periodo 2011-2015, registrando un crecimiento promedio anual de 7,4% convirtiéndose, entre otros, en un motor de desarrollo social y económico capaz de contribuir a la inclusión social, la reducción de la pobreza, entre otros. El crecimiento del turismo hace posible que se origine el incremento de la actividad turística en las diferentes regiones, distritos, como es el caso de Barranco, ya que está posicionado como uno de los distritos de mayor actividad cultural y turística de la ciudad. Su patrimonio arquitectónico ha hecho que se convierta en un referente cultural a nivel nacional y latinoamericano.

Sin embargo, existe una división marcada ya que hay zonas donde se encuentran los atractivos y se encuentran vulnerables por las actividades de riesgo que realiza el poblador Barranquino sin importarle que la misma afecte el sector turístico ya que cambia de un modo la imagen que se tiene del distrito de pasar un lugar cultural a bohemio e inseguro con personas que no tienen respeto por las personas que visitan el distrito ya que se aprovechan de los visitantes. Por tal motivo se tiene que tomar las medidas necesarias para brindar una oferta turística de calidad y promover un recibimiento óptimo a los turistas. El cual tiene el propósito de conocer el nivel de formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco. Se procuró determinar la cultura turística segmentado en grupos de personas dedicadas al sector turístico, tanto público como privado, el cual fueron los encargados de evaluar la formación en cultura turística que posee el poblador Barranquino, dando así un inicio y puntos a la investigación, respaldándose en los actores involucrados del sector y conocedores de la industria, pudiéndose aplicar al distrito la investigación científica relacionadas a la materia. Para conseguir los resultados, se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario de 48 ítems. La validez interna del estudio se respalda en el instrumento escogido, el cual fue validado por la modalidad de juicio de expertos, determinando así la validez de contenido del cuestionario. Asimismo, para sustentar la fiabilidad del instrumento, se sometió a la prueba estadística Alfa de Cronbach, el cual arrojó

como resultado 0.864, lo que demostró que el instrumento tuvo una fuerte fiabilidad.

Con respecto al objetivo general de la investigación que fue determinar el nivel de desarrollo de la formación de cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco. Según los resultados a través del instrumento de la investigación y la aplicación de la estadística, se obtuvo de la variable cultura turística el 47, 1% siendo el resultado nivel regular.

9. CONCLUSIONES

En base a los resultados hallados, se indica a la municipalidad tomar en cuenta las siguientes recomendaciones producto de la investigación.

- Se recomienda que la municipalidad distrital de Barranco involucre a los pobladores en los proyectos turísticos que se desarrollen en la localidad, permitiendo que sean partícipes el desarrollo del turismo.
- Se propone a la gerencia de turismo, educación y cultura de la municipalidad de Barranco que elabore programas o planes de trabajo con la temática de concientización y sensibilización en cultura turística a los pobladores Barranquinos con respecto al buen trato que deben dar a los turistas que visitan su distrito.
- Se recomienda ver el tema de las discotecas nocturnas, crear un plan de para evitar que se genere desorden en las noches y no se siga perjudicando la imagen del distrito.
- Preveer el tema de la delincuencia en el distrito, con el objetivo de combatir la misma y que ello permita mejorar el bienestar social de los residentes.
- Crear un plan concertado de turismo, ya que no cuenta con uno hasta el momento, crear una política de turismo.
- Crear, desarrollar y consolidar una oferta turística sostenible, para que cumpla con las condiciones necesarias de los atractivos turísticos, manteniendo así sus características del bien y brindar las condiciones para una experiencia turística de calidad.

10. REFERENCIAS

Hernández, S., Fernández C., Baptista L. (2014) *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.

Mincetur. (2016). *PENTUR. Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Recuperadode:http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Mincetur. (2013). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012 – 2021*. Recuperadde:http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/PENTUR_Final.pdf

Municipalidad de Barranco. (s.f.). *Atractivos turísticos*. Recuperado de: <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/ciudad/atractivos-turisticos>

DECLARACIÓN JURADA**DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN
PARA LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO**

Yo, Carmen Zita García Herrera, estudiante, del Programa Maestría en gestión pública la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 43757858, con el artículo titulado “Formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco –Lima 2018”

Declaro bajo juramento que:

- 1) El artículo pertenece a mi autoría
- 2) El artículo no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido autoplagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lima, 18 de Agosto del 2018.

