



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
GESTIÓN PÚBLICA**

“Identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la
Municipalidad de Mala, 2020”

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión Pública**

AUTORA:

Br. Romero Nuñez, Ludmy Violeta (ORCID: 0000-0002-0962-9724)

ASESOR:

Mg. Candia Menor, Marco Antonio (ORCID: 0000-0002-4661-6228)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión ambiental y del territorio

Lima - Perú

2020

Dedicatoria

Se lo dedico a mi madre que está en el cielo.

Agradecimiento

Al profesor Marco Candia Menor por su apoyo constante, así como a los otros docentes que conocí en el transcurso de esta Maestría, a mi familia por su colaboración y apoyo.

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
Índice de tablas	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGÍA	23
3.1. Tipo y diseño de investigación	23
3.2. Variables y operacionalización	25
3.3. Población, muestra y muestreo	28
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
3.5. Procedimientos	31
3.6. Método de análisis de datos	31
3.7. Aspectos éticos	32
IV. RESULTADOS	33
V. DISCUSIÓN	39
VI. CONCLUSIONES	46
VII. RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS	50
ANEXOS	59
Anexo 1. Matriz de operacionalización.	60
Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos-Cuestionarios.	61
Anexo 3. Validación de la prueba de Aiken.	63
Anexo 4. Detalle de confiabilidad.	67
Anexo 5. Print de la base de datos	72
Anexo 6. Tabla de especificaciones.	74
Anexo 7. Carta de presentación.	76
Anexo 8: Respuesta de recepción de carta de presentación	77

Anexo 9. Matriz de consistencia	78
Anexo 10. Validación de instrumentos	79
Declaratoria de originalidad del autor	87
Declaratoria de autenticidad del asesor	88
Autorización de publicación en el repositorio	89
Anexo 14. Autorización de la versión final del trabajo de tesis	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fiabilidad de la variable Identidad Cultural.	30
Tabla 2. Fiabilidad de la variable Turismo sostenible.	31
Tabla 3. Tabla cruzada de variable: identidad cultural -Turismo sostenible.	33
Tabla 4. Tabla cruzada: Conocimiento – Turismo sostenible	33
Tabla 5. Tabla cruzada: Percepción – Turismo sostenible	34
Tabla 6. Tabla cruzada: Cultura – Turismo sostenible	35
Tabla 7. Prueba de normalidad de la variable Identidad cultural	35
Tabla 8. Prueba de normalidad de la variable Turismo sostenible	36
Tabla 9. Correlación de las variables Identidad cultural - Turismo sostenible	36
Tabla 10. Correlación de Dimensión Conocimiento - Turismo sostenible	37
Tabla 11. Correlación de Dimensión Percepción - Turismo sostenible	37
Tabla 12. Correlación de Dimensión Percepción - Turismo sostenible	38

RESUMEN

El trabajo de investigación de título “Identidad cultural y desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020” presenta como objetivo principal determinar la relación entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

La metodología utilizada es de tipo aplicada, nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, método hipotético-deductivo, diseño no experimental y de corte transversal.

La técnica utilizada es la encuesta y la muestra es de tipo censal de 30 personas, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk, donde se estableció una correlación entre la variable identidad cultural y turismo sostenible $Rho = -0.398$ y un el grado de significancia = 0.029 ($p < 0,05$).

Palabras clave: Identidad cultural, desarrollo, turismo sostenible.

ABSTRACT

The research work entitled "Cultural identity and sustainable tourism development in the Municipality of Mala, 2020" presents as its main objective to determine the relationship between cultural identity and the development of sustainable tourism in the Municipality of Mala, 2020.

The methodology used is applied, correlational level, quantitative approach, hypothetical-deductive method, non-experimental design and cross-section.

The technique used is the survey and the sample is a census type of 30 people the Shapiro-Wilk test was applied, where a correlation was established between the variable cultural identity and sustainable tourism $Rho = -0.398$ and a degree of significance = 0.029 ($p < 0.05$).

Keywords: Cultural identity, developing, sustainable tourism.

I. INTRODUCCIÓN

La identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible son conceptos que se han manejado a nivel internacional desde hace mucho tiempo como situaciones o casos independientes, temas ajenos unos de otros, sin embargo, en la actualidad los gobiernos han observado que estos temas son necesarios para el desarrollo económico de un país, para lograrlo se requiere de un turismo más responsable ya que éste es uno de los pilares de la economía mundial; en 1975 se crea la Organización Mundial del Turismo (OMT) la agencia de las Naciones Unidas encargada de la difusión de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, 1991 se crea el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WITTC) donde se utiliza por vez primera el concepto de turismo sostenible, en 1993 se da origen al programa: Hacia un Desarrollo Sostenible por la Comunidad Europea, en 1995 se definen las líneas generales para el ejercicio de un turismo que respete los recursos naturales por medio del Programa de las Naciones Unidas por el Medio Ambiente (PNUMA), en el 2006 en Bhután se presenta la Ley de Turismo Bhutanesa que rija el turismo sostenible, en 2009 el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) elabora el manual de uso de la ficha de evaluación para la sostenibilidad de proyectos enfocados en el turismo.

A nivel internacional la United Nations for Education, Science and Culture Organization (UNESCO) es una de las organizaciones que apoyan y financian proyectos relacionados con la identidad cultural a nivel mundial, como obras, impulso de políticas culturales, fundación de un Fondo Internacional para la diversidad cultural, entre otros, para proteger la identidad de cada país, protegiendo su historia, sus monumentos, su legado.

A nivel latinoamericano, hoy en día el turismo se ha diversificado en diversas áreas como el turismo acuático, de montaña, ecológico, religioso, gastronómico, paisajístico, entre otros, lo que ha traído como resultado más afluencia de turistas a nivel mundial logrando el impulso económico de cada país pero trayendo como consecuencia el daño al medio ambiente, lo cual a largo plazo será perjudicial ya que disminuiría la afluencia de los turistas y por ende perjudicaría el ingreso económico de cada país.

Las acciones por el turismo sostenible se han dado desde 1992 con la Cumbre de Río cuya meta era la unificación del desarrollo sostenible al turismo, forjar un acuerdo internacional nuevo e imparcial a través de la elaboración de nuevos niveles de colaboración entre los Estados, las áreas relevantes de las sociedades y las personas, que se plasmaron en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. En 1999 en Santiago de Chile la OMT (Organismo Mundial del Turismo) aprueba el código ético para el turismo.

El desarrollo del turismo sostenible debe verse como una guía de desarrollo que siempre está en evolución para satisfacer las necesidades actuales y futuras de las personas involucradas, las comunidades, los turistas y los gobiernos (Torres, 2015).

Es por ello que el turismo sostenible es una nueva alternativa como desarrollo, que ha venido siendo aplicado para establecer de manera sustentable una relación entre los pobladores y el medio ambiente. El turismo sostenible se concentra en la gestión de los recursos en general para que estos satisfagan las necesidades de las personas sea en lo económico, social, político-institucional, así como la protección del medio ambiente (Proaño, Ramírez y Pérez, 2019).

Asimismo, en 1975 se crea el Convenio sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de la Flora y Fauna (CITES), generando así medidas para proteger y salvaguardar la flora y fauna. En 1982 con la Convención sobre el Derecho del Mar (CNUDM), se crea un régimen jurídico para los océanos y mares del mundo que establecen unas normas que rigen los usos de los océanos y sus recursos. De esta manera se protege los recursos naturales a nivel mundial.

Debido a que Latinoamérica estuvo sujeto a innumerables fases de conquistas, guerras internas, conflictos sociales, pugnas religiosas y demás, la identidad cultural se vio deformada, alienada, forzada, denigrada lo que trajo como consecuencia un abandono temporal de la propia identidad de las personas en y como sociedad.

Para entender la identidad latinoamericana hay que conocer y comprender sus orígenes, saber la carga emocional, psicosocial, que contiene internamente (Cordero, 2015).

En la actualidad en Latinoamérica, la identidad cultural se ve como motor de desarrollo que está orientado a las festividades religiosas, las costumbres, ritos, lenguaje, entre otros, lo que eventualmente favorece el impulso o desarrollo del turismo nacional e internacional de cada país.

El Perú es un estado multicultural y pluricultural, que cuenta con una gran variedad de identidad cultural la cual se refleja en la variedad de eventos de índole religiosos (carnavales de la Virgen de la Candelaria, Semana Santa, El Señor de los Milagros entre otros), sitios arqueológicos como Kuelap, Machupicchu, Caral, las líneas de nazca, Chanchan entre otros, festividades gastronómicas, lenguaje, costumbres, vestimentas, etc. La identidad cultural en el Perú no puede ser definida bajo un solo concepto ya que es un país multicultural y etnolingüística diferentes, las 3 zonas tanto costa, sierra y selva han sido desde la época de la conquista sometidos e influenciados de manera agresiva a aprender otras costumbres y culturas, lo que trajo que cada zona, poblado y etnia rechazara estas nuevas enseñanzas y tratara de mantener su propia identidad (García, 2018). La identidad cultural se manifiesta por medio de sus expresiones como las costumbres, valores, creencias, orgullos, así como por el comportamiento lo que genera un sentir de pertenencia (Ballesteros, Gracia, Ocaña y Jácome, 2018). Es por ello que no hay un concepto universal, general sobre la identidad cultural, ya que cada persona lo interpreta y manifiesta de manera individual.

Todas estas actividades turísticas traen un efecto negativo específicamente al medio ambiente, por lo que el Perú desde 1997 ha tomado acciones de protección sobre sus áreas naturales a través de la Ley 26834 Ley de Áreas Naturales Protegidas, en 1998 se da la Ley 26961 Ley para el desarrollo de la actividad turística, en el 2005 se da la Ley 28529 Ley del guía de turismo, en el año 2007 se da la Ley 28982 La Ley que regula la protección y defensa del turista, y la Ley 28952 que modifica la Ley 26961 Ley para el desarrollo de la actividad turística, en 2009 se da la ley 29408 Ley general del turismo y en 2018 se modifica a través de la Ley 30753. En el 2017 el Perú fue elegido miembro del Consejo Ejecutivo, órgano directivo mayor de la OTM en China para el periodo 2019-2021, lo que consolida su posicionamiento con respecto al turismo sostenible.

La identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible se ha convertido en una nueva alternativa para fomentar el turismo e impulsar el desarrollo económico interno; el MINCETUR es la entidad responsable de la promoción turística en el Perú no solo de manera interna sino externa, se cuenta igualmente con el Ministerio de Cultura para la protección y cuidado de nuestra identidad reflejada en la arquitectura, lenguaje, grupos étnicos, festividades entre otros. A pesar de contar con un reglamento la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación Ley 28296 debe señalarse que el Ministerio de Cultura no se da abasto para cumplir el rol de protección de nuestra cultura material e inmaterial y por ende nuestra identidad cultural.

El Perú cuenta con la Ley 27972 Ley Orgánica de Municipalidades donde se establecen las acciones y lineamientos sobre el turismo, su promoción y conservación; en su artículo 82, inciso 15 señalan fomentar el turismo sostenible [...], inciso 20 señalan [...] fortalecer la identidad cultural de la población campesina, nativa y afroperuana (El Peruano, 2003).

A pesar de contar con esta ley 27972 Ley Orgánica de Municipalidades, la municipalidad no hace mucho esfuerzo sobre fomentar el turismo sostenible y fortalecer la identidad cultural, posiblemente a los cortos periodos de sus autoridades o también al desinterés de las mismas. La Municipalidad de Mala cuenta con un ROF (Reglamento de Organización y Funciones), en su área sub gerencia de turismo es la encargada de promover el turismo que implica entre ellas difundir el patrimonio natural y cultural del distrito, en su artículo 149 (Funciones) en el inciso 1 señala la formulación, ejecución y evaluación de un plan estratégico que fomente el turismo sostenible que permita contribuir con el nivel socioeconómico; con respecto a la promoción o fortalecimiento de la identidad cultural, solo hacen referencia de manera general la elaboración de actividades costumbristas (inciso 8), y realizar actividades costumbristas entre otras atracciones turísticas (inciso 14). (Municipal de Mala Ordenanza Municipal 017-2019-MDM).

La Municipalidad de Mala debería ver a la identidad cultural y el turismo sostenible de manera conjunta más no como elementos separados o aislados, para que de esta manera se dé un mayor impulso el desarrollo turístico en la zona y para generar

más ingresos económicos no solo a la municipalidad sino a sus pobladores de manera directa e indirecta. No debe verse a la identidad cultural como un medio sólo económico sino como un medio social para fortalecer sus propias raíces a través de campañas de reforzamiento de la identidad cultural; las cuales podrían con talleres de canto, danza, pintura entre otros reforzar las identidades culturales, así como fortalecen las relaciones sociales y crean conexión con su entorno cultural, las personas se reconectan con sus raíces culturales (Kagan y Burton, 2014); el ser parte de un grupo fortalece la identidad cultural de la persona e influye en los sentimientos, pensamientos y conductas de la persona (Espinosa, Fernández, Cueto y Pain, 2013).

Debe de comprenderse que antes del impulso del turismo y el desarrollo económico, los pueblos y comunidades que se encontraban alejadas de las grandes ciudades no tenían mucho contacto con las nuevas tecnologías por lo que las identidades culturales se mantenían constantes y fortalecidas, pero debido a la globalización de los años 90 la identidad cultural de las comunidades y pueblos tuvieron un acceso vertiginoso y descontrolado a las nuevas tecnologías y redes sociales, se vieron impactadas y sorprendidas debido a que los jóvenes de los pueblos y comunidades se vieron atraídos por las grandes ciudades y dejaban sus raíces e identidades, tal como fue mencionado por Villegas en su trabajo Globalización versus identidad cultural un conflicto presente (Villegas, 2017).

Esto también trajo como consecuencia que el lenguaje que es parte de la identidad cultural de un pueblo se vea afectado, ya que por la presión social de las ciudades se han visto obligados muchas veces a no practicarlos o aprender uno que no es el suyo propio; dicha situación se presentó también en México donde los estudiantes tienen que aprender inglés para graduarse y las clases ser dictadas en español, dejando de lado su propia lengua (Crawford, Lengeling, Mora y Heredia, 2014). La identidad se refuerza en la conciencia humana por medio de la experiencia social acumulada (conocimiento), lográndose a través del habla, es por ello que el idioma se considera como uno de los principales actores de la identidad dentro de un grupo étnico o personas ya que es un factor de conexión y distinción (Shrapova, Litvinenko y Shakirova, 2019); el lenguaje viene a ser un elemento importante para relacionarse e interactuar con la identidad ya que es la manera en que las personas

se ven a sí mismas (Villegas y Mora, 2018); el lenguaje conlleva una variedad de normas de comportamiento, así como valores culturales, es por ello que la identidad engloba no solo a las culturas sino a las personas en sí (Grolaminejad, 2017). Debe entenderse que el lenguaje y el conocimiento son parte de la cultura que fortalece la identidad cultural no solo de la persona si no de un grupo social o sociedad, ya que involucran una gran gama de aspectos como signos, códigos, tradiciones, ceremonias, entre otros tal como lo refirió Maldonado (2009).

Debe de entenderse que la identidad cultural es el sentimiento que tiene toda persona vinculado con su entorno, ya que ésta es creada desde la infancia, fortalecida en la etapa adolescente y reafirmada en la adultez.

Para que haya identidad cultural la memoria es base, ya que ello permite reconocer nuestro pasado, identificar elementos simbólicos, lo que en conjunto nos ayuda a construir nuestro futuro (Molano, 2007). Asimismo, la identidad cultural se construye ya que es un proceso complicado que no se limita a la pertenencia ni a los símbolos en un determinado contexto (Guerrero, 2015). Además, incluye etnia, raza, país de origen, idioma, aculturación, género, edad, orientación sexual, creencias religiosas o espirituales, clase socioeconómica y educación, visto desde el enfoque etnográfico la identidad cultural se concentra en normas y valores que conforman una imagen que la persona tiene de sí mismo, es por ello que la identidad cultural contiene una extensa diversidad de características étnicas y sociales (Groen, Richters, Laban y Deville, 2017); la identidad cultural viene a ser el resultado de un proceso de socialización, que conduce a la persona a distinguirse de otros en el mismo sitio social, brindándole conocimiento, la interrelación no solo es a nivel interpersonal sino a nivel socio estructural (cultura, institución, historia, ideología) (Chenet, Arévalo y Palma, 2017); todo esto brinda a la persona una emoción de pertenencia que son el resultado de un grupo de valores, tradiciones, símbolos, creencias y conductas que resultan como componentes dentro de un conjunto social que son base para establecer el sentimiento de propiedad, respondiendo a intereses, códigos, normas y rituales que brindan dichos grupos dentro de una misma cultura (Sanchis, 2013).

Con respecto al turismo en las municipalidades éste tiene un impacto en su economía el cual dependerá del uso adecuado de sus recursos y la protección de

los mismos; el impacto en sus economías locales depende del dinamismo como de la diversificación económica, puede generar beneficios como problemas a los pobladores de una comunidad, el turismo con mala planificación puede dañar o causar daños irreparables en los destinos turísticos poniéndolo en peligro para las futuras generaciones (Alves y Ramos, 2015).