Nombres y apellidos

Carmen Zita García Herrera

ANEXO 2 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Formación de la cultura turística en los pobladores del distritos de Barranco – Lima 2018						
Autor: Carmen Zita García Herrera						
Problema	Objetivos	Variables e indicadores				
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuál es el nivel de formación en cultura turística de los pobladores del Distrito de Barranco-Lima 2018?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Cuál es el nivel de conciencia turística en la población del distrito de Barranco – Lima 2018?</p> <p>¿Cuál es el nivel de conocimiento del turismo en los pobladores del distrito de Barranco – Lima 2018?</p> <p>¿Cuál es el nivel de valores turísticos en los pobladores del Distrito de Barranco – Lima 2018?</p> <p>¿Cuál es el nivel de la oferta turística en el distrito de Barranco – Lima 2018?</p> <p>¿Cuál es el nivel de las estrategias de turismo local en el distrito de Barranco – Lima 2018.</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar el nivel de desarrollo que existe de la formación en cultura turística en los pobladores del Distrito de Barranco –Lima 2018</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar el nivel de desarrollo que existe de la conciencia turística en los pobladores del distrito de Barranco – Lima 2018</p> <p>Determinar el nivel de desarrollo que existe del conocimiento del turismo en los pobladores del distrito de Barranco – Lima 2018.</p> <p>Determinar el nivel de desarrollo que existe de los valores turísticos en los pobladores de distrito de Barranco – Lima 2018.</p> <p>Determinar el nivel de desarrollo que existe de la oferta turística en el distrito de Barranco – Lima 2018.</p>	Variable :Formación de la cultura turística				
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
		Conciencia turística	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo Sostenible. Aprovechamiento de los atractivos turísticos Conservación de los atractivos turísticos. 	1 al 3 4 al 6 7 al 9	Escala de Likert 1= Completamente en desacuerdo. 2= En desacuerdo. 3= ni de acuerdo ni desacuerdo. 4= De acuerdo. 5= Completamente de acuerdo.	Regular : 9 al 20 Buena : 21 al 32 Muy Buena : 33 al 45
		Conocimiento del turismo	<ul style="list-style-type: none"> Impactos del turismo. Importancia del turismo. Demanda turística. 	10 al 12 13 al 15 16 al 18	Escala de Likert 1= Completamente en desacuerdo. 2= En desacuerdo. 3= ni de acuerdo ni desacuerdo. 4= De acuerdo. 5= Completamente de acuerdo.	Regular : 9 al 20 Buena : 21 al 32 Muy Buena : 33 al 45
		Valores turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Actitudes Costumbres Identidad 	19 al 21 22 al 23 24 al 27	Escala de Likert 1= Completamente en desacuerdo. 2= En desacuerdo. 3= ni de acuerdo ni desacuerdo. 4= De acuerdo. 5= Completamente de acuerdo.	Regular : 9 al 20 Buena : 21 al 32 Muy Buena : 33 al 45
		Oferta turística	<ul style="list-style-type: none"> Atractivos turísticos Museos Monumentos 	28 al 30 31 al 33 34 al 36	Escala de Likert 1= Completamente en desacuerdo. 2= En desacuerdo. 3= ni de acuerdo ni desacuerdo. 4= De acuerdo. 5= Completamente de acuerdo.	Regular : 9 al 20 Buena : 21 al 32 Muy Buena : 33 al 45

	Determinar el nivel de desarrollo que existe de las estrategias de turismo local en el distrito de Barranco – Lima 2018.	Estrategias de turismo Local	<ul style="list-style-type: none"> • Ferias turísticas. • Programas de turismo local. • Programas de sensibilización turística. • Política turística 	37 al 39 40 al 42 43 al 45 46 al 48	Escala de Likert 1= Completamente en desacuerdo. 2= En desacuerdo. 3= ni de acuerdo ni desacuerdo. 4= De acuerdo. 5= Completamente de acuerdo.	Regular : 12 al 27 Buena : 28 al 43 Muy Buena : 44 al 60
Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Estadística a utilizar				
Nivel: Aplicada Diseño: el estudio de investigación es no experimental de corte transversal porque se tomarán los datos directamente de la población en un solo momento y no se produce control de las variables. Método: En la investigación se utilizara el método inductivo.	Población: La población para la investigación fueron los representantes de las empresas prestadoras de servicios turísticos y culturales ubicados en el distrito de Barranco, teniendo una población censal de 68 personas. Tipo de muestreo: No Probabilístico La selección de los sujetos a estudio dependerá de ciertas características, criterios, que se considere en ese momento. Tamaño de muestra: 68 personas.	DESCRIPTIVA: Para el procesamiento de datos se hará uso de estadística descriptiva se usó tablas de frecuencia y gráficos en barras para organizar, simplificar y resumir información básica a partir de un conjunto de datos que permitirá elaborar tablas y figuras para un mejor entendimiento en el análisis de la información.				