Los efectos negativos del turismo han sido la contaminación, la sobre explotación de los recursos naturales y la depredación de su medio geográficos, es por ello que la alternativa de un desarrollo de turismo sostenible es una forma para lograr y mantener no solo ingresos económicos estables sino el cuidado del medio ambiente; esto implica el equilibrio de tres factores importantes: el medioambiente, lo económico y sociocultural, para poder cuidar de los recursos que la naturaleza nos brinda tal como lo refiere Cornejo (2013), conservar y mantener los recursos naturales, diversidad biológica y procesos ecológicos, crear estabilidad en el empleo y tener ingresos más estables, así como servicios sociales para las comunidades de origen, reduciendo así la pobreza y generando la prosperidad local, asimismo, proteger sus rasgos culturales, arquitectónicos, valores, tradiciones, así como apoyar el entendimiento, tolerancia intercultural, a través de normas para generar el bienestar de la comunidad.

Es por ello que el desarrollo de un turismo sostenible es importante en una municipalidad, ya que su gestión es fundamental para salvaguardar los recursos humanos como los recursos turísticos, para que de esta manera no halla depredación de sus recursos. La participación de empresas públicas como privadas, operadores turísticos locales permitirán conjuntamente crear una gestión sostenible las que pueden verse reflejadas en ferias, promociones del patrimonio local, mejora del servicio entre otros (Guimaraes, Anjos, Farias y Junior, 2018). El turismo bien planificado y administrado sobre las áreas rurales traería beneficios económicos, así como social y ambientalmente, esto conllevaría a la mejora de la infraestructura de comunicación, instalaciones de capacitación, desarrollo y mantenimiento del transporte (Goulding, Horan y Tozzi, 2014).

El turismo sostenible es una nueva alternativa con el fin de restaurar el medio ambiente y en la misma línea fortalecer y promover la cultura de cada país, para ello debe de cumplir cuatro principios: (a) sostenibilidad ecológica (cuidado con los

procesos ecológicos básicos, diversidad biológica y los recursos; (b) sostenibilidad cultural (compatible con la cultura y los valores, fortaleciendo la identidad de su país); (c) sostenibilidad económica; (d) sostenibilidad local (beneficiar a las comunidades locales) (Marty, 2005); el objetivo principal es la sostenibilidad para preservar lo natural, social, cultural, etc. Recursos, a fin de asegurar su explotación económica por las generaciones futuras, así mismo el desarrollo de la económica a futuro dependerá de las medidas que se tomen por parte de los empresarios y gobernantes; el turismo sostenible se presenta en tres dimensiones: económica, social y ambiental (Margina y Partal, 2013), se requiere de una planificación de largo plazo para proteger y mejorar las oportunidades de desarrollo, planes estratégicos, para que se cree valor por medio del ambiente ante la sociedad, para que el turismo no sea solo un factor económico, sino que se logre un equilibrio entre la naturaleza y lo social (Noordeloos, 2018); el turismo sostenible se da bajo la sostenibilidad de los recursos, desarrollo sostenible que cumpla con los requerimientos de las regiones y de quienes los acogen, es proteger las opciones futuras de los recursos, proveer empleos constantes y tener beneficios económicos a largo plazo, enfocándose en lo ambiental, social y económico así mismo el estado o gobierno debe ejecutar un rol de liderazgo, así como educar a los turistas (Lanfranchi, Giannetto y Lonela, 2015).

El turismo sostenible se caracteriza por optimizar los recursos ambientales así como respetar la originalidad sociocultural de las comunidades que reciben a los turistas, preservando sus riquezas culturales arquitectónicas como sus tradiciones lo que fomenta el entendimiento y la tolerancia intercultural, este tipo de turismo garantiza el desarrollo de actividades económicas a largo plazo creando beneficios socioculturales para un empleo más estable, ingresos constantes por lo tanto disminuyendo la pobreza y mejorando servicios sociales para la comunidad, para garantizar este desarrollo debe de realizarse una planificación previa (Liévano, Mazó y Torres, 2018), es por ello que una política pública adecuada de parte de los gobernantes es necesario para desarrollar normas más adecuadas que promuevan la disminución de los efectos negativos del turismo, enfocándose en que las industrias de turismo grandes o pequeñas se centren en nuevas tecnologías y adaptabilidad de sus negocios (Jurema, Alcántara y Cioce, 2018), éstas acciones

promoverán inversiones que ayudarán al cuidado, conservación y reparación de los recursos no solo turísticos, sino históricos y culturales de la zona (Cavalcanti y Ataíde, 2016). Debe tenerse en cuenta que el turismo atraerá a una diversidad de personas que probablemente causen alteraciones o roces con los habitantes locales, no solo desde el aspecto del consumo de atracciones sino de aquellos que buscan trabajo (Manhas, Manrai y Manrai, 2016). Por otro lado, lo positivo del turismo, estrictamente medioambiental, es que ésta puede emplearse como estrategia de conservación a largo plazo para evitar la depredación de las zonas naturales, bosques, tala de árboles, áreas verdes, entre otros (Lorencini y Gomes, 2018), por ello es importante revalorizar los paisajes naturales, los centros arquitectónicos, históricos para que las personas locales lleguen a valorizar cuán importante son estos recursos así como sus tradiciones y valores de identidad, para tener un turismo sostenible y beneficioso para todos (Copeta y Giancomo, 2010).

El problema que se observó es que la Municipalidad de Mala trata el tema de la identidad cultural y el turismo sostenible de manera separada, creando sin intención un distanciamiento entre ambas conllevando a una desigualdad de oportunidades para su protección, desarrollo y revalorización, no solo por parte de la Municipalidad sino de parte de sus pobladores que desconocen en cierto modo su propia identidad cultural y su potencial turístico sostenible. El distrito de Mala posee costumbres, tradiciones, ceremonias, ritos, música, lenguaje, imágenes que proporcionan no solo conocimiento sino que permite percibir una cultura que se mantiene aún viva y ello brinda experiencias únicas a los visitantes no solo locales sino foráneos, pero que se encuentra en ocasiones un poco olvidado por sus autoridades de turno, siendo igual el caso en relación al turismo sostenible, debido a que no se ha logrado realizar un esfuerzo en conjunto entre el ámbito sociocultural, económico y medioambiental para generar más empleo y mejorar los ingresos económicos de los pobladores, fortaleciendo para ello la arquitectura local, lograr el entendimiento y tolerancia entre el ámbito municipal y empresas locales para fortalecer un turismo sostenible eficaz y rentable.

Es por ello que se ha planteado en esta investigación un problema principal el cual fue: ¿Qué relación existe entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020?, como problemas específicos se

plantearon: ¿Cómo se relaciona el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020?, ¿Cómo se relaciona la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020? y ¿Cómo se relaciona la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020?.

La Justificación de un trabajo de investigación como lo refirió Baena (2017), consiste en indicar los motivos y necesidades que guían al investigador a elegir el tema para desarrollarlo las cuales son de dos tipos: externos u objetivo e internos o subjetivos, la justificación es la acción de fundamentar de manera decisiva una propuesta. Asimismo, Hernández, Fernández y Batista (2014) refirieron que la justificación es el porqué de la investigación, mostrando sus motivos lo necesario e importante de esta investigación. También Bernal (2010) refirió que está dirigida a resolver un problema, expone los motivos del porque merece ser investigado.

La **Justificación** de este trabajo en lo **teórico** se sustentó en la información obtenida en las teorías relacionadas a la identidad cultural y turismo sostenible; información que brindará nuevos datos para futuras investigaciones en la materia o afines, en la medida en que éstas forman parte de la vivencia, la conducta y el comportamiento del hombre expresas en sus costumbres, ritos, expresiones, lenguajes, cultura de origen, recursos turísticos, entre otras actividades de carácter social; que permitirán conservar las raíces de sus vivencias que bien pueden ser registradas en documentos y escritos que servirán como fuente de información para la comunidad científica y estudiosos, tomando en cuenta que es muy poca la información que se tiene para el caso en el Distrito de Mala. **Metodológico** el trabajo fue de tipo aplicada con un nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, método hipotético deductivo con un diseño no experimental y de corte transversal. Para la recolección de la información se empleó la encuesta con el instrumento de cuestionarios, enfocados en las variables del trabajo. **Práctico** para que la Municipalidad de Mala a través de su área de subgerencia, pueda desarrollar e implementar ordenanzas municipales que fomenten y fortalezcan la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible, y a partir de ella se generen nuevos puestos de trabajo y mejora en la economía no solo de la Municipalidad sino también de la población misma del lugar; esto generaría una fuente de empleo

laboral a largo plazo y no solo ingresos estacionales. **Social** brindar información sobre la importancia de la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible, y su uso de los recursos como beneficio para la Municipalidad de Mala, 2020, resultados que permitirán contribuir a que el gobierno municipal pueda plantear mejoras en su área de subgerencia de turismo a través de la promoción, respeto, protección y conservación de la identidad cultural a nivel del distrito de Mala; lo que permitirá fortalecer el desarrollo de un turismo sostenible a la vez que traerá como consecuencia el beneficio económico a los pobladores de la zona, a través de la implementación de nuevos puestos de trabajo de forma directa o indirecta.

El objetivo fue determinar la relación entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020; los objetivos específicos fueron establecer la relación que existe entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, establecer la relación que existe entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, y establecer la relación que existe entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

La hipótesis principal planteado fue: existe relación positiva significativa entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020; las hipótesis específicas fueron: existe relación entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, existe relación entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, y existe relación entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentan los trabajos previos que sustentan el desarrollo de la investigación, que tienen como **antecedentes nacionales** a los siguientes autores:

Correa (2018) en su investigación titulada “Conciencia turística y su contribución al desarrollo Turístico sostenible en el distrito de Paita, región Piura, 2017” para lograr la Licenciatura por la Universidad Cesar Vallejo, su meta es explicar en qué medida la conciencia turística favorece al desarrollo turístico sostenible; el diseño es transversal descriptivo, no experimental y transeccional; las variables son; 1- conciencia turística, autor base Arria 1991, y 2- desarrollo turístico sostenible, autor base OMT 1999; población conformada por la población local y autoridades, muestra 299 personas; técnica usada la encuesta y entrevista, instrumentos los cuestionarios; análisis de datos por SPSS 19. Resultados sobre la variable 2 fueron: 44% conocen sobre el tema, 23.9% promueven el desarrollo en sus 3 niveles, 19.5% fomenta el uso y desarrollo de los recursos, 6.8% fomenta el reciclaje y reutilización y 5.8% restituye los ecosistemas dañados.

Flores (2017) en su investigación titulada “Conciencia turística y Turismo sostenible en la comunidad de Las Lomas de Mangamarca, San Juan de Lurigancho, 2017” para lograr la Licenciatura por la Universidad Cesar Vallejo, su meta establecer la vinculación entre la conciencia turística y el turismo sostenible; tipo descriptiva correlacional, diseño no experimental de corte transversal; las variables son: 1- conciencia turística, autor base Clifor 2004, 2- turismo sostenible, autor base Pérez 2004; población conformada por 11771 personas, muestra de 100 pobladores; técnica usada es la encuesta y el instrumento los cuestionarios; análisis de datos por SPSS 22. Resultados sobre la variable 2 fueron: 52% de acuerdo con la rentabilidad, 12% desacuerdo y 33% no sabe/no opina.

Mendoza (2019) en su investigación titulada “Identidad Cultural y su relación con la Restauración del Patrimonio Cultural Inmueble del Centro Histórico de Trujillo, 2019” para lograr la Maestría por la Universidad Cesar Vallejo, su meta establecer el vínculo entre la identidad cultural y la restauración del patrimonio cultural inmueble; tipo no experimental, es aplicada, correlacional, descriptivo, cuantitativo, transversal; las variables son: 1- identidad cultural, autor base Urrelo y Llarena

2013, 2- Restauración del patrimonio cultural inmueble, autor base CICRMS 1964; población conformada por 204 monumentos, muestra de 133; técnica usada es la encuesta y el instrumento los cuestionarios; análisis de datos por SPSS 25. Resultados sobre la variable 1 fueron: 35% importante, 60% moderadamente importante y 5% poca importancia.

Montani (2018) en su investigación titulada “Turismo sostenible y desarrollo económico en los humedales de Ventanilla, 2018” para lograr la Licenciatura por la Universidad Cesar Vallejo, su meta establecer la influencia del turismo sostenible en el progreso económico; tipo no experimental-transversal, cuantitativo, hipotético deductivo, aplicada, explicativo - causal; las variables son: 1- turismo sostenible, autor base Cardoso 2006, 2- desarrollo económico, autor base Cardoso 2006; población conformada por 12436 personas, muestra de 32 personas; técnica usada es la encuesta y el instrumento los cuestionarios; análisis de datos por SPSS 23. Resultados sobre la variable 1 fueron: 56.3% muy de acuerdo, 21.9% de acuerdo, 6.3% ni de acuerdo/ni desacuerdo, 6.3% muy en desacuerdo y 9.4% totalmente en desacuerdo.

Ramírez (2019) en su investigación titulada “Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018” para lograr la Licenciatura por la Universidad Cesar Vallejo, su meta fijar la correspondencia entre la Identidad Cultural y la Actividad Turística; tipo no experimental, es descriptivo y correlacional; las variables son: 1- identidad cultural, autor base Montes 2010, 2- actividad turística, autor base Torres y Vásquez 2015; población conformada por 3432 personas, muestra de 71 pobladores; técnica usada es la encuesta y los instrumentos los cuestionarios; análisis de datos por SPSS 25. Resultados sobre la variable 1 fueron: 57% es alta, 22.5% es poco y 20.7% es nada.

Con relación a los **antecedentes internacionales** se tiene a los siguientes autores:

Jurado (2019) en su investigación titulada “La identidad cultural como un aporte al fortalecimiento y desarrollo turístico del Valle de Chonta” para optar el grado de Licenciado por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE planteó examinar la identidad cultural del Valle de Chonta para el fortalecimiento del progreso turístico; la investigación es de enfoque mixto, tipo aplicada, no experimental, descriptivo; la muestra es 369 personas; técnica: documental, técnica de campo, entrevista e instrumento; los resultados obtenidos con respecto a la Identidad Cultural en

sentido de pertenencia a un grupo social con el cual participan rasgos culturales, costumbres, valores y creencias resultó: 78.86% muy de acuerdo, 16.53% ni de acuerdo ni desacuerdo y 4.61% en desacuerdo; la identidad cultural es un componente significativo para el progreso turístico de un territorio, respondieron: 89.70% muy de acuerdo, 8.13% ni de acuerdo ni desacuerdo y 2.17% en desacuerdo.

Fernández y Candelejo (2017) en su investigación titulada “La identidad cultural de Guantopolo identificada a través de cuentos, mitos, leyendas y memorias ancestrales colectivas” para optar el grado de Licenciado por la Universidad Técnica de Cotopaxi refirió como meta primordial establecer los factores que inciden en la dispersión de los cuentos, mitos, leyendas y memorias hereditarios de la comunidad Guantopolo, y cuales prevalecen y cuales son relegadas; la investigación es cuali-cuantitativo, investigación básica; población: comunidad de Guantopolo, muestra es 20 personas; técnica fue entrevista, instrumento: encuesta, cuestionario; los resultados fueron en relación a que cree que es preciso saber más sobre los rasgos culturales de su zona natal, respondieron: 100% lo afirman; con respecto a cuál es el motivo por lo que no conoce sobre los rasgos culturales de su comunidad, como: mitos, cuentos, leyendas y memorias ancestrales, respondieron: 40% la migración, 25% la falta de comunicación y 35% la hibridación de la cultura.

Goyzueta (2016) en su investigación “La gestión municipal y su incidencia en el desarrollo turístico sustentable. Estudio de caso: Municipio de Copacabana gestiones 2010-2015” para optar el grado de Maestría por la Universidad Mayor de San Andrés refirió como principal objetivo describir los factores y actores de la Gestión Municipal que inciden al desarrollo turístico sustentable en el Municipio de Copacabana en las gestiones 2010 – 2015; la investigación fue cuali-cuantitativa y transversal; sus variables fueron: variable 1-gestión municipal y variable 2-desarrollo turístico sustentable; los instrumentos empleados fueron documentaria, encuestas y entrevistas estructuradas y no estructuradas; la población estaba enfocado en el Consejo Municipal, el alcalde municipal y control social, la muestra es de 265 personas; se obtuvo que el 56.3% de la población ha percibido que el turismo habría favorecido a la integración social, el 27.44% lo percibe mucho y el 16.25% lo percibe bajo; el desarrollo a la cultura desde el año 2012 al 2014 hay una tendencia en ascenso de 15,44% al 55,39%, pero no supera el límite del 85% en ejecución presupuestaria, demostrando que el desarrollo de la cultura fue

descuidado referente a la ejecución presupuestaria en el Municipio de Copacabana; los resultados obtenidos han sido que no se evidencia una repartición más justa de los beneficios de la actividad turística especialmente entre el área urbana y rural.

Púas (2016) en su investigación titulada “La identidad cultural como elemento generador de ventaja sostenible en el sector turismo: Caso Pueblo Raizal de San Andrés Islas” para optar el grado de Maestría por la Universidad Nacional de Colombia refirió como meta principal determinar cómo la identidad de la cultura Raizal es una estrategia que genera ventaja sostenible en el sector turismo de San Andrés Islas; la metodología es exploratorio y descriptivo, enfoque es cuantitativo y cualitativo; la muestra está conformada por 207 personas tomadas de 135 posadas turísticas entre los 15 a 65 años; los instrumentos empleados fueron entrevistas semiestructuradas y encuestas; se empleó el SPSS; se obtuvo como resultado que el 97.3% de los turistas como familia les motivos visitar San Andrés por sus playas, el 94% de los turistas (familias) reconocen y se familiarizan con las posadas nativas como opción de alojamiento y solo el 18.7% no usaría este servicio. El 92,7% de las familias (turistas), no tienen en su paquete turístico planes relacionados con el etno y ecoturismo (caminatas ecológicas, canopy, cabalgatas, ciclo paseo). El 85.3% lo que deberían de promocionarse serían las playas y cayos, el 10% promocionarían la Identidad Cultural, el 96,7 % ve la urgencia de elaborar la política pública tanto para el sector turístico como para el sector cultural.

Sadeikaté (2017) en su investigación titulada “Apoyo al desarrollo del turismo sostenible a través de una medición mejorada: un estudio de caso de destinos turísticos europeos” para optar el grado de Doctor por la Universitat d’Alacant planteo analizar qué valor agregado mide el control del impacto del turismo en los destinos turísticos y como el turismo puede fomentar el desarrollo sostenible del turismo. Existe un cuerpo limitado de evidencias empíricas sobre cómo la medición del rendimiento y los impactos del turismo se utilizan de manera eficiente y contribuyen eficazmente al crecimiento del turismo sostenible y el desarrollo sostenible en general. El enfoque es cuantitativo, los datos recolectados se realizaron en base a un servidor en línea creado en la plataforma surveyy Enklikaketa (www.lka.si), las recolecciones de los datos se llevaron a cabo del 1 de marzo al 30 de abril de 2017. Se empleó las encuestas un total de 106 con status “valido”. Esto representa la muestra final utilizada para análisis. Se empleó Spearman y rho. La iniciativa ETIS refleja los esfuerzos europeos para impulsar la

toma de decisiones fundada en las realidades del ámbito turístico, asimismo ayudan a los esfuerzos generales para mejorar el control de los impactos del desarrollo turístico a nivel local. La investigación reveló pruebas que sustentan científicamente la interconexión entre las bases de sostenibilidad (medio ambiente, gobernanza, economía, sociedad y cultura). La investigación expuso que la medición de los impactos del turismo ayuda a los procesos de gobernanza de los destinos y ofrece varios beneficios a quienes tienen interés en el turismo. Los desafíos que se presentan son la falta de participación y el compromiso activo de las partes interesadas del turismo local 66%, falta de recursos financieros 60.4%, falta de recursos humanos 56.6%. Los destinos turísticos se eligen por: viajes de negocios 49.1%, fiestas tradicionales 43.3% y descanso 41.5%.

Las **teorías** referentes al tema de la **identidad cultural** son expuestas por los siguientes autores:

Maldonado (2009) refirió que la identidad cultural es el conocimiento que tiene el ser humano de uno mismo, pero al mismo tiempo la percepción que tiene de los demás y de la cultura de la que proviene.

Sus dimensiones son:

Conocimiento: es guardado en la memoria que permite construir la identidad, engloba los recuerdos, las experiencias y el legado.

Percepción: la captación del entorno por medio de signos, imágenes, códigos y sonidos.

Cultura: son ritos, mitos, tradiciones, costumbres, textos, ceremonias, monumentos, imágenes, música y hábitos.

El concepto propuesto por Maldonado, expone de manera más profunda y amplia como se puede manifestar la identidad cultural, desde el inicio del mismo ser como tal hasta sus manifestaciones sociales; lo resume en tres aspectos como el conocimiento, la percepción y la cultura que se entrelazan uno con el otro de manera equilibrada.

Duran (2002) refirió que la identidad cultural son rasgos y elementos que trascienden en el tiempo, que une a los hombres y comunidades por medio del lenguaje, la cultura e información.

Sus dimensiones son:

Rasgos: aspectos físicos.

Elementos: objetos creados por el hombre.

Lenguaje: medio principal de identidad.

Cultura: conformado por las ideas y las expresiones tangibles e intangibles.

Información: son las características que nos permiten reconocernos entre las personas y comunidades, que permite así construir mensajes claros y comprensibles.

El concepto propuesto por Duran, muestra que la identidad cultural se manifiesta o expresa por medio de los objetos, así como también por sus formas de expresarse sean éstas visibles o inmateriales, lo que permitiría formar mensajes de comunicación.

Espinoza (2000) refirió que la identidad cultural se conforma por características que conforman el yo grupal cuyos elementos son las particularidades lingüísticas, la cosmovisión y las tradiciones culturales, lo que define como suyo como grupo cultural específico.

Sus dimensiones son:

Lenguaje: estos son un grupo de elementos y fenómenos lingüísticos determinados que componen y definen un rasgo particular del habla.

Cosmovisión: es un conjunto conformado por mociones, estimaciones y representaciones del mundo y la vida.

Tradiciones culturales: son expresiones de comportamiento grupal siendo el resultado de experiencias adquiridas a través del tiempo, manteniéndose las mismas en el espacio y tiempo.

El concepto propuesto por Espinoza se enfoca más en la forma de comunicación, el lenguaje, sus particularidades del habla, como perciben su entorno y el comportamiento en grupo que se mantiene en el tiempo.

González, Ruíz y Vera (2013) señalan que la identidad cultural puede ser transmitida de dos maneras: transmisión explicativa (parte verbalizada como lo es las tradiciones) y transmisión tácita (partes no verbalizadas como son el comportamiento, valores, creencias, entre otros).

Pretelt (2016) señaló que está conformada por diversas expresiones lingüísticas, así como de comportamientos y rasgos culturales como vestimenta, artefactos, música, literatura, celebraciones, valores, roles sociales entre otros.

El **enfoque conceptual** sobre el tema **identidad cultural**, que se presenta en esta investigación, es que viene a ser como la persona se siente vinculada o relacionada con su entorno, consigo mismo y con las personas que lo rodean tanto en el ámbito familiar como en sociedad; esto se manifiesta en inicio con la acumulación de información que se realiza en base al conocimiento, la memoria, los recuerdos y los sentimientos que se han forjado a lo largo de la vida de una persona; asimismo, la identidad cultural se manifiesta, refleja o muestra a través de las diferentes manifestaciones materiales e inmateriales que el mismo hombre crea como costumbres, ritos, celebraciones, vestimentas, lenguajes, sonidos, música, danza, representaciones gráficas, entre otras.

Las **teorías** referentes al tema del **turismo sostenible** son expuestas por los siguientes autores:

Cornejo (2013) señaló que el turismo sostenible consiste en cuidar los recursos tanto naturales, históricos como culturales para que éstos continúen usándose en el futuro; involucra un adecuado equilibrio entre tres factores: medioambiental, económico y sociocultural.

Medioambiental: conservar y mantener los recursos naturales, diversidad biológica y procesos ecológicos.

Económico: permite crear estabilidad en el empleo y tener ingresos más estables, así como servicios sociales para las comunidades de origen, reduciendo así la pobreza y generando la prosperidad local.

Sociocultural: proteger sus rasgos culturales, arquitectónicos, valores, tradiciones, así como apoyar el entendimiento, tolerancia intercultural, a través de normas para generar el bienestar de la comunidad.

El concepto propuesto por Cornejo no es solo el cuidado de los recursos naturales como tal, sino que involucra otros aspectos que hoy en día son actores importantes en el desarrollo de un turismo sostenible, el aspecto sociocultural está teniendo más

peso debido a que en ello involucra la tolerancia, elemento indispensable para una buena convivencia y desarrollo de cualquier actividad.

Serrano (2002) refirió que el turismo sustentable es el medio que impulsa las actividades económicas de una región bajo un modelo equilibrado de viabilidad económica, equilibrio ecológico y equidad.

Sus dimensiones son:

Viabilidad económica: generación de empleos directos e indirectos.

Equilibrio ecológico: tener políticas de protección, restauración y conservación que aprovechen los recursos naturales y culturales.

Equidad: impulse la colaboración social y mejore la calidad de vida.

El concepto propuesto por Serrano es que toma al turismo sostenible como un medio para el fortalecimiento de la economía a través del equilibrio ecológico y políticas de protección que conllevaran a mejorar la calidad de vida de una población, comunidad o región.

Chávez (2005) refirió que el turismo sostenible es aquel que cumple las necesidades de los turistas de hoy en día, así como de las regiones que los acogen, pero igualmente protege y acrecienta las oportunidades para el futuro. Es el encargado del manejo de los recursos en general para que puedan ser satisfechas las necesidades en lo económico, ambiental, social y cultural.

Sus dimensiones son:

Económico: es la obtención de ingresos rentables, pero no serán de manera inmediata, la meta es conseguir un progreso económico y social duradero; específicamente el turismo generará ingresos y creará empleos.

Ambiental: es salvaguardar el medio ambiente por medio de una actitud que ayude a minimizar los impactos y mantener los recursos; en el turismo principalmente es impedir la inmensa estacionalidad y promover una forma responsable en los visitantes y en los anfitriones.

Social y cultural: su desarrollo involucra el respeto de los valores y las tradiciones de cada pueblo, respetando las relaciones sociales y sus propias normas.

El concepto propuesto por Chávez está en relación de que para que haya un turismo sostenible primero debe de satisfacerse las necesidades del turista, por consiguiente debe de protegerse la naturaleza y sus recursos para lograr un desarrollo económico, minimizando los impactos al medioambiente y de esta manera se refuerce las interrelaciones sociales (locales y turistas).

Del Valle (2017) señaló que para el logro de un turismo sostenible debe de considerarse para ello la búsqueda de un desarrollo equitativo, la rentabilidad económica social, así como la protección y valoración del patrimonio, la gestión adecuada conlleva a la competitividad y desarrollo estable.

Monge y Yagüe (2016) señalaron que el desarrollo sustentable del turismo debe conllevar el desarrollo local siendo esta población la que debe obtener los beneficios del empleo de los recursos que disponen en su área, zona o región, igualmente deben estar basados en los principios económicos, ambientales y socioculturales, los cuales generaran a largo plazo benéficos.

El **enfoque conceptual** que se tiene del **turismo sostenible**, que se presenta en esta investigación, es que consiste en realizar la actividad turística de manera tal que no perjudique al medio ambiente ni tampoco al hombre; desde el punto de vista del medio ambiente éste no debe ser sobre explotado tanto en sus recursos naturales, biológicos, sus procesos evolutivos, la calidad de la tierra misma, el aire y el agua; desde el punto de vista del hombre, éste no debe de perjudicar o alterar sus costumbres, sus modos de vida, hábitos, su relación social y su identidad como pueblo. El turismo sostenible es el equilibrio entre el impulso económico y el desarrollo de una comunidad de manera equilibrada a través de una adecuada gestión local, municipal, regional o de país.

La epistemología sobre la **identidad cultural** es la siguiente:

El surgimiento de la identidad cultural nació multicondicionada, ya que integraba la cultura, la identidad e integración tal como es revelada en la Ilustración Hispano Portuguesa Americana; por ello hay que verla desde el inicio de identidad y cultura misma como lo refirió el griego Parménides de Elea, la identidad es omniabarcadora involucra la naturaleza, el conocimiento, el hombre y la cultura; para el caso de la cultura esta fue establecida en 1987 por el inglés Edward B. Taylor quién señaló

que la cultura o civilización engloba los conocimientos, creencias, costumbres, arte, moral hábitos, derechos y capacidades adquiridas por el hombre; esos fueron los soportes para el concepto de identidad cultural, es por ello que la identidad cultural es teórico-antropológico y cultural, y no es de carácter conceptual sociopsicológico (Rojas, 2011). La identidad cultural debe comprenderse por medio de sus definiciones de cultura y su evolución a través del tiempo, conceptos que se originaron desde los siglos XVIII y XIX, conceptos relativamente nuevos (Molano, 2017).

La epistemología del **turismo sostenible** es:

El evento que dio inicio sobre el turismo sostenible fue en Vancouver en Globe 90', Canadá, en el primer foro donde se discutió sobre desarrollo del turismo con base sustentable (Rossi, Charne y Comparato, 2018). En 1991 se realiza el 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST) en ella se da la aplicación el termino de turismo sostenible al concepto de turismo; en 1992 en la Cumbre de Río ECO 92 aparece este término o concepto de turismo sostenible, que tuvo como base el informe Brundtland Our Common Future (Nuestro futuro común) en 1987 (Chávez, 2005); debe comprenderse que éste termino de turismo sostenible viene de la unión del termino turismo y sostenibilidad por lo que hay que ir a los inicios del turismo en sí como de la sostenibilidad. Los geógrafos desde 1841 miraban el turismo como la fuerza transformadora del medio que tenían los desplazamientos de personas hacia un lugar determinado, pero su origen era más antiguo si se aplica este concepto, el termino es de origen hebreo porque está referido en la Biblia, texto más antiguo, Éxodo 12:17 donde mencionan las palabras "visiten e informen" empleo de la palabra tour o tur que significa viaje de reconocimiento o exploración (Acerenza, 2006). Con respecto al termino sostenible o desarrollo sostenible relacionado al turismo se ve planteado igualmente en el informe Brundtland, en 1995 en Lanzarote, Islas Canarias se dio el evento "Carta del Turismo Sostenible" donde se reafirmaba los conceptos de desarrollo sostenible al turismo (Maldonado, 2006); el desarrollo sostenible se sustenta en la idea de que el aumento económico se debe tanto al desarrollo como a la protección ambiental, el turismo sostenible se respalda en un enfoque

unisectorial que procura mantener el turismo a costa de otros usos posible de los recursos escasos (Ypeij, y Zoomers, 2006).

III. METODOLOGÍA

La metodología es un grupo de aspectos operativos precisos en la ejecución de un estudio (Bernal, 2010).

3.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación realizada fue de **tipo aplicada**, se buscó conocer y modificar sobre lo que se sabe sobre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, el impacto que tendría en el desarrollo del turismo tanto en lo económico, la naturaleza y lo social.

Para Valderrama, la investigación aplicada busca conocer, actuar, construir y modificar sobre una realidad concreta; también se le conoce a la investigación aplicada como práctica, empírica, activa o dinámica, está relacionada con la investigación básica ya que ésta proporciona los descubrimientos y aportes teóricos que permiten crear beneficios y satisfacción a la sociedad (2002).

La investigación fue de **alcance o nivel correlacional**, se realizó la búsqueda de la relación que existió entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

Para Arias, el propósito del alcance correlacional es establecer el nivel de relación o asociación (no causal) que hay entre dos o más variables; lo primero que se realiza en estos estudios es la medición de las variables por medio de prueba de hipótesis correlacionales y el uso de técnicas estadísticas (2006).

Para Hernández, Fernández y Batista, la finalidad de este estudio es saber la relación o nivel de asociación que halla entre dos o más variables, conceptos o categorías en una muestra en específico; es más frecuente el análisis de tres, cuatro a más variables, solo en ocasiones se estudia la relación entre dos variables (2014).

Para Bernal, la correlación calcula el nivel de relación entre variables de una muestra estudiada; examina las relaciones entre las variables y sus resultados, no relaciona o explica que una sea la causa de la otra (2010).

La investigación fue de **enfoque cuantitativo**, se realizó la recolección y análisis

de los datos que se obtuvieron sobre el tema de la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, para poder confirmar o refutar las hipótesis referentes al tema.

Para Hernández, Fernández y Batista, el enfoque cuantitativo emplea el acopio de datos para corroborar hipótesis con sustento en el control numérico y el análisis estadístico, con el propósito de fijar pautas de conducta y probar teorías (2014).

Para Valderrama, se fundamenta en que usa la recolección y el análisis de los datos para responder a la elaboración del problema de investigación, emplea para ello métodos o técnicas estadísticas para confirmar la verdad o falsedad de las hipótesis (2002).

La investigación fue **método hipotético – deductivo**, se realizó para plantear hipótesis sobre identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, las cuales deberán ser comprobadas o rechazadas a través de datos (encuestas).

Para Bernal, el método hipotético-deductivo es un procedimiento que inicia de unas afirmaciones en calidad de hipótesis y busca rebatir o falsear tales hipótesis, obteniendo de ellas conclusiones que deben corroborarse con los hechos (2010).

El **diseño de investigación** para Arias, es el plan principal que toma el investigador para dar respuesta al problema planteado (2006); para Hernández, Fernández y Batista, es la elaboración de la estrategia que se desarrolla para recabar los datos que se requieren en una investigación y dar respuesta al planteamiento (2014).

La investigación fue **diseño no experimental**, debido a que no se manipularon o alteraron los datos obtenidos en campo, se mantuvieron tal cual sin modificación alguna para saber los resultados sobre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

Para Hernández, Fernández y Batista, el diseño no experimental, las variables no son manipuladas y no se tiene el control sobre ellas, no se puede influir en ellas, debido a que ya sucedieron al igual que sus efectos, solo se observan los escenarios existentes (2014).

Para Arias, se basa en el recojo de datos de manera directa de los sujetos

investigados (datos primarios), no se manipulan ni controlan las variables, solo se obtiene la información tal cual es (2006).

La investigación fue de **corte transversal**, la indagación soló se realizó una sola vez sobre el estudio de la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

Para Bernal, la información que se obtiene del sujeto de estudio (población o muestra) se da por una sola oportunidad (Bernal, 2010).

Para Hernández, Fernández y Batista, recaba información en un único momento, su fin es describir las variables y evaluar su circunstancia e interrelación en un momento dado (2014).

3.2 Variables y operacionalización

La variable es un elemento al cual se le asigna números o valores (Kerlinger, 1979). Las variables son características que pueden sufrir cambios, por lo que son objeto de control, medición o análisis en una investigación, en lo cuantitativo las variables son aquellas que se muestran por medio de valores o datos numérico (Arias, 2006).