Anexo 5. Instrumento

Ficha de encuesta para medir la variable Formación de la cultura turística

El presente cuestionario es un instrumento de investigación que se viene desarrollando en la Escuela de Posgrado de la UCV; por lo que se le solicita a Ud. su colaboración, respondiendo c/u de las preguntas y marcando con un aspa (X) una sola alternativa. Las respuestas son totalmente anónimas.

5: Totalmente de acuerdo **4:** De Acuerdo **3:** Ni de acuerdo ni en desacuerdo

2: En desacuerdo **1:** Totalmente en desacuerdo

Nº	Variable 1: Formación en Cultura Turística	Escalas de Calificación				
		5	4	3	2	1
Dimensión 1: Conciencia turística						
1	El turismo en Barranco se desarrolla adecuadamente.					
2	Existe mantenimiento permanente de los atractivos turísticos de Barranco.					
3	La población debería ser partícipe en el desarrollo de distrito en cuanto a turismo y cultura se refiere.					
4	Se está aprovechando los atractivos turísticos para el desarrollo del distrito.					
5	Es importante difundir información acerca de aprovechamiento de los atractivos turísticos de Barranco.					
6	El buen uso y aprovechamiento de los atractivos turísticos beneficia al Barranquino con la demanda turística.					
7	Se encuentra en buen estado de conservación los atractivos turísticos de su distrito.					
8	Es importante que la municipalidad de Barranco realice proyectos de conservación de los atractivos turísticos.					
9	Participaría usted en campañas de conservación de los atractivos turísticos de Barranco.					
Dimensión 2: Conocimiento del turismo						
10	El turismo promueve su distrito.					
11	El turismo en Barranco es conocido a nivel nacional e internacional.					
12	El turismo genera trabajo a los pobladores del distrito.					
13	Es importante el turismo.					
14	La calidad del servicio al turista genera mayor desarrollo.					
15	Es importante que el poblador Barranquino tenga conocimiento del turismo.					
16	Barranco cuenta con infraestructura adecuada para atender la llegada de más turistas.					
17	La demanda del turismo en Barranco es creciente.					
18	La calidad de vida de la población ha mejorado con el incremento de la demanda turística.					
Nº Variable 1: Formación en Cultura Turística		Escalas de Calificación				
Dimensión 3: Valores Turísticos		5	4	3	2	1
19	El Barranquino es amable con el turista.					
20	Una buena actitud del poblador Barranquino atrae a más turistas.					
21	El comerciante Barranquino debería sobrevalorar el precio de sus productos al cliente extranjero.					
22	Barranco es conocido por sus actividades turísticas.					

23	El poblador Barranquino mantiene las costumbres de su distrito.					
24	Es importante difundir las costumbres del distrito.					
25	El Barranquino se identifica con su distrito.					
26	Se siente orgulloso de Barranco.					
27	Es importante conocer la historia y los atractivos turísticos de Barranco.					
Dimensión 4: Oferta Turística						
28	El Barranquino sabe lo que representan sus atractivos turísticos.					
29	¿Barranco es conocido como cuna de varios artistas					
30	El poblador tiene conocimiento que la Ermita es considerado patrimonio cultural.					
31	El Barranquino conoce los museos que hay en su distrito.					
32	Los museos resaltan la historia del distrito de Barranco.					
33	Le parece importante al poblador Barranquino que se realicen exhibiciones temporales de artistas internacionales en los museos.					
34	Es importante el monumento de Chabuca Granda.					
35	Los monumentos representan la historia del distrito.					
36	El Barranquino cree que su distrito sirve de inspiración para algunos artistas.					
Dimensión 5: Estrategias de Turismo Local						
37	Es importante que la municipalidad realice ferias turísticas en el distrito.					
38	Es importante que la municipalidad realice u inventario turístico para mejorar las ferias turísticas.					
39	El poblador Barranquino participa en ferias turísticas organizadas por la municipalidad de Barranco.					
40	Los programas turísticos son estrategias de turismo local.					
41	El turista muestra interés por los programas turísticos que realiza la municipalidad.					
42	Los programas turísticos motivan el turismo nacional e internacional.					
43	Beneficia a la población los programas de cultura turística.					
Nº	Variable 1: Formación en Cultura Turística	Escala de calificación				
Dimensión 5: Estrategias de Turismo Local		5	4	3	2	1
44	Los programas turísticos dirigidos a niños y adultos fomentan el turismo.					
45	La municipalidad debe promover programas de cultura y turismo.					
46	La municipalidad debe crear una política pública de turismo.					
47	Las diferentes gestiones de la municipalidad deben darle continuidad a las políticas de turismo.					
48	Es importante la política de turismo.					

Anexo 6. Formato de validación

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): ...MIRTHA SANCHEZ FARIAS.....

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría con mención en Gestión Pública de la UCV, en la sede norte, promoción 2017- I, aula 612 B, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la presente investigación y con la cual optaré el grado de Magíster.

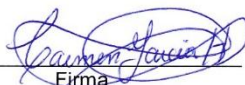
El título nombre de mi proyecto de investigación es: Formación de la cultura turística en los pobladores de Barranco – Lima 2018 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Apellidos y nombre:
García Herrera Carmen Zita
D.N.I: 43757858



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE
La Cultura turística de los pobladores del distrito de Barranco –Lima 2018

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Conciencia Turística							
1	Desarrollo Sostenible.	✓		✓		✓		
2	Aprovechamiento de los atractivos turísticos	✓		✓		✓		
3	Conservación de los atractivos turísticos.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2 Conocimiento del turismo							
4	Impactos del turismo.	✓		✓		✓		
5	Importancia del turismo.	✓		✓		✓		
6	Demanda turística.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3 Valores turísticos							
7	Actitudes	✓		✓		✓		
8	Costumbres	✓		✓		✓		
9	Identidad	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 4 Oferta turística							
10	Atractivos turísticos	✓		✓		✓		
11	Museos	✓		✓		✓		
12	Monumentos	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 5 Estrategias de turismo local							
13	Ferias turísticas	✓		✓		✓		
14	Programas de turismo local	✓		✓		✓		
15	Programas de sensibilización turística.	✓		✓		✓		
16	Política turística	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Sancho Fariña, Micaela*

DNI: *25710021*

Especialidad del

validador: *Derecho en Derecho*

14 de *Julio* del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Firma]
 Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): EDWIN ALBERTO MARTÍNEZ LÓPEZ

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría con mención en Gestión Pública de la UCV, en la sede norte, promoción 2017- I, aula 612 B, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la presente investigación y con la cual optaré el grado de Magíster.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: Formación de la cultura turística en los pobladores de Barranco – Lima 2018 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Apellidos y nombre: García Herrera Carmen Zita
D.N.I.: 43757858



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE
La Cultura turística de los pobladores del distrito de Barranco –Lima 2018

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 Conciencia Turística								
1	Desarrollo Sostenible.	✓		✓		✓		
2	Aprovechamiento de los atractivos turísticos	✓		✓		✓		
3	Conservación de los atractivos turísticos.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2 Conocimiento del turismo								
4	Impactos del turismo.	✓		✓		✓		
5	Importancia del turismo.	✓		✓		✓		
6	Demanda turística.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3 Valores turísticos								
7	Actitudes	✓		✓		✓		
8	Costumbres	✓		✓		✓		
9	Identidad	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4 Oferta turística								
10	Atractivos turísticos	✓		✓		✓		
11	Museos	✓		✓		✓		
12	Monumentos	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5 Estrategias de turismo local								
13	Ferias turísticas	✓		✓		✓		
14	Programas de turismo local	✓		✓		✓		
15	Programas de sensibilización turística.	✓		✓		✓		
16	Política turística	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si HAY Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: MARTINEZ LOPEZ EDWIN ALBERTO DNI: 09080059

Especialidad del validador: METODOLOGO

14 de Julio del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: César Amador Garay Ghilardi

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría con mención en Gestión Pública de la UCV, en la sede norte, promoción 2017- I, aula 612 B, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la presente investigación y con la cual optaré el grado de Magister.