Las variables toman valor en la investigación científica cuando éstas logran ser relacionadas o vinculadas con otras (Hernández, 2006).

Variable 1: Identidad cultural

Maldonado (2009) refirió que la identidad cultural es el conocimiento que tiene el ser humano de uno mismo, pero al mismo tiempo la percepción que tiene de los demás y de la cultura de la que proviene.

Variable 2: Turismo sostenible

Cornejo (2013) refirió que el turismo sostenible consiste en cuidar los recursos tanto naturales, históricos como culturales para que éstos continúen usándose en el futuro; involucra un adecuado equilibrio entre tres factores: medioambiental, económica y sociocultural.

Definición conceptual

Una variable puede ser definida empleando otros términos (Hernández, Fernández y Batista, 1991).

Es la descripción de los rasgos de un objeto o fenómeno lográndose a través de la indagación del significado por medio de libros o documentos especializados (Valderrama y León, 2009).

Maldonado (2009) define la **identidad cultural**, como el conocimiento que tiene el ser humano de uno mismo, pero al mismo tiempo la percepción que tiene de los demás y de la cultura de la que proviene.

También se tienen otros conceptos como los de Hormigos y Oda (2014) quienes refirieron que la identidad cultural son los rasgos más resaltantes y autóctonas de una región, pueblo o comunidad; es aquello que hace único a un territorio, un distintivo, a través de sus monumentos, parajes naturales, lenguas, costumbres, folclore, etc.

Cornejo (2013) define al **turismo sostenible**, consiste en cuidar los recursos tanto naturales, históricos como culturales para que éstos continúen usándose en el futuro; involucra un adecuado equilibrio entre tres factores: medioambiental, económica y sociocultural.

También se tienen otros conceptos como los de Rossi, Charne y Comparato (2018) quienes refirieron que el turismo sostenible es dar un uso inmejorable de los recursos ambientales conservando así sus recursos naturales y variedad biológica, respetar la originalidad de las comunidades que los reciben, sus arquitecturas, tradiciones y asegurar actividades económicas posibles a largo plazo para lograr el beneficio socioeconómico equitativo.

Definición operacional

La operacionalización de una variable significa cambiar la variable a indicadores en unidades de medición o conceptos hipotéticos (Bernal, 2010).

Es un conjunto de operaciones y acciones que se ejecutan para medir una variable (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

Es el proceso por el cual la variable cambia a otros términos para ser medibles, en dimensiones e indicadores (Arias, 2006).

Las variables fueron medidas a través de la escala nominal de tipo Likert, empleándose para ello la técnica de la encuesta por medio de cuestionarios, los cuales constaron de 30 ítems por cada variable. Las dimensiones de la variable

identidad cultural son: conocimiento, percepción y cultura; las dimensiones de la variable turismo sostenible son: medioambiente, económico y sociocultural.

Indicadores

Son cualidades o características que se desprenden o sacan de una variable o dimensión, las cuales pueden ser medibles y cuantificables, información que servirá de sustento para el estudio e interpretación de los resultados (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018).

Escala de medición

Es una técnica de medida que demarca una interrelación entre los números y las características de los objetos medidos, éstas pueden ser nominal, ordinal, de intervalo o por razones o proporciones (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018).

Las escalas de medición son instrumentos de investigación que tiene por finalidad recabar un conjunto de datos que muestran con exactitud verbal, gráfica o simbólica el escenario de los diferentes elementos o rasgos que se presentan en los indicadores, así como en las variables (Valderrama y León, 2009).

La escala que se empleó para el presente estudio es la Escala ordinal de tipo Likert, el cual tubo los siguientes rangos:

- (1) Nunca
- (2) Casi nunca
- (3) Algunas veces
- (4) Casi siempre
- (5) Siempre

La escala ordinal está relacionada con el orden, esto permite reunir los objetos, sucesos o personas sustentándose en la posición relativa de un elemento con respecto al otro, asimismo proporciona una mejor información en relación a las variables ya que se determina un orden entre cada uno de ellos (Sánchez y Reyes, 2002).

La Escala de Likert, se basa en la conformación de ítems representados de manera de aseveraciones o juicios ante los cuales se solicita la respuesta de las personas, para que éstas asignen un valor numérico de uno a cinco puntos de la escala,

recabando al final una puntuación total en relación a las afirmaciones hechas. (Hernández, Fernández y Batista, 1991).

3.3 Población, muestra y muestreo

La **población** es un conjunto específico a ser estudiado, el cual debe de cumplir con determinadas características, así como del lugar y tiempo (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

La población que se consideró para este estudio lo conformaron las personas de sexo masculino y femenino que tengan un rango de edad de 18 años a más y que residan en el Distrito de Mala.

Los criterios que se emplearon para la selección de la muestra (30 pobladores) fue de la siguiente manera:

Criterios de inclusión: pobladores mayores de 18 años a más y que residan en el distrito de Mala.

Criterios de exclusión: pobladores menores a 18 años del distrito de Mala.

La **muestra** es una sección que se escoge de una población, la cual brindará datos para el desarrollo del estudio los cuales serán sometidos a medición y observación (Bernal, 2010).

Esta viene a ser la parte representativa del todo por lo que deberá de mostrar los rasgos que caracterizan la población (Tamayo, 2003).

Es una parte de la población de la cual se obtendrá información debido a sus características (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

La muestra considerada en este estudio es censal, dado que se consideró a 30 pobladores como el 100% de la población, los cuales fueron personas mayores de 18 años a más que residen en el Distrito de Mala.

El **censo** es un procedimiento por el cual se recaba información referente a los rasgos de todos los integrantes de una población (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018).

Es el análisis de todos y cada uno los componentes de una población, se basa en realizar una encuesta a todos los que conforman una población (Rodríguez,

Pierdant y Rodríguez, 2016).

El **muestreo** es un instrumento que permite seleccionar unidades representativas para recabar datos que le faculten sacar deducciones acerca de la población sobre la cual se indaga (Tamayo, 2003).

El tipo de muestreo fue probabilístico, de tipo aleatorio simple, ya que cada individuo tuvo la posibilidad de ser elegido para formar parte del estudio.

La **unidad de análisis** fueron las personas mayores de 18 años y que residen en el Distrito de Mala.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de este trabajo se usó como técnica el censo y el instrumento fueron los cuestionarios.

La **técnica** es un grupo de herramientas que utiliza el investigador con el fin de recabar, procesar, guardar y comunicar la información que sean útiles para medir los indicadores, dimensiones y variables para que puedan ser verificadas o negadas las hipótesis propuestas (Valderrama y León, 2009).

La elaboración del **cuestionario** se basa en los objetivos, contenido de teorías, hipótesis, variables e indicadores, son preguntas que el encuestado debe de dar respuesta por escrito (Valderrama, 2007).

Todo cuestionario requiere de validez y confiabilidad que sustenten los resultados obtenidos, ello respalda el trabajo de investigación.

La **validez** muestra el grado con el cual uno puede señalar conclusiones en base a los resultados logrados (Bernal, 2010).

La **validación** se relaciona al grado en que se mide verdaderamente una variable (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

La validación o validez de los instrumentos (cuestionarios) que se emplearon en esta investigación se desarrollaron a través de juicios de expertos quienes emitieron su opinión si el cuestionario es válido desde el punto de vista del contenido. La validación fue realizada por:

Mg. Flabio Romero Paca Pantigoso.

Mg. Marco Antonio Candia Menor.

A través de la validación de los expertos se ejecutó la prueba del Coeficiente de Aiken.

La **confiabilidad** o seguridad de un cuestionario se sustenta en la estabilidad de sus resultados logrados por el mismo individuo (Bernal, 2010).

La **confianza** de un instrumento se genera por los resultados sólidos y coherentes obtenidos (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

La confiabilidad se obtuvo a través de la aplicación de las encuestas, realizándose primero la prueba piloto de 20 encuestas, que a través de la aplicación del SPSS 25 se estableció el alfa de Cronbach dando un valor superior al .80 para ambas variables por lo que ambas tienen una buena consistencia interna.

El alfa de Cronbach es un factor que adquiere valores entre 0 y 1, mientras más se acerque al número 1 la confiabilidad será mayor del instrumento empleado (Soler y Soler, 2012).

Los resultados que se obtienen por medio del coeficiente del Alfa de Cronbach son más irrefutables cuando se calcula 20 ítems o menos, este coeficiente tiene que comprenderse como una medida de la correlación de los ítems que conforman una escala (Oviedo y Campo, 2005).

Tabla 1

Fiabilidad de la variable Identidad Cultural:

Estadísticas de fiabilidad	
<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
<u>.816</u>	<u>30</u>

Fuente: SPSS 25 en base a las encuestas

El procesamiento de la base de datos en el programa SPSS 25, dio como resultado .816 de confiabilidad del instrumento de la variable Identidad Cultural, los resultados que se obtuvieron se realizaron bajo la data del plan piloto de 20 encuestas.

Según el valor establecido por Gonzales y Pazmiño (2015), los valores obtenidos se encuentran dentro de la categoría .80 buena consistencia interna.

Tabla 2

Fiabilidad de la variable Turismo sostenible:

Estadísticas de fiabilidad

<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
<u>.826</u>	<u>30</u>

Fuente: SPSS 25 en base a las encuestas

El procesamiento de la base de datos en el programa SPSS 25, dio como resultado .826 de confiabilidad del instrumento de la variable Identidad Cultural, los resultados que se obtuvieron se realizaron bajo la data del plan piloto de 20 encuestas.

Según el valor establecido por Gonzales y Pazmiño (2015), los valores obtenidos se encuentran dentro de la categoría .80 buena consistencia interna.

3.5 Procedimientos

Antes de iniciar los trabajos de recolección de datos se ingresó una carta de presentación a la Municipalidad de Mala para que tenga conocimiento que se desarrollaría un estudio referente a identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, en su jurisdicción.

Para recabar la información para este estudio se emplearon las fuentes primarias (personas) quienes brindaron datos reales para los cuestionarios los cuales estuvieron conformados por 30 preguntas para cada variable (variable 1: identidad cultural y variable 2: turismo sostenible), en ellas se aplicaron la escala ordinal de tipo Likert.

3.6 Métodos de análisis de datos

En este punto se definen las técnicas o estadísticas que van a ser empleadas para interpretar lo que muestran la data recogida (Arias, 2006); el análisis se realiza sobre base de datos empleando programas computacionales (Hernández, Fernández y Batista, 2014), asimismo, la finalidad de estos análisis es obtener conclusiones referentes de las hipótesis planteadas, basándose en la data organizada (Cazau, 2006).

Se empleó la estadística descriptiva, que consistió en describir la información, los valores o los puntajes logrados en relación a cada variable (Hernández, Fernández y Batista, 2014), y la estadística inferencial la cual servirá para probar hipótesis y calcular parámetros (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

La información que se recabo por medio de este estudio estuvo basada en encuestas a 30 personas, fue analizado a través del Programa SPSS 25 con el cual se obtuvo los resultados de confiabilidad (Alfa de Cronbach), así como valores numéricos, tablas cruzadas, prueba de normalidad y contrastación de hipótesis.

El estadígrafo que se usó fue el de Rho de Spearman cuyo coeficiente de correlación varía entre -1.0 hasta +1.0, para su interpretación del grado de relación según el coeficiente de correlación se empleó la siguiente tabla:

Rango	Relación
-0.91 - 1.00	Correlación negativa perfecta
-0,76 - 0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 -0.75	Correlación negativa considerable
-0,11 - 0.50	Correlación negativa media
-0.01 -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 +0.50	Correlación positiva media
+0.51 +.075	Correlación positiva considerable
+0.76 +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Mondragón 2014

3.7 Aspectos éticos

El presente trabajo ha estado regido por el respeto a las personas (privacidad de datos) que formaron parte de este estudio, tanto los involucrados en las encuestas como de los autores (propiedad intelectual) empleados para la recopilación de la información referente al tema de investigación. La información que se recopiló ha sido analizada cuyos datos han sido guardados y únicamente los resultados serán mostrados en este estudio sin fines de lucro. Los encuestados tendrán pleno conocimiento del tema que está siendo materia de estudio.

IV. RESULTADOS

Los resultados obtenidos han sido los siguientes:

Tabla 3

Tabla cruzada de variable: identidad cultural -Turismo sostenible

		Turismo Sostenible			
			Medio	Alto	Total
Identidad Cultural	Medio	Recuento	5	7	12
		% del total	16.7%	23.3%	40.0%
	Alto	Recuento	11	7	18
		% del total	36.7%	23.3%	60.0%
Total	Recuento	16	14	30	
	% del total	53.3%	46.7%	100.0%	

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 3, se puede aseverar que la identidad cultural tiene una categoría alta total del 60% y el turismo sostenible tiene una categoría total media del 53.3%.

El objetivo principal es determinar la relación entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020; a través de esta data se puede señalar que cuando la identidad cultural es de nivel alto el turismo sostenible es de nivel alto en un 23.3%, asimismo, cuando la identidad cultural es de nivel medio el turismo sostenible es de nivel medio en un 16.7%.

Tabla 4

Tabla cruzada: Conocimiento – Turismo sostenible

		Turismo Sostenible			
			Medio	Alto	Total
Conocimiento	Medio	Recuento	8	10	18
		% del total	26.7%	33.3%	60.0%
	Alto	Recuento	8	4	12
		% del total	26.7%	13.3%	40.0%
Total	Recuento	16	14	30	
	% del total	53.3%	46.7%	100.0%	

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 4, se puede aseverar que la dimensión conocimiento tiene una categoría medio total de 60% y la variable turismo sostenible es de una categoría total medio de 53.3%.

El objetivo específico inicial es establecer la relación que existe entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, a través de esta data se puede señalar que cuando el conocimiento es de nivel alto el turismo sostenible es de nivel alto en 13.3% y cuando el conocimiento es de nivel medio el turismo sostenible es de nivel medio en 26.7%.

Tabla 5

Tabla cruzada: Percepción – Turismo sostenible

			Turismo Sostenible		
			Medio	Alto	Total
Percepción	Bajo	Recuento	0	1	1
		% del total	0.0%	3.3%	3.3%
	Medio	Recuento	13	8	21
		% del total	43.3%	26.7%	70.0%
	Alto	Recuento	3	5	8
		% del total	10.0%	16.7%	26.7%
Total	Recuento	16	14	30	
	% del total	53.3%	46.7%	100.0%	

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 5, se puede aseverar que la dimensión percepción tiene una categoría medio total de 70% y la variable turismo sostenible es de una categoría total medio de 53.3%.

El objetivo específico medio es establecer la relación que existe entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, a través de esta data se puede señalar que cuando la percepción es de nivel alto el turismo sostenible es de nivel alto en 16.7% y cuando la percepción es de nivel medio el turismo sostenible es de nivel medio en 43.3%.

Tabla 6

Tabla cruzada: Cultura – Turismo sostenible

			Turismo Sostenible		
			Medio	Alto	Total
Cultura	Medio	Recuento	4	6	10
		% del total	13.3%	20.0%	33.3%
	Alto	Recuento	12	8	20
		% del total	40.0%	26.7%	66.7%
Total	Recuento		16	14	30
	% del total		53.3%	46.7%	100.0%

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 6, se puede aseverar que la dimensión cultura tiene una categoría total de 66.7% y la variable turismo sostenible es de una categoría total medio de 53.3%.

El objetivo específico final es establecer la relación que existe entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, a través de esta data se puede señalar que cuando la cultura es de un nivel alto el turismo sostenible es de nivel alto de 26.7% y cuando la cultura es de un nivel medio el turismo sostenible es de nivel medio de 13.3%.

Tabla 7

Prueba de normalidad de la variable Identidad cultural

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<u>Identidad Cultural</u>	.389	30	.000	.624	30	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 7, al tener un grado de libertad (gl) de 30 (30 encuestas) se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk, el grado de significancia está en el rango de $p < 0,05$ por lo que se corrobora que la distribución de los datos no es normal para lo cual se aplicó el estadígrafo de Spearman para las pruebas de hipótesis diseñadas en la investigación.

Tabla 8

Prueba de normalidad de la variable Turismo sostenible

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Turismo sostenible	.354	30	.000	.637	30	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 8, al tener un grado de libertad (gl) de 30 (30 encuestas) se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk, el grado de significancia está en el rango de $p < 0,05$ por lo que se corrobora que la distribución de los datos no es normal para lo cual se aplicó el estadígrafo de Spearman para las pruebas de hipótesis diseñadas en la investigación.

Tabla 9

Correlación de las variables Identidad cultural - Turismo sostenible

			Identidad Cultural	Turismo Sostenible
Rho de Spearman	Identidad Cultural	Coefficiente de correlación	1,000	-,398*
		Sig. (bilateral)	.	,029
		N	30	30
	Turismo sostenible	Coefficiente de correlación	-,398*	1,000
		Sig. (bilateral)	,029	.
		N	30	30

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

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 9, los resultados demuestran que la intensidad de correlación entre identidad cultural y turismo sostenible es $Rho = -0.398$ (negativa) es de correlación negativa media (inversamente proporcional); el grado de significancia = 0.029 ($p < 0,05$) por lo cual se señala que se rechaza la H_0 y se acepta la H_a .

H_a : Existe relación positiva significativa entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

Tabla 10

Correlación de Dimensión Conocimiento - Turismo sostenible

				Conocimiento	Turismo sostenible
Rho de Spearman	Conocimiento	Coefficiente de correlación	1.000		-,369*
		Sig. (bilateral)	.		,045
		N	30		30
	Turismo sostenible	Coefficiente de correlación	-,369*		1.000
		Sig. (bilateral)	,045		.
		N	30		30

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

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 10, los resultados demuestran que la intensidad de correlación entre conocimiento y turismo sostenible es $Rho = -0.369$ (negativa) es de correlación negativa media (inversamente proporcional); el grado de significancia = 0.045 ($p < 0,05$) por lo cual se señala que se rechaza la H_0 y se acepta la H_a .

H_a : Existe relación entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

Tabla 11

Correlación de Dimensión Percepción - Turismo sostenible

				Percepción	Turismo sostenible
Rho de Spearman	Percepción	Coefficiente de correlación	1.000		-,178
		Sig. (bilateral)	.		,346
		N	30		30
	Turismo sostenible	Coefficiente de correlación	-,178		1.000
		Sig. (bilateral)	,346		.
		N	30		30

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 11, los resultados demuestran que la intensidad de correlación entre la percepción y turismo sostenible es $Rho = -0.178$ (negativa) es de correlación negativa media (inversamente proporcional); el grado de significancia = 0.346 ($p > 0,05$) por lo cual se señala que se rechaza la H_a y se acepta la H_0 .

Ho: No existe relación entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

Tabla 12

Correlación de Dimensión Cultura - Turismo sostenible

			Cultura	Turismo sostenible
Rho de Spearman	Cultura	Coeficiente de correlación	1.000	-,368*
		Sig. (bilateral)	.	,046
		N	30	30
	Turismo sostenible	Coeficiente de correlación	-,368*	1.000
		Sig. (bilateral)	,046	.
		N	30	30

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

Fuente: SPSS 25 basado en las encuestas

Tabla 12, los resultados demuestran que la intensidad de correlación entre la cultura y turismo sostenible es $Rho = -0.368$ (negativa) es de correlación negativa media (inversamente proporcional); el grado de significancia = 0.046 ($p < 0,05$) por lo cual se señala que se rechaza la Ho y se acepta la Ha.

Ha: Existe relación entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020.

V. DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020. Debe tenerse en cuenta que la población que se sienta identificada con su cultura, su entorno y sus recursos podrá generar más probabilidades de desarrollo turístico sostenible lo cual devendrá en una mejora en el cuidado del medio ambiente, en el aspecto económico y por ende en la disminución de la pobreza a largo plazo en su comunidad.

Los instrumentos de los cuestionarios fueron validados por expertos de la Universidad Cesar Vallejo tienen una validación de 0.85-1.00 (Prueba de Aiken), asimismo, se tiene una confiabilidad de .816 de para la variable Identidad Cultural, y .826 para la variable turismo sostenible, resultados obtenidos de la prueba piloto realizados a 20 encuestados.

Los resultados obtenidos han demostrado que existe relación positiva significativa entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible ya que su grado de significancia es 0.029 ($p < 0,05$), asimismo, existe relación entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible ya que el grado de significancia es 0.045 ($p < 0,05$), también existe relación entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible ya que grado de significancia es 0.046 ($p < 0,05$); se ha establecido de igual forma que no existe relación entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible ya que el grado de significancia es 0.346 ($p > 0,05$).

El trabajo de Correa (2018) y el presente trabajo de investigación refieren que el conocimiento, que es parte de la conciencia turística como de la identidad cultural, cumple un papel influyente en la toma de decisiones por parte de la población ya que si no se conoce el problema o potencial que tiene su comunidad no podrán ejercer cambios en ella a favor suyo, en este caso sería en relación al desarrollo del turístico sostenible; ese fue el caso en el trabajo de Correa ya que solo el 44% de su población encuestada señaló conocer sobre el tema de desarrollo turístico sostenible, lo cual perjudica de manera indirecta el comportamiento y las actitudes de los pobladores. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Correa y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la

encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 299 a 30 personas; los resultados señalan que el conocimiento que tengan las personas de su entorno o sus recursos permitirá asumir nuevas responsabilidades para mejorar su factor económico.

El trabajo de Flores (2017) refiere en relación al conocimiento, que las personas toman mayor conciencia al tener conocimiento de su potencial turístico por lo que identifican culturalmente con su entorno, tal como lo demuestra sus datos ya que el 52% de los encuestados conocen sobre sus recursos turísticos lo que conlleva a que las actitudes en relación a la conservación y la percepción de su entorno cambien a favor del desarrollo turístico sostenible, por lo que su trabajo demostró que existe una relación significativa entre la conciencia turística y el turismo sostenible. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Flores y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 100 a 30 personas; Correa presenta en relación a la dimensión conocimiento con la variable turismo sostenible $Rho=0,235$ y $p= 0.035$, mis resultados en la misma dimensión y variable fueron $Rho= -0.369$ y $p= 0.045$; los resultados señalan que el conocimiento afianza la conciencia turística, así como afianza a la identidad cultural lo que conlleva a un desarrollo turístico sostenible más estable.

El trabajo de Mendoza (2019) refiere que la identidad cultural se relaciona más con el elemento arquitectónico que es el patrimonio cultural inmueble, se enfoca en el análisis de la restauración del patrimonio inmueble con la identidad cultural, su estudio ha demostrado que las personas en un 60% se identifican culturalmente con su patrimonio cultural inmueble, ya que ellos reflejan su historia, su legado y su cultura, las personas se identifican con mayor fuerza con su arquitectura, se sienten orgullosos de su entorno, su percepción se refuerza y se genera una memoria colectiva a favor de la restauración del patrimonio cultural inmueble. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Mendoza y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 133 a 30 personas; Mendoza presenta en

relación a la variable identidad cultural y la variable restauración del patrimonio cultural inmueble $Rho=0,288$ y $p= 0.001$, mis resultados en la variable identidad cultural y variable turismo sostenible fueron $Rho= -0.398$ y $p= 0.029$; los resultados señalan que la identidad cultural se refuerza con la conservación del patrimonio cultural inmueble, la arquitectura provee una percepción de su entorno lo que se transforma en conocimiento y por ende forma parte de la memoria, la conservación de la arquitectura se convierte en un atractivo turístico por lo cual se puede desarrollar un turismo sostenible en beneficio de la comunidad.

El trabajo de Montani (2018) y el presente trabajo de investigación refieren que el turismo sostenible se ha convertido en un factor de desarrollo económico para una comunidad, ya que generan puestos de trabajo y por ende se disminuirá la pobreza y mejoraran sus ingresos económicos de forma paulatina; las personas encuestadas en un 56% señalan que mejoran en el aspecto social, un 56.3% serán en el aspecto económico y un 59.4% en el aspecto ambiental, en conclusión el tema del turismo sostenible se ha convertido en un pilar de desarrollo y progreso económico de una comunidad. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Montani y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 32 a 30 personas; Montani presenta en relación a la variable turismo sostenible y la variable desarrollo económico $Rho=0,981$ y $p= 0.000$, mis resultados en la variable identidad cultural y variable turismo sostenible fueron $Rho= -0.398$ y $p= 0.029$; los resultados señalan que el desarrollo del turismo sostenible es un factor que contribuye al desarrollo económico de una comunidad, asimismo para que haya un turismo sostenible debe contarse con el factor de interés de parte de los turistas lográndose por medio los festivales, tradiciones, música entre otros relacionados con la cultura local o nativa y para lograr ello se requiere tener una identidad cultural firme.

El trabajo de Ramírez (2019) y el presente trabajo de investigación al referirse sobre la identidad cultural ésta se relaciona con actividades culturales, tales como las festividades las cuales se conforman por música, ceremonias y tradiciones, las personas de la comunidad de su estudio señalan que un 57% de los ellos se siente completamente identificado con sus ceremonias así como con su cultura material, al sentirse identificados con su entorno y recursos naturales les permite fortalecer

el desarrollo de una actividad turística basadas en sus recursos naturales, Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Ramírez y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 71 a 30 personas; Ramírez presenta en relación a la variable identidad cultural y la variable actividad turística $Rho=0,712$ y $p= 0.001$, mis resultados en la variable identidad cultural y variable turismo sostenible fueron $Rho= -0.398$ y $p= 0.029$; los resultados señalan que la identidad cultural es un factor que contribuye a fortalecer el desarrollo de una actividad turística asimismo fortalece a que se desarrolle un turismo sostenible que favorezca a una comunidad para disminuir la pobreza y generar empleos más estables.

El trabajo de Jurado (2019) refiere que la identidad cultural se relaciona con ser parte de un grupo social que comparten rasgos, costumbres, valores y creencias, el 78.86% de sus encuestados han ratificado este concepto asimismo han señalado que en un 89.70% que la identidad cultural es un factor importante en el desarrollo turístico; por medio de este estudio así como el presente estudio coinciden en que la identidad cultural (vinculados por las costumbres) es un factor que tiene gran influencia para el desarrollo turístico tradicional como para un turismo sostenible, asimismo, se debe señalar que si no se afianza la identidad cultural de una comunidad ésta con el tiempo podría desaparecer debido a la influencia de medios externos como la tecnología y la migración de los jóvenes. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Jurado y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 369 a 30 personas; los resultados señalan que la identidad cultural fortalece el desarrollo de una actividad turística.

El trabajo de Fernández y Candelejo (2017) se enfocan en la forma en que se ha ido perdiendo la identidad cultural de una comunidad, identidad que se refleja a través de cuentos, mitos y leyendas, para evitar la pérdida de la identidad cultural ésta debe de ser mantenida a través de la difusión oral de los adultos hacia los jóvenes pero también por medio de textos que recaben sus narraciones y preservar de esa manera su identidad cultural; ciertamente los mitos permiten transmitir la identidad de una cultural lo cual fortalece su pasado y enriquece su presente,

asimismo permite que éste se convierta en un atractivo turístico para el desarrollo económico de una comunidad. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Fernández y Candeledo, y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 20 a 30 personas; los resultados señalan que el reforzamiento de la identidad cultural fortalece al desarrollo de una actividad turística.

El trabajo de Goyzueta (2016) muestra que el desarrollo turístico sustentable requiere de una gestión municipal adecuada que permita distribuir de manera equitativa los recursos económicos que se recaban por medio de esta actividad, los tres aspectos que involucran el turismo sostenible (económico, sociocultural y ambiental) se ven afectados por la localización de los recursos turísticos, estableciendo que la ubicación determina el mayor o menor ingreso económico para un área (rural o urbana) ya que sus encuestas han demostrado que el 64.7% considera que los centros urbanos son los que tienen mayores ingresos económicos; los recursos que se generen por el desarrollo turístico sostenible se verán influenciados por la ubicación de los mismos y por sus accesibilidad a ellos. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Goyzueta y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 265 a 30 personas; los resultados muestran que para ser sustentable el turismo sostenible dependerá de la accesibilidad y difusión de sus recursos.

El trabajo de Púas (2016) refiere que la identidad cultural se relaciona con la música, ceremonias, bailes, vestuarios, gastronomía, mitos, lenguaje, tradiciones, ritos y costumbres, todo ello permite generar un turismo más atractivo y por ende que sea más rentable en relación a los ingresos económicos, sus estudios han señalado que solo el 50% ha asumido que la identidad cultural es una ventaja como factor de desarrollo turístico, asimismo, señala que debe de fomentarse estas actividades entre los jóvenes para que se siga manteniendo viva la identidad cultural de la comunidad. Es por ello que la identidad cultural de la una población o comunidad debe de mantenerse viva ya que ello se convierte en una fuente

constante de recurso turístico más sostenible. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Púas y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 135 a 30 personas; los resultados muestran que al fomentar y conservar la identidad cultural de una comunidad permite que éste se transforme en un medio como recurso sustentable para el desarrollo de un turismo sostenible que beneficie a largo plazo a toda una comunidad, mientras más personas se identifiquen con su cultura ésta se fortalecerá.

El trabajo de Sadeikaté (2017) basado en un análisis de preferencias de los destinos turísticos que prefieren las personas han demostrado que hoy en días los turistas se orientan más a los lugares de turismo relacionado con la naturaleza o turismo rural, con festividades tradicionales, con eventos gastronómicos, sus preferencias también se orientan con respecto a lo arquitectónico, orientados a un desarrollo turístico más sustentable; los turistas aprecian o valoran más la cultura local autentica así como sus recursos históricos, arqueológicos y naturales. Para la recolección de los datos, ambos trabajos (Sadeikaté y el presente trabajo de investigación) coinciden en el empleo de la técnica de la encuesta, uno por medio de una plataforma digital survey Enklikaketa (www.lka.si), el instrumento fueron los cuestionarios, para el análisis de los datos se empleó el SPSS, aunque el tamaño de la muestra difiere de 106 a 30 personas; los resultados muestran que las preferencias de las personas hoy en día se orientan a comunidades donde su identidad cultural es más fuerte en relación a sus tradiciones, ceremonias, ritos, mitos, arquitectura y medio ambiente más protegido.

Los resultados obtenidos en las tablas cruzadas han demostrado que cuando la variable identidad cultural es de nivel alto la variable turismo sostenible es de nivel alto en un 23.3.7%, cuando la dimensión conocimiento es de nivel alto la variable turismo sostenible es de nivel alto en 13.3%, cuando la dimensión percepción es de nivel alto la variable turismo sostenible es de nivel alto en 16.7% y cuando la dimensión cultura es de un nivel alto la variable turismo sostenible es de nivel alto de 26.7%.

Los resultados obtenidos en las tablas cruzadas sobre la correlación de las variables y dimensiones han sido inversamente proporcionales, la identidad cultural y turismo sostenible tiene un $Rho = -0.398$ y una significancia de 0.029 ($p < 0,05$); el conocimiento y turismo sostenible tiene un $Rho = -0.369$ y una significancia de 0.045 ($p < 0,05$); la percepción y turismo sostenible tiene un $Rho = -0.178$ y una significancia de 0.346 ($p > 0,05$); la cultura y turismo sostenible tiene un $Rho = -0.368$ y una significancia de 0.046 ($p < 0,05$). Los resultados han demostrado que se tiene una correlación negativa tanto entre las variables como en sus dimensiones.

VI. CONCLUSIONES

Al culminar el trabajo de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

El objetivo principal que fue determinar la relación entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, se obtuvo como resultado que cuando la identidad cultural es de nivel alto el turismo sostenible también es de nivel alto en un 23.3.7%, también se obtuvo que cuando la identidad cultural es de nivel medio el turismo sostenible es de nivel medio en un 16.7%; se obtuvo un $Rho = -0.398$ (correlación negativa) y una significancia de 0.029 ($p < 0,05$) por lo que se acepta la H_a , por consiguiente se determina que hay correlación entre ambas variables por lo que se confirma el objetivo propuesto.

El objetivo específico 1 fue establecer la relación que existe entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, los resultados obtenidos fueron que cuando el conocimiento es de nivel alto el turismo sostenible es de nivel alto en 13.3% y cuando el conocimiento es de nivel medio el turismo sostenible es de nivel medio en 26.7%; se obtuvo un $Rho = -0.369$ (correlación negativa) y una significancia de 0.045 ($p < 0,05$) por lo que se acepta la H_a , por tanto se establece que hay correlación y se confirma el objetivo trazado, asimismo se determina que mientras mejore el conocimiento se mejora el turismo sostenible.

El objetivo específico 2 fue establecer la relación que existe entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, se obtuvo como resultado que cuando la percepción es de nivel alto el turismo sostenible es de nivel alto en 16.7% y cuando la percepción es de nivel medio el turismo sostenible es de nivel medio en 43.3%; se obtuvo un $Rho = -0.178$ (correlación negativa) y una significancia de 0.346 ($p > 0,05$) por lo se acepta la H_o , asimismo se determina que no hay relación y por ende el objetivo no se cumplió.

El objetivo específico 3 fue establecer la relación que existe entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, los resultados obtenidos fueron que cuando la cultura es de un nivel alto el turismo sostenible es de nivel alto de 26.7% y cuando la cultura es de un nivel medio el turismo sostenible es de nivel medio de 13.3%; se obtuvo un $Rho = -0.368$ (correlación negativa) y una

significancia de 0.046 ($p < 0,05$) por lo que se acepta la H_a , por tanto se determina que hay correlación y por ende se confirma el objetivo planteado, asimismo se determina que mientras se mejore la cultura se mejora el turismo sostenible.

VII. RECOMENDACIONES

Al culminar el estudio de investigación sobre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la Municipalidad de Mala, 2020, se recomienda lo siguiente:

En relación entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible la municipalidad, a través de su área de turismo y cultura, deben realizar con frecuencia charlas de concientización que promuevan el desarrollo del turismo sostenible enfocándose más en los centros poblados o zonas que tengan mayores recursos con potencial turístico para generar conciencia en la población sobre sus recursos de manera responsable, con ello fomentar la identidad cultural de los lugareños y que consideren al turismo sostenible como una alternativa de ingreso económico.

La relación que existe entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible se orienta como un factor de beneficio social y económico que debe tener en cuenta la municipalidad, para lo cual debe de realizarse un registro actualizado de sus recursos turísticos (monumentos y sitios arqueológicos, monumentos históricos, paisajes culturales y recursos naturales, conceptos etnográficos y folclóricos) dirigidos y realizados por personal capacitado o especialistas en la materia, que permitan convertirse en una data de información que sea empleado para fomentar el turismo sostenible en la zona resaltando sus características y cualidades, asimismo servirá para que la municipalidad tenga un conocimiento claro de las limitaciones que implica su gestión en relación a las medidas de protección y salvaguarda de los bienes culturales, naturales y turístico.

La relación que existe entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible demuestra que la municipalidad debe de realizar mayores esfuerzos para que sus pobladores tengan una mejor percepción de sus recursos turísticos y como éstos puedan convertirse en una opción de desarrollo sostenible a favor de la población, es por ello que en coordinación con sus áreas de turismo, cultura e imagen institucional deben de realizarse charlas y eventos socioculturales que promuevan el respeto y valor a los recursos turísticos de cada zona y que ello genere a corto plazo una identidad cultural más fortalecida.

La relación que existe entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible ha permitido, en cierto grado, fortalecer el desarrollo económico de la población y comunidades a través de sus eventos costumbristas, en el sentido a que la cultura no ha sido un factor de interés de gestión pública por parte de la municipalidad y autoridades locales, que también involucra a los sectores sociales sobre la identidad cultural; la Municipalidad de Mala al contar con una gran diversidad cultural como festividades, tradiciones, música, costumbre, monumentos arqueológicos e históricos, entre otros, conservados por generaciones, requieren ser difundidas, fortalecidas y rescatadas a través de un debido sustento basados en normas, ordenanzas y sanciones legales que garanticen su protección y conservación frente a eventos de orden natural y antrópicos que amenacen su existencia, considerando como uno de los factores de mayor incidencia la contaminación del medio ambiente que debe ser controlado como parte de las políticas públicas de la municipalidad, ya que ello implica un gran riesgo para la custodia de los bienes culturales y por ende el desarrollo del turismo sostenible.

REFERENCIAS

- Arias, F. G. (2006). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica. (5ta edición)*. Caravacas, Venezuela. Editorial Episteme, C.A.
- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Editorial Trillas.
- Alves, S. y Ramos, A. R. (2015). Towards a sustainable tourism competitiveness measurement model for municipalities: Brazilian empirical evidence. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1337-1357. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143407005>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación (3era edición)*. México. Grupo Editorial Patria.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3era edición)*. Colombia. Editorial Person Educación.
- Ballesteros, C., Gracia, G., Ocaña, A. y Jácome, C. (2018). Análisis de la promoción cultural como herramienta para fortalecer la identidad afro esmeraldeña. *Revista lasallista de investigación*, 15(2), 367-377. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v15n2/1794-4449-rlsi-15-02-367.pdf>
- Cavalcanti, N. y Ataide, G. (2016). System of Sustainability Indicators for Tourism Development: a case study of the municipality of Areia – PB. *Brazilian Journal of Tourism Research*, 10(3), 475-496. Recuperado de <https://www.scielo.br/pdf/rbtur/v10n3/1982-6125-rbtur-10-03-00475.pdf>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales. (3era edición)*. Argentina, Buenos Aires. Editorial Rundinguski
- Copeta, C. y Giancomo, E. S. (2010). Promotion of Destinations of Excellence: Reevaluation of a Medieval Tourist Route – Guidone’s Itinerary (1119 a.d.). *Polytechnical Studies Review*, 7(14), 111-121. Recuperado de <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tek/n14/n14a08.pdf>

- Cordero, S. Y. (2015). Acerca de la identidad Latinoamérica. *Repertorio americano, Heredia*, 25, 39-61. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1940496765/abstract/9C2C3D5B54304E50PQ/4?accountid=37408>
- Cornejo, L. E. (2013). *Turismo sustentable. Un modelo de planificación*. La Serena. Editorial Universidad de la Serena.
- Correa, A. (2018). *Conciencia turística y su contribución al desarrollo Turístico sostenible en el distrito de Paita, región Piura, 2017* (Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/42446>
- Chenet, M. E., Arévalo, J. C. y Palma, F. (2017). Identidad cultural y desempeño docente en instituciones educativas. *Revista Opción*, 33(84), 292-322. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31054991011.pdf>
- Chávez, J. m. (2005) *Coordinación de políticas públicas para el desarrollo sostenible del sector turismo en el Perú*. Santiago de Chile. Impreso en Naciones Unidas.
- Crawford, T., Lengeling, M., Mora, I. y Heredia, R. (2014). Hybrid Identity in Academic Writing: "Are There Twof Me?". *Revista Profile Issues in Teachers' Professional Development*, 16(2). 87-100. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169232511007>
- Del Valle, S. (2017). La planificación y prevención de los impactos ambientales del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible: Caso de estudio Timotes, Venezuela. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(2), 164-183. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2017000200164&lang=es
- Duran, E. (2002). *La identidad cultural como elemento de la información*. San José de Costa Rica. Editorial Promesa.
- Espinosa, M. (2000). *Los mestizos ecuatorianos y las señas de la identidad cultural. (3era edición)* Quito, Ecuador. Editorial Tramasocial.

- Espinosa, A., Fernández, J. Cueto, R. M. y Pain, O. (2013). Social identity and emotional climate in a rural community of peru: an empirical study. *Revista Psicología & Sociedade*, 25(2), 321-330. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=309328218009>
- El Peruano, Normas legales (2003). *Ley general del patrimonio cultural de la nación*. Publicado el 22 de julio de 2004. Recuperado de <http://181.189.159.2/2017/enero/conse/contenido/ponencias/Karim%20Chew/Investigacion%20para%20la%20conservacion.pdf>
- Fernández, D. M. y Candeledo, I. B. (2017). *La identidad cultural de Guantopolo identificada a través de cuentos, mitos, leyendas y memorias ancestrales colectivas* (Tesis de Licenciado, Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/3950>
- Flores, C. J. (2017). *Conciencia turística y Turismo sostenible en la comunidad de Las Lomas de Mangamarca, San Juan de Lurigancho, 2017* (Titulo de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29452>
- García, A. (2018). Identidad, lengua y educación: la realidad de la amazonía peruana. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 18(36), 193-207. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rexe/v18n36/0718-5162-rexe-18-36-193.pdf>
- González, J., y Pazmiño, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista Publicando*, 2(1), 62-67. Recuperado de <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/42382>
- González, G., Ruíz, F. y Vera J. A. (2013). Identidad cultural transmitida por la ciudad autónoma de melilla a sus ciudadanos a través de su oferta cultural. *Revista Publicaciones*, 43, 45-58. Recuperado de <https://digibug.ugr.es/handle/10481/35563>

- Goulding, R. Horan, E. y Tozzi, L. (2014). The importance of sustainable tourism in reversing the trend in the economic downturn and population decline of rural communities. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(3), 549-563. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130937005>
- Goyzueta, A. (2016). La gestión municipal y su incidencia en el desarrollo turístico sustentable. Estudio de caso: Municipio de Copacabana gestiones 2010-2015 (Tesis de Maestría, Universidad Mayor de San Andrés, La paz, Bolivia). Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/7019>
- Guerrero, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. *Revista de turismo y Patrimonio Cultural* 13(5), 1019-1036. Recuperado de http://pasosonline.org/Publicados/13515/PS515_03.pdf
- Guimaraes, G. M., Anjos, F. A, Farias, D. S. y Junior, M. A. (2018). Archaeological heritage management and tourism development: actions and proposals. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(3), 47-80. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5041/504158891003/504158891003.pdf>
- Groen, S. P., Richters, A., Laban, C. J. y Deville, W. L. (2017). Cultural Identity Among Afghan and Iraqi Traumatized Refugees: Towards a Conceptual Framework for Mental Health Care Professionals. *Revista Cult Med Psychiatry*, 42, 69-91. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/2015464476/DC1BEB92E7EB4333P/Q/23?accountid=37408>
- Grolaminejad, R. (2017). Identity Construction and Reversal Conceptual Transfer Among Iranian EFL Learners, *Revista HOW*, 24(2), 63-79. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4994/499451852004/499451852004.pdf>
- Hernández, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México. Editorial McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Hernández, R., Fernández, C. y Batista, N. P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta edición). México. Editorial McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

- Hernández, R, Fernández, C. y Batista, P. (1991). *Metodología de la investigación*. México. Editorial McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Hormigos, J. y Oda, F. (2014). Identidades culturales en un mundo en movimiento. Reflexiones desde la sociología. *Methaodos Revista de ciencias sociales*, 2(2), 244-255. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441542972007>
- Jurado, K. N. (2019). *La identidad cultural como un aporte al fortalecimiento y desarrollo turístico del Valle de Chonta* (Tesis de Licenciado, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolqui, Ecuador). Recuperado de <https://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/20489>
- Jurema, I., Alcántara, L. C. y Cioce, C. A. (2018). Tourism under climate change scenarios: impacts, possibilities, and challenges. *Brazilian Journal of Tourism Research*, 12(3), 1-22. Recuperado de <https://www.scielo.br/pdf/rbtur/v12n3/1982-6125-rbtur-12-03-00001.pdf>
- Kagan, C. M y Burton, M. H. (2014). Culture, identity and alternatives to the consumer culture. *Educar em Revista*, 5, 75-89. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155031843006>
- Kerlinger, F. N. (1979). *Investigación del comportamiento*. (4ta edición). México, D.F: Nueva Editorial Interamericana.
- Lanfranchi, M., Giannetto, C. y Lonela, C. (2015). Rural Tourism: Corporate Social Responsibility and Sustainable Tourism. *Revista Quality Managent*, 16, 83-88. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1687097656/fulltextPDF/950130F2BFDB493FPQ/16?accountid=37408>
- Liévano, K., Mazó, M. L., y Torres, F. (2018). Percepción y planificación del turismo sostenible en comunidades indígenas de México. *Retos Revista Científica de Ciencias de la Administración y Economía*, 15(8), 117-133. Recuperado de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v8n15/1390-6291-Retos-8-15-000117.pdf>

- Lorencini, J. y Gomes, I. L. (2018). Tourism as an instrument of forest protection in the Amazon: a multivariate análisis. *Brazilian Journal of Tourism Research*, 12(3), 23-46. Recuperado de <https://www.scielo.br/pdf/rbtur/v12n3/1982-6125-rbtur-12-03-00023.pdf>
- Maldonado, M. (2009). *Literatura e identidad cultural. Representaciones del pasado en la narrativa alemana a partir de 1945*. Alemania. Editorial científica internacional.
- Maldonado, C. (2006) *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Ginebra, Suiza. Impresa por la Oficina Internacional del Trabajo.
- Manhas, P., Manrai, L. y Manrai, A. (2016). Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science* 21, 25-29. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/jefas/v21n40/a05v21n40.pdf>
- Margina, O. y Partal C. M. (2013). Quantification of tourism's sustainable development. *Revista Metalurgia Internacional*, 18(7), 87-89. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1346658282/fulltextPDF/423B38AC66E94348PQ/7?accountid=37408>
- Marty, V. (2005). The Role of Small Tourism Businesses in Sustainable Tourism: The Case of the "Paradores" of Puerto Rico. *Revista Forum Empresarial*, 10(2), 48-66. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63110204>
- Mendoza, V. A. (2019). *Identidad Cultural Y Su Relación Con La Restauración Del Patrimonio Cultural Inmueble Del Centro Histórico De Trujillo, 2019* (Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38122>
- Molano, O. L. (2017). La identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 7, 69-84. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

- Monge, J. G. y Yagüe, R. M. (2016). El desarrollo turístico sostenible: Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(1), 57-72. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322016000100004&lang=es
- Montani, A. L. (2018). *Turismo sostenible y desarrollo económico en los humedales de Ventanilla, 2018* (Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31019>
- Mondragón, M. A. (2014). uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento Científico*, 8(1), 98-104. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156978>
- Municipalidad de Mala (2019). *Ordenanza Municipal 017-2016-MDM*. Recuperado de <https://munimala.gob.pe/wp-content/uploads/2019/10/REGLAMENTO-DE-ORGANIZACION-Y-FUNCIONES-ROF.pdf>
- Noordeloos, T. (2018). Sustainable tourism development in Amsterdam Oud-West. *Research in Hospitality Management*, 8(1), 73-77. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/2195299259/fulltextPDF/5552702FEF9149DFPQ/32?accountid=37408>
- Oviedo, H. C. y Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34 (4), 572-580. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v34n4/v34n4a09.pdf>
- Proaño, W. P., Ramírez, J. F. y Pérez, I. (2019). Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabí, Ecuador. *Avances Centro de Información y Gestión Tecnológica*, 21(1), 59-78. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6789901>
- Púas, C. (2016). *La identidad cultural como elemento generador de ventaja sostenible en el sector turismo: Caso Pueblo Raizal de San Andrés* (Titulo de Maestría, Universidad Nacional de Colombia). Recuperado de <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/58639>

- Ramírez, L. A. (2019). *Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018* (Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto. Perú). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/35737>
- Rodríguez, J., Pierdant A. I. y Rodríguez, E. C. (2016). *Estadística para administración (2da edición)*. México. Editorial Patria.
- Rojas, M. (2011). *La identidad cultural e integración. Desde la ilustración hasta el romanticismo latinoamericano*. Bogotá, D.C. Editorial Bonaventuriana.
- Rossi, E. Charne, U. y Comparato, G. (2018). *Turismo sustentable: respetar la actividad turística desde la sustentabilidad*. Buenos Aires, Argentina. Editorial de la Universidad de La Plata.
- Sadeikaté, G. (2017) *Supporting sustainable tourism development through improved measurement: a case study of european tourism destinations* (Tesis de Doctorado, Universitat d'Alacant, España). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=125011>
- Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima, Perú. Editado por Universidad Ricardo Palma.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2002). *Metodología y diseños en la investigación científica* (3era edición). Lima, Perú. Editorial Universitaria.
- Sanchis, M. J. (2013). *El sonido de la sociedad. La identidad cultural*. España. Editor Universidad de Alicante.
- Serrano, R. C. (2002). *Turismo sustentable y desarrollo local en el sur del valle de Toluca*. Alicante. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes
- Soler, S. F. y Soler, L. (2012). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Revista Médica Electrónica*, 34(1), 1-6. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242012000100001

- Shrapova, A., Litvinenko, E. y Shakirova, D. (2019). Language identity and its context policies. *Revista Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(5). 1-7. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/279/27962050007/27962050007.pdf>
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica. Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación (4ta edición)*. México D. F., México, Editorial Limusa S.A. de C. V.
- Torres, L. (2015). Evaluación del desarrollo sostenible de destinos turísticos cubanos: una propuesta. *Revista Científica Ecociencia*, 2(5), 1-26. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1827460604/fulltextPDF/77D8AE3ACCEF40A3PQ/23?accountid=37408>
- Valderrama, S. (2007). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. Editorial San Marcos E. I. R.L.
- Valderrama, S. (2002). *Pasos para la elaborar proyectos de investigación científica*. Lima, Perú. Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Valderrama, S. R. y León, L. R. (2009). *Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la investigación científica*. Lima, Perú. Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Villegas, A. M. (2017). Globalización versus identidad cultural: un conflicto presente. *Revista Horizonte de la ciencia*, 7(13), 11-26. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5709/570960867002/570960867002.pdf>
- Villegas, P. y Mora, I. (2018). The Role of Language in the Identity Formation of Transnational EFL Teachers, 25(2), 11-27. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4994/499456424002/499456424002.pdf>
- Ypeij, A. y Zoomers, A. (2006) *Ruta andina. Turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia*. Quito Ecuador. Editorial Abya-Yara

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Identidad cultural	La identidad cultural es el conocimiento que tiene el ser humano de uno mismo, pero al mismo tiempo la percepción que tiene de los demás y de la cultura de la que proviene Maldonado (2009).	La variable será medida a través de la escala nominal de tipo Likert, empleando para ello la técnica de la encuesta por medio de cuestionarios, los cuales constarán de 15 ítems por cada variable. Las dimensiones de la variable identidad cultural son: conocimiento, percepción y cultura.	Conocimiento	Memoria	Ordinal tipo Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) Algunas veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Recuerdos	
				Experiencia	
				Lenguajes	
			Percepción	Signos	
				Imágenes	
				Códigos	
				Sonidos	
			Cultura	Ritos	
				Mitos	
				Tradiciones	
				Textos	
				Costumbres	
				Ceremonias	
Turismo sostenible	Turismo sostenible consiste en cuidar los recursos tanto naturales, históricos como culturales para que éstos continúen usándose en el futuro; involucra un adecuado equilibrio entre tres factores: medioambiental, económica y sociocultural (Cornejo, 2013).	La variable será medida a través de la escala nominal de tipo Likert, empleando para ello la técnica de la encuesta por medio de cuestionarios, los cuales constarán de 15 ítems por cada variable. Las dimensiones de la variable turismo sostenible son: medioambiente, económico y sociocultural.	Medioambiente	Recursos naturales	
				Diversidad biológica	
				Procesos biológicos	
			Económico	Empleo	
				Ingresos	
				Servicios sociales	
				Disminución de la pobreza	
			Sociocultural	Prosperidad local	
				Rasgos culturales	
				Arquitectura	
Valores					
Tradiciones					
Entendimiento					
Tolerancia					
Normas					
Bienestar de la comunidad					

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos - Cuestionarios

TEST IDENTIDAD CULTURAL

Edad: (años) Fecha: Sexo: Masculino () Femenino ()

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrarás enunciados sobre identidad cultural. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que consideres con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad. La información que brindan es importante, es de carácter anónimo y confidencial.

OPCIONES DE RESPUESTA:

N= Nunca CN= casi nunca AV= algunas veces CS= casi siempre S= siempre

Ord.	PREGUNTAS	N	CN	AV	CS	S
1	La memoria se relaciona con la identidad cultural					
2	Considera que la memoria es importante para mantener la identidad cultural en su comunidad					
3	Sus experiencias refuerzan su identidad cultural					
4	Las experiencias se vinculan con la identidad cultural					
5	El lenguaje es parte de su identidad cultural					
6	La identidad cultural se manifiesta a través del lenguaje					
7	La identidad cultural se expresa por medio de los signos					
8	Los signos comunican su identidad cultural					
9	Las imágenes fortalecen su identidad cultural					
10	Las imágenes definen su identidad cultural					
11	Tiene códigos que caracterizan su identidad cultural					
12	Los códigos son relevantes para definir su identidad cultural					
13	Asocia los sonidos con la identidad cultural					
14	Los ritos son expresiones de la identidad cultural de su comunidad					
15	Los ritos se asocian con la identidad cultural					
16	Los mitos siguen siendo parte de su identidad cultural					
17	Los mitos transmiten la identidad cultural de su comunidad					
18	Las tradiciones son parte de la identidad cultural de su comunidad					
19	La identidad cultural se mantiene con las tradiciones					
20	Tiene textos que grafiquen la identidad cultural de su comunidad					
21	Considera que la identidad cultural puede difundirse por medio de los textos					
22	Las costumbres son manifestaciones de la identidad cultural de su comunidad					
23	Las costumbres revalorizan la identidad cultural de su comunidad					
24	Las ceremonias fomentan la identidad cultural de su comunidad					
25	La identidad cultural se transmite por medio de las ceremonias					
26	Los monumentos son el legado de su identidad cultural					
27	La protección de los monumentos conlleva a conservar tu identidad cultural					
28	La música es importante para la identidad cultural de su comunidad					
29	La música refleja su identidad cultural					
30	La identidad cultural se conforma de hábitos					

TEST TURISMO SOSTENIBLE

Edad: (años) Fecha: Sexo: Masculino () Femenino ()

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrarás enunciados sobre identidad cultural. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que consideres con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad. La información que brindan es importante, es de carácter anónimo y confidencial.

OPCIONES DE RESPUESTA:

N= Nunca CN= casi nunca AV= algunas veces CS= casi siempre S= siempre

Ord.	PREGUNTAS	N	CN	AV	CS	S
1	El turismo sostenible promueva el cuidado de los recursos naturales					
2	Los recursos naturales son la base de un turismo sostenible					
3	El turismo sostenible requiere de una diversidad biológica para ser rentable					
4	La diversidad biológica es importante para el desarrollo del turismo sostenible					
5	El desarrollo de los procesos biológicos son afectados por turismo sostenible					
6	Los procesos biológicos atraen al turismo sostenible					
7	¿El desarrollo del turismo sostenible genera un empleo más estable?					
8	¿El empleo mejora con el desarrollo del turismo sostenible?					
9	¿Los ingresos aumentan con el turismo sostenible?					
10	¿Los ingresos son estables por el desarrollo del turismo sostenible?					
11	¿El turismo sostenible mejora los servicios sociales?					
12	¿Los servicios sociales aumentan con el turismo sostenible?					
13	El turismo sostenible disminuye la pobreza					
14	¿El turismo sostenible favorece a la prosperidad local?					
15	¿La prosperidad local depende del desarrollo del turismo sostenible?					
16	Los rasgos culturales se fortalecen con el turismo sostenible					
17	El turismo sostenible valora los rasgos culturales					
18	La arquitectura es fundamental para el desarrollo del turismo sostenible					
19	La arquitectura se adecua para el turismo sostenible					
20	Los valores sociales se mantienen con el turismo sostenible					
21	El turismo sostenible fomenta los valores culturales de su comunidad					
22	Las tradicionales no se alteran con el desarrollo del turismo sostenible					
23	Las tradiciones se revalorizan con el turismo sostenible					
24	El desarrollo del turismo sostenible requiere del entendimiento de las autoridades locales					
25	El entendimiento de los empresarios locales es necesario para un turismo sostenible					
26	La tolerancia es un factor importante para el desarrollo de un turismo sostenible					
27	El turismo sostenible requiere de normas para su desarrollo					
28	Las normas que tiene el municipio fomentan el turismo sostenible					
29	El turismo sostenible ayuda a promover el bienestar de la comunidad					
30	El bienestar de la comunidad depende del turismo sostenible					

Anexo 3. Validación de Aiken

Valores de V Aiken para la variable identidad cultural

ITEMS		J1	J2	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ITEM 1	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 2	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 3	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 4	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 5	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 6	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 7	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 8	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 9	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 10	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 11	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 12	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 13	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 14	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 15	<i>Pertinencia</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido

Valores de V Aiken para la variable turismo sostenible

ITEMS		J1	J2	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ITEM 1	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 2	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 3	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 4	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 5	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 6	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 7	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 8	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 9	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 10	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 11	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 12	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 13	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 14	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 15	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido

	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 16	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 17	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 18	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 19	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 20	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 21	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 22	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 23	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 24	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 25	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 26	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 27	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 28	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 29	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 30	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido

Anexo 4. Detalle de confiabilidad de la variable identidad cultural

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	20	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.816	.827	30

Detalle de confiabilidad

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La memoria se relaciona con la identidad cultural	111.65	86.450	.413	.807
La memoria permite tener viva la identidad cultural	111.00	86.105	.504	.804
Sus experiencias refuerzan su identidad cultural	111.60	85.200	.490	.803
Las experiencias se vinculan con la identidad cultural	111.80	87.537	.415	.807
El lenguaje es parte de su identidad cultural	111.40	86.147	.427	.806
La identidad cultural se manifiesta a través del lenguaje	111.35	86.871	.426	.807
La identidad cultural se expresa por medio de signos	112.00	90.842	.246	.813
Los signos caracterizan la identidad cultural de su comunidad	112.00	81.474	.667	.794
Las imágenes fortalecen su identidad cultural	111.30	89.905	.204	.816
Las imágenes ayudan a definir su identidad cultural	111.30	92.116	.083	.821
Los códigos reflejan su identidad cultural	111.85	81.397	.611	.796

Los códigos son relevantes para definir su identidad cultural	112.35	86.029	.579	.802
Asocia los sonidos con la identidad cultural	111.95	95.629	-.104	.832
Los ritos son expresiones de la identidad cultural de su comunidad	110.95	90.261	.323	.811
Los ritos se asocian con la identidad cultural	110.85	90.134	.369	.810
Los mitos siguen siendo parte de su identidad cultural	111.00	92.421	.080	.821
Los mitos transmiten la identidad cultural de su comunidad	110.75	94.197	-.006	.821
Las tradiciones son parte de la identidad cultural de su comunidad	110.50	88.684	.642	.805
La identidad cultural se mantiene con las tradiciones	110.55	91.945	.256	.813
Tiene textos que grafiquen la identidad cultural de su comunidad	113.40	90.884	.189	.816
Considera que la identidad cultural puede difundirse por medio de los textos	111.60	85.832	.452	.805
Las costumbres son manifestaciones de la identidad cultural de su comunidad	110.75	88.092	.651	.804
Las costumbres revalorizan la identidad cultural de su comunidad	110.75	89.461	.416	.809
Las ceremonias fomentan la identidad cultural de su comunidad	110.65	93.397	.094	.817
La identidad cultural se transmite por medio de las ceremonias	110.90	98.832	-.328	.832
Los monumentos son el legado de su identidad cultural	110.60	90.463	.283	.812
La protección de los monumentos conlleva a conservar tu identidad cultural	110.90	87.358	.554	.804
La música es importante para la identidad cultural de su comunidad	111.40	82.779	.733	.794
La música refleja su identidad cultural	111.30	87.905	.373	.809
La identidad cultural se conforma de hábitos	112.40	90.147	.166	.819

Detalle de confiabilidad de la variable turismo sostenible

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	20	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.826	.837	30

Detalle de confiabilidad

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
El turismo sostenible promueve el cuidado de los recursos naturales	102.60	74.989	.507	.814
Los recursos naturales son la base de un turismo sostenible	102.70	72.537	.607	.809
El turismo sostenible requiere de una diversidad biológica para ser rentable	103.00	73.684	.654	.809
La diversidad biológica atrae el desarrollo del turismo sostenible	102.75	77.145	.452	.817
El desarrollo de los procesos biológicos es afectado por turismo sostenible	102.45	88.155	-.314	.855
Los procesos biológicos son importantes para un turismo sostenible	102.85	72.871	.660	.808
¿El desarrollo del turismo sostenible genera más empleo?	102.30	79.589	.230	.824

¿El empleo mejora con el desarrollo del turismo sostenible?	102.45	80.682	.177	.826
¿Los ingresos aumentan con el turismo sostenible?	102.20	76.800	.436	.818
¿Los ingresos son más estables por el desarrollo del turismo sostenible?	102.25	76.408	.558	.815
¿El turismo sostenible es el medio por el cual los servicios sociales son más eficientes?	103.55	73.313	.599	.810
¿El turismo sostenible genera cambios en los servicios sociales de su comunidad?	103.65	76.976	.350	.821
El turismo sostenible disminuye la pobreza	102.50	78.895	.401	.820
¿El turismo sostenible contribuye a la prosperidad local?	102.80	71.747	.693	.806
¿La prosperidad local depende del desarrollo del turismo sostenible?	103.55	72.366	.576	.810
Los rasgos culturales se fortalecen con el turismo sostenible	103.40	77.621	.450	.818
El turismo sostenible valora los rasgos culturales de una comunidad	103.10	74.411	.685	.810
La arquitectura es fundamental para el desarrollo de un turismo sostenible	102.60	80.147	.274	.823
La arquitectura cambia para el desarrollo del turismo sostenible	102.50	82.053	.081	.827
Los valores sociales se mantienen con el turismo sostenible	104.00	84.316	-.171	.835
El turismo sostenible fomenta los valores culturales de su comunidad	103.50	77.842	.293	.823
Las tradiciones impulsan el desarrollo del turismo sostenible	102.65	82.555	-.026	.834
Las tradiciones se revalorizan con el turismo sostenible	102.55	82.050	.028	.830

El desarrollo del turismo sostenible requiere del entendimiento de las autoridades locales	102.20	78.484	.344	.821
El entendimiento entre los empresarios locales es necesario para un turismo sostenible	102.30	75.274	.607	.812
La tolerancia es un factor importante para el desarrollo de un turismo sostenible	102.10	78.621	.312	.822
Las normas impuestas por su municipio favorecen el desarrollo del turismo sostenible	103.40	78.568	.359	.821
El municipio realiza mejoras en sus normas respecto al turismo sostenible	104.30	77.379	.420	.818
El turismo sostenible ayuda a promover el bienestar de la comunidad	103.35	75.082	.473	.816
El bienestar de la comunidad depende del turismo sostenible	103.50	84.158	-.128	.844

Anexo 5. Print de la base de datos

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE IDENTIDAD CULTURAL

	Items 1	Items 2	Items 3	Items 4	Items 5	Items 6	Items 7	Items 8	Items 9	Items 10	Items 11	Items 12	Items 13	Items 14	Items 15	Items 16	Items 17	Items 18	Items 19	Items 20	Items 21	Items 22	Items 23	Items 24	Items 25	Items 26	Items 27	Items 28	Items 29	Items 30	
Encuesta 1	3	4	4	3	3	3	4	3	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	2	2	5	4	5	5	5	4	3	3	3
Encuesta 2	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4
Encuesta 3	4	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	4	4	3	3	5	5	4	
Encuesta 4	3	4	4	4	4	5	3	3	5	5	3	2	3	4	4	5	5	5	5	5	1	3	5	4	5	5	5	5	4	3	2
Encuesta 5	3	4	5	5	4	3	2	2	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	2	4	4	3	4	4	5	5	4	5	2	
Encuesta 6	3	5	4	4	3	3	3	4	5	5	3	2	3	5	5	4	5	5	5	2	3	5	5	4	4	3	4	3	4	2	
Encuesta 7	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	5	3	4	4	5	2	5	4	4	5	5	5	4	4	4	2	
Encuesta 8	2	3	4	3	4	4	3	3	5	5	3	3	4	4	4	3	4	5	5	2	3	4	4	5	5	4	4	3	3	2	
Encuesta 9	4	5	3	4	3	3	4	4	3	3	5	2	3	3	3	4	5	5	4	1	3	4	4	5	5	4	3	3	4	2	
Encuesta 10	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	2	2	3	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	4	5	5	4	3	3	2	
Encuesta 11	5	5	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	5	2	3	4	5	5	4	5	4	4	5	2	
Encuesta 12	3	4	2	3	2	3	3	3	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	1	
Encuesta 13	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	2	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	
Encuesta 14	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	5	3	1	4	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
Encuesta 15	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	2	5	4	3	5	5	4	1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	
Encuesta 16	5	5	4	3	5	4	4	5	3	3	5	4	2	4	4	5	4	5	5	1	4	5	5	4	3	5	5	5	4	4	
Encuesta 17	3	3	4	4	3	3	2	2	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	2	3	4	5	5	5	5	4	3	3	2	
Encuesta 18	4	4	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	
Encuesta 19	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	
Encuesta 20	3	3	2	2	4	4	3	2	3	3	1	2	2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
Encuesta 21	3	4	2	1	2	4	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	
Encuesta 22	2	4	3	2	3	3	3	3	4	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	
Encuesta 23	4	3	3	3	3	5	3	2	5	3	3	2	3	4	3	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	
Encuesta 24	3	4	2	2	4	4	4	3	2	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	
Encuesta 25	5	3	4	1	3	4	2	1	3	3	3	4	4	3	4	4	5	3	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	5	2	
Encuesta 26	3	4	3	2	2	3	2	2	4	4	2	2	3	4	3	4	5	5	5	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	
Encuesta 27	2	5	2	3	4	5	3	3	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	
Encuesta 28	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	2	4	5	4	3	5	5	4	2	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	
Encuesta 29	3	4	4	3	4	5	4	2	5	3	3	3	2	5	5	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	3	3	
Encuesta 30	4	5	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	2	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE TURISMO SOSTENIBLE

	Items 1	Items 2	Items 3	Items 4	Items 5	Items 6	Items 7	Items 8	Items 9	Items 10	Items 11	Items 12	Items 13	Items 14	Items 15	Items 16	Items 17	Items 18	Items 19	Items 20	Items 21	Items 22	Items 23	Items 24	Items 25	Items 26	Items 27	Items 28	Items 29	Items 30	
Encuesta 1	4	4	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	
Encuesta 2	3	2	2	3	4	3	4	4	5	4	2	3	4	3	2	3	3	3	4	2	2	4	4	4	3	4	3	1	3	2	
Encuesta 3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	2	2	4	4	3	2	3	4	4	2	3	5	5	4	4	5	3	3	4	3	
Encuesta 4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3	
Encuesta 5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	5	3	2	2	2	
Encuesta 6	3	3	3	4	5	3	5	5	5	5	2	3	4	3	2	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	5	2	1	3	4	
Encuesta 7	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	5	3	2	2	5	
Encuesta 8	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3	
Encuesta 9	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	3	3	3	4	4	2	2	4	4	5	5	4	3	2	3	3	
Encuesta 10	5	5	4	4	4	3	5	3	3	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	2	3	3	4	5	5	5	3	2	3	2	
Encuesta 11	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	
Encuesta 12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Encuesta 13	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	1	4	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	2	3	2	
Encuesta 14	5	5	5	4	2	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	5	2	
Encuesta 15	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	3	1	3	3	
Encuesta 16	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	5	
Encuesta 17	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	2	4	3	
Encuesta 18	3	4	4	3	4	3	5	5	5	5	3	3	4	3	2	2	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	2	2	1	
Encuesta 19	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	5	3	4	2	2	3	2	
Encuesta 20	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	3	
Encuesta 21	5	3	3	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	2	4	5	5	5	4	3	2	1	5	3	4	
Encuesta 22	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	1	1	5	4	
Encuesta 23	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	1	1	4	4	
Encuesta 24	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	5	3	4	3	2	5	4	
Encuesta 25	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	5	3	4	3	2	5	5	
Encuesta 26	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	1	1	4	4	
Encuesta 27	5	3	3	4	3	4	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	3	2	1	5	4
Encuesta 28	5	3	3	5	3	4	4	3	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	1	5	5	3	5	5	4	3	2	1	5	4	
Encuesta 29	5	3	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	3	1	1	5	3	
Encuesta 30	5	3	3	4	3	4	5	1	1	3	4	5	5	5	3	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	3	1	1	5	3	

Anexo 6. Tabla de especificaciones

Especificaciones de variable: Identidad cultural					
Variables	Dimensiones	Peso	Ítems	Indicadores	Preguntas
Identidad cultural	Conocimiento	20%	6	Memoria	La memoria se relaciona con la identidad cultural La memoria permite tener viva la identidad cultural
				Experiencia	Sus experiencias refuerzan su identidad cultural Las experiencias se vinculan con la identidad cultural
				Lenguaje	El lenguaje es parte de su identidad cultural La identidad cultural se manifiesta a través del lenguaje
	Percepción	24%	7	Signos	La identidad cultural se expresa por medio de signos Los signos caracterizan la identidad cultural de su comunidad
				Imágenes	Las imágenes fortalecen su identidad cultural Las imágenes ayudan a definir su identidad cultural
				Códigos	Los códigos reflejan su identidad cultural Los códigos son relevantes para definir su identidad cultural
				sonidos	Asocia los sonidos con la identidad cultural
	Cultura	56%	17	Ritos	Los ritos son expresiones de la identidad cultural de su comunidad Los ritos se asocian con la identidad cultural
				Mitos	Los mitos siguen siendo parte de su identidad cultural Los mitos transmiten la identidad cultural de su comunidad
				Tradiciones	Las tradiciones son parte de la identidad cultural de su comunidad La identidad cultural se mantiene con las tradiciones
				Textos	Tiene textos que grafiquen la identidad cultural de su comunidad Considera que la identidad cultural puede difundirse por medio de los textos
				Costumbres	Las costumbres son manifestaciones de la identidad cultural de su comunidad Las costumbres revalorizan la identidad cultural de su comunidad
				Ceremonias	Las ceremonias fomentan la identidad cultural de su comunidad La identidad cultural se transmite por medio de las ceremonias
				Monumentos	Los monumentos son el legado de su identidad cultural La protección de los monumentos conlleva a conservar tu identidad cultural
				Musica	La música es importante para la identidad cultural de su comunidad La música refleja su identidad cultural
				Hábitos	La identidad cultural se conforma de hábitos
	Total	100%	30		

Especificaciones de variable: Turismo sostenible					
Variables	Dimensiones	Peso	Ítems	Indicadores	Preguntas
Turismo sostenible	Medioambiente	20%	6	Recursos naturales	El turismo sostenible promueve el cuidado de los recursos naturales Los recursos naturales son la base de un turismo sostenible
				Diversidad biológica	El turismo sostenible requiere de una diversidad biológica para ser rentable La diversidad biológica atrae el desarrollo del turismo sostenible
				Procesos biológicos	El desarrollo de los procesos biológicos es afectado por turismo sostenible Los procesos biológicos son importantes para un turismo sostenible
	Económico	30%	9	Empleo	¿El desarrollo del turismo sostenible genera más empleo? ¿El empleo mejora con el desarrollo del turismo sostenible?
				Ingresos	¿Los ingresos aumentan con el turismo sostenible? ¿Los ingresos son más estables por el desarrollo del turismo sostenible?
				Servicios sociales	¿El turismo sostenible es el medio por el cual los servicios sociales son más eficientes? ¿El turismo sostenible genera cambios en los servicios sociales de su comunidad?
				Disminución de la pobreza	El turismo sostenible disminuye la pobreza
				Prosperidad local	¿El turismo sostenible contribuye a la prosperidad local? ¿La prosperidad local depende del desarrollo del turismo sostenible?
	Sociocultural	50%	15	Rasgos culturales	Los rasgos culturales se fortalecen con el turismo sostenible El turismo sostenible valora los rasgos culturales de una comunidad
				Arquitectura	La arquitectura es fundamental para el desarrollo de un turismo sostenible La arquitectura cambia para el desarrollo del turismo sostenible
				Valores	Los valores sociales se mantienen con el turismo sostenible El turismo sostenible fomenta los valores culturales de su comunidad
				Tradiciones	Las tradiciones impulsan el desarrollo del turismo sostenible Las tradiciones se revalorizan con el turismo sostenible
				Entendimiento	El desarrollo del turismo sostenible requiere del entendimiento de las autoridades locales El entendimiento entre los empresarios locales es necesario para un turismo sostenible
				Tolerancia	La tolerancia es un factor importante para el desarrollo de un turismo sostenible
				Normas	Las normas impuestas por su municipio favorecen el desarrollo del turismo sostenible El municipio realiza mejoras en sus normas respecto al turismo sostenible
Bienestar de la comunidad				El turismo sostenible ayuda a promover el bienestar de la comunidad El bienestar de la comunidad depende del turismo sostenible	
Total	100%	30			

Anexo 7. Carta de presentación



Escuela de Posgrado

“Año de la universalización de la salud”

Lima, 27 DE MAYO DEL 2020

Carta P.077– 2020 EPG – UCV LE

SEÑOR(A)

Sonia Marlene Ramos Ruiz
Alcaldesa de la Municipalidad de Mala

Asunto: Carta de Presentación del estudiante **LUDMY VIOLETA ROMERO NUÑEZ.**

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **LUDMY VIOLETA ROMERO NUÑEZ.** identificado(a) con DNI N.°40078894 y código de matrícula N° 7002289381; estudiante del Programa de MAESTRIA EN GESTION PÚBLICA. quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

IDENTIDAD CULTURAL Y EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA MUNICIPALIDAD DE MALA, 2020

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,



Dr. Raúl Delgado Arenas
JEFE DE UNIDAD DE POSGRADO
FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE

LIMA NORTE Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel.:(+511) 202 4342 Fax.:(+511) 202 4343
LIMA ESTE Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.:(+511) 200 9030 Anx.:2510.
ATE Carretera Central Km. 8.2 Tel.:(+511) 200 9030 Anx.: 8184
CALLAO Av. Argentina 1795 Tel.:(+511) 202 4342 Anx.: 2650.

Anexo 8: Respuesta de recepción de carta de presentación

The screenshot displays an email client interface. At the top, there is a green navigation bar with icons for search, settings, help, and notifications. Below this, a sidebar on the left shows a search bar and a 'Categorizar' dropdown menu. The main content area displays an email from 'Municipalidad Distrital de Mala' with the following details:

- From:** Muni Mala <mesavirtual@munimala.gob.pe>
- Date:** Lun 8/06/2020 15:19
- To:** Usted
- Body:** Gracias por ponerte en contacto con nosotros. Pronto te responderemos. ---
- Date:** 8 junio, 2020

On the right side, a 'Mi cuenta' sidebar is visible, showing the user's profile:

- Name:** ludmy romero nuñez
- Email:** dreicom17@hotmail.com
- Options:** Mi perfil, Mi cuenta, Cerrar sesión

Anexo 9. Matriz de Consistencia

Título: Identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible de la Municipalidad de Mala, 2020.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable e indicadores		
<p>General: ¿Qué relación existe entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020?</p> <p>Específicos: 1. ¿Cómo se relaciona el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020? 2. ¿Cómo se relaciona la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020? 3. ¿Cómo se relaciona la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020?</p>	<p>General: Determinar la relación que existe entre identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020</p> <p>Específicos: 1) Establecer la relación que existe entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020. 2) Establecer la relación que existe entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020. 2) Establecer la relación que existe entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020.</p>	<p>General: Existe relación positiva significativa entre la identidad cultural y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020</p> <p>Específicos: 1) Existe relación positiva entre el conocimiento y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020. 2) Existe relación positiva entre la percepción y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020. 2) Existe relación positiva entre la cultura y el desarrollo del turismo sostenible en la municipalidad de mala, 2020.</p>	Variable 1: Identidad cultural		
			Dimensiones	Indicadores	Items
			D1: Conocimiento	Memoria Experiencia Lenguaje	1; 2; 3; 4;5;6
			D2. Percepción	Signos Imágenes Códigos Sonidos	7;8;9;10;11; 12;13
			D3. Cultura	Ritos Mitos Tradiciones Textos Costumbres Ceremonias Monumentos Música Hábitos	14;15;26;17;18 19;20;21;22;23 24;25;26;27 28;29;30
			Variable 2: Turismo sostenible		
			D1: Medioambiente	Recursos naturales Diversidad biológica Procesos biológicos	1; 2; 3;4;5;6
			D2: Económico	Empleo Ingresos Servicios sociales Disminución de la pobreza	7; 8; 9; 10; 11; 12; 13
			D3: Sociocultural	Prosperidad local Rasgos culturales Arquitectura Valores Tradiciones Entendimiento Tolerancia Normas Bienestar de la comunidad	14;15;16;17;18; 19;20;21;22;23 24;25;26;27;28 29;30

Anexo 10. Tabla de especificaciones



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE IDENTIDAD CULTURAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	Dimensión 1: Conocimiento													
1	La memoria se relaciona con la identidad cultural			X				X				X		
2	La memoria permite tener viva la identidad cultural			X			X				X			
3	Sus experiencias refuerzan su identidad cultural			X			X				X			
4	Las experiencias se vinculan con la identidad cultural			X			X				X			
5	El lenguaje es parte de su identidad cultural			X			X				X			
6	La identidad cultural se manifiesta a través del lenguaje			X			X				X			
	Dimensión 2: Percepción													
7	La identidad cultural se expresa por medio de signos			X			X				X			
8	Los signos caracterizan la identidad cultural de su comunidad			X			X				X			
9	Las imágenes fortalecen su identidad cultural			X			X				X			
10	Las imágenes ayudan a definir su identidad cultural			X			X				X			
11	Los códigos reflejan su identidad cultural			X			X				X			
12	Los códigos son relevantes para definir su identidad cultural			X			X				X			
13	Asocia los sonidos con la identidad cultural			X			X				X			
	Dimensión 3: Cultura													
14	Los ritos son expresiones de la identidad cultural de su comunidad			X			X				X			
15	Los ritos se asocian con la identidad cultural			X			X				X			
16	Los mitos siguen siendo parte de su identidad cultural			X			X				X			
17	Los mitos transmiten la identidad cultural de su comunidad			X			X				X			
18	Las tradiciones son parte de la identidad cultural de su comunidad			X			X				X			
19	La identidad cultural se mantiene con las tradiciones			X			X				X			
20	Tiene textos que grafiquen la identidad cultural de su comunidad			X			X				X			
21	Considera que la identidad cultural puede difundirse por medio de los textos			X			X				X			

22	Las costumbres son manifestaciones de la identidad cultural de su comunidad			X				X				X	
23	Las costumbres revalorizan la identidad cultural de su comunidad			X				X				X	
24	Las ceremonias fomentan la identidad cultural de su comunidad			X				X				X	
25	La identidad cultural se transmite por medio de las ceremonias			X				X				X	
26	Los monumentos son el legado de su identidad cultural			X				X				X	
27	La protección de los monumentos conlleva a conservar tu identidad cultural			X				X				X	
28	La música es importante para la identidad cultural de su comunidad			X				X				X	
29	La música refleja su identidad cultural			X				X				X	
30	La identidad cultural se conforma de hábitos			X				X				X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. **Dr/ Mg. Marco Antonio Candia Menor** **DNI: 10050551**

Especialidad del validador: **Asesor Teórico - Metodológico**

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

14 de Junio del 2020

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE TURISMO SOTENIBLE

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
Dimensión 1: Medio ambiente														
1	El turismo sostenible promueve el cuidado de los recursos naturales				X				X				X	
2	Los recursos naturales son la base de un turismo sostenible				X				X				X	
3	El turismo sostenible requiere de una diversidad biológica para ser rentable				X				X				X	
4	La diversidad biológica atrae el desarrollo del turismo sostenible				X				X				X	
5	El desarrollo de los procesos biológicos es afectado por turismo sostenible				X				X				X	
6	Los procesos biológicos son importantes para un turismo sostenible				X				X				X	
Dimensión 2: Económico														
7	¿El desarrollo del turismo sostenible genera más empleo?				X				X				X	
8	¿El empleo mejora con el desarrollo del turismo sostenible?				X				X				X	
9	¿Los ingresos aumentan con el turismo sostenible?				X				X				X	
10	¿Los ingresos son más estables por el desarrollo del turismo sostenible?				X				X				X	
11	¿El turismo sostenible es el medio por el cual los servicios sociales son más eficientes?				X				X				X	
12	¿El turismo sostenible genera cambios en los servicios sociales de su comunidad?				X				X				X	
13	El turismo sostenible disminuye la pobreza				X				X				X	
14	¿El turismo sostenible contribuye a la prosperidad local?				X				X				X	
15	¿La prosperidad local depende del desarrollo del turismo sostenible?				X				X				X	
Dimensión 3: Sociocultural														
16	Los rasgos culturales se fortalecen con el turismo sostenible				X				X				X	
17	El turismo sostenible valora los rasgos culturales de una comunidad				X				X				X	
18	La arquitectura es fundamental para el desarrollo de un turismo sostenible				X				X				X	

19	La arquitectura cambia para el desarrollo del turismo sostenible				X				X				X
20	Los valores sociales se mantienen con el turismo sostenible				X				X				X
21	El turismo sostenible fomenta los valores culturales de su comunidad				X				X				X
22	Las tradiciones impulsan el desarrollo del turismo sostenible				X				X				X
23	Las tradiciones se revalorizan con el turismo sostenible				X				X				X
24	El desarrollo del turismo sostenible requiere del entendimiento de las autoridades locales				X				X				X
25	El entendimiento entre los empresarios locales es necesario para un turismo sostenible				X				X				X
26	La tolerancia es un factor importante para el desarrollo de un turismo sostenible				X				X				X
27	Las normas impuestas por su municipio favorecen el desarrollo del turismo sostenible				X				X				X
28	El municipio realiza mejoras en sus normas respecto al turismo sostenible				X				X				X
29	El turismo sostenible ayuda a promover el bienestar de la comunidad				X				X				X
30	El bienestar de la comunidad depende del turismo sostenible				X				X				X

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Candia Menor Marco Antonio DNI: 10050551

Especialidad del validador: Asesor Teórico - Metodológico

14 de Junio del 2020

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico 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.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE IDENTIDAD CULTURAL

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	Dimensión 1: Conocimiento													
1	La memoria se relaciona con la identidad cultural				X				X					X
2	La memoria permite tener viva la identidad cultural				X				X					X
3	Sus experiencias refuerzan su identidad cultural				X				X					X
4	Las experiencias se vinculan con la identidad cultural				X				X					X
5	El lenguaje es parte de su identidad cultural				X				X					X
6	La identidad cultural se manifiesta a través del lenguaje				X				X					X
	Dimensión 2: Percepción				X				X					X
7	La identidad cultural se expresa por medio de signos				X				X					X
8	Los signos caracterizan la identidad cultural de su comunidad				X				X					X
9	Las imágenes fortalecen su identidad cultural				X				X					X
10	Las imágenes ayudan a definir su identidad cultural				X				X					X
11	Los códigos reflejan su identidad cultural				X				X					X
12	Los códigos son relevantes para definir su identidad cultural				X				X					X
13	Asocia los sonidos con la identidad cultural				X				X					X
	Dimensión 3: Cultura				X				X					X
14	Los ritos son expresiones de la identidad cultural de su comunidad				X				X					X
15	Los ritos se asocian con la identidad cultural				X				X					X
16	Los mitos siguen siendo parte de su identidad cultural				X				X					X
17	Los mitos transmiten la identidad cultural de su comunidad				X				X					X
18	Las tradiciones son parte de la identidad cultural de su comunidad				X				X					X
19	La identidad cultural se mantiene con las tradiciones				X				X					X
20	Tiene textos que grafiquen la identidad cultural de su comunidad				X				X					X
21	Considera que la identidad cultural puede difundirse por medio de los textos				X				X					X

22	Las costumbres son manifestaciones de la identidad cultural de su comunidad				X					X							X
23	Las costumbres revalorizan la identidad cultural de su comunidad				X					X							X
24	Las ceremonias fomentan la identidad cultural de su comunidad				X					X							X
25	La identidad cultural se transmite por medio de las ceremonias				X					X							X
26	Los monumentos son el legado de su identidad cultural				X					X							X
27	La protección de los monumentos conlleva a conservar tu identidad cultural				X					X							X
28	La música es importante para la identidad cultural de su comunidad				X					X							X
29	La música refleja su identidad cultural				X					X							X
30	La identidad cultural se conforma de hábitos				X					X							X

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia para el cuestionario de Identidad Cultural, por lo tanto puede ser aplicado en su integridad

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Paca Pantigoso, Flabio Romeo

DNI: 01212856

Especialidad del validador: Metodología de la investigación, Estadística

Lima, 16 de junio del 2020

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**Claridad:** 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



F. Romeo Paca P.
DNI 01212856

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE TURISMO SOTENIBLE

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	Dimensión 1: Medio ambiente													
1	El turismo sostenible promueve el cuidado de los recursos naturales				X				X				X	
2	Los recursos naturales son la base de un turismo sostenible				X				X				X	
3	El turismo sostenible requiere de una diversidad biológica para ser rentable				X				X				X	
4	La diversidad biológica atrae el desarrollo del turismo sostenible				X				X				X	
5	El desarrollo de los procesos biológicos es afectado por turismo sostenible				X				X				X	
6	Los procesos biológicos son importantes para un turismo sostenible				X				X				X	
	Dimensión 2: Económico				X				X				X	
7	¿El desarrollo del turismo sostenible genera más empleo?				X				X				X	
8	¿El empleo mejora con el desarrollo del turismo sostenible?				X				X				X	
9	¿Los ingresos aumentan con el turismo sostenible?				X				X				X	
10	¿Los ingresos son más estables por el desarrollo del turismo sostenible?				X				X				X	
11	¿El turismo sostenible es el medio por el cual los servicios sociales son más eficientes?				X				X				X	
12	¿El turismo sostenible genera cambios en los servicios sociales de su comunidad?				X				X				X	
13	El turismo sostenible disminuye la pobreza				X				X				X	
14	¿El turismo sostenible contribuye a la prosperidad local?				X				X				X	
15	¿La prosperidad local depende del desarrollo del turismo sostenible?				X				X				X	
	Dimensión 3: Sociocultural				X				X				X	
16	Los rasgos culturales se fortalecen con el turismo sostenible				X				X				X	
17	El turismo sostenible valora los rasgos culturales de una comunidad				X				X				X	
18	La arquitectura es fundamental para el desarrollo de un turismo sostenible				X				X				X	

19	La arquitectura cambia para el desarrollo del turismo sostenible				X				X				X
20	Los