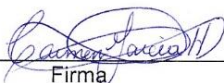
El título nombre de mi proyecto de investigación es: Formación de la cultura turística en los pobladores de Barranco – Lima 2018 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Apellidos y nombre:
García Herrera Carmen Zita
D.N.I.: 43757858

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

La Cultura turística de los pobladores del distrito de Barranco –Lima 2018

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Conciencia Turística							
1	Desarrollo Sostenible.	✓		✓		✓		
2	Aprovechamiento de los atractivos turísticos	✓		✓		✓		
3	Conservación de los atractivos turísticos.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2 Conocimiento del turismo	Si	No	Si	No	Si	No	
4	Impactos del turismo.	✓		✓		✓		
5	Importancia del turismo.	✓		✓		✓		
6	Demanda turística.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3 Valores turísticos	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Actitudes	✓		✓		✓		
8	Costumbres	✓		✓		✓		
9	Identidad	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 4 Oferta turística	✓						
10	Atractivos turísticos	✓		✓		✓		
11	Museos	✓		✓		✓		
12	Monumentos	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 5 Estrategias de turismo local							
13	Ferias turísticas	✓		✓		✓		
14	Programas de turismo local	✓		✓		✓		
15	Programas de sensibilización turística.	✓		✓		✓		
16	Política turística	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay

suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable

Aplicable después de corregir

No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:.....

DNI:.....

Caray Gilardi César Acuña

Especialidad del validador:.....

Magister en Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

07 de Julio del 2018

[Firma]
Firma del Experto Informante.

-

++



Acta de Aprobación de originalidad de Tesis

Yo, Edwin Alberto Martínez López, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Lima Norte, revisor de la tesis titulada "Formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco – Lima 2018" de la estudiante Carmen Zita García Herrera y habiendo sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin, he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 24 % verificable en el reporte de originalidad del programa turnitin, grado de coincidencia que cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 18 de agosto del 2018


Dr. Edwin Alberto Martínez López

DNI:09080039

Docente de la EPG - UCV

Feedback Studio - Google Chrome
 Es seguro | https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=984115906&s=1&lang=es&u=1075197110

feedback studio G.P. -- /0 < 7 de 18 > ?


Formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco –Lima 2018.

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
 Maestra en Gestión Pública

AUTOR:
 Lic. Carmen Zita Garcia Herrera

ASESOR:
 Dr. Edwin Alberto Martínez López

Resumen de coincidencias X

24 %

#	Fuente de Internet	%
1	repositorio.ucv.edu.pe	6 %
2	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	4 %
3	www.mincetur.gob.pe	2 %
4	docplayer.es	1 %
5	pt.scribd.com	1 %
6	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	1 %
7	www.docstoc.com	1 %

Página: 1 de 73 Número de palabras: 17265 Text-only Report High Resolution Activado

17:05
1/03/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

García Herrera Carmen Zita
D.N.I. : 43757858
Domicilio : Jr. Eloy Espinoza 570-572 Urb. Ing. SMP
Teléfono : Fijo : 4311274 Móvil : 999770648
E-mail : Carmengarcia171@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :
Escuela :
Carrera :
Título :

Tesis de Posgrado

Maestría

Doctorado

Grado : MAESTRA
Mención : GESTIÓN PÚBLICA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

García Herrera Carmen Zita
.....
.....

Título de la tesis:

FORMACIÓN DE LA CULTURA TURÍSTICA EN LOS
POBLADORES DEL DISTRITO DE BARRANCO - LIMA 2018

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha :

29/11/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Escuela de PosGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

García Herrera Carmen Zita

INFORME TITULADO:

FORMACIÓN DE LA CULTURA TURÍSTICA EN LOS POBLADORES
del Distrito de BARRANCO - LIMA 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA

SUSTENTADO EN FECHA: 17 de Agosto del 2018

NOTA O MENCIÓN: Aprobado Por unanimidad



JB

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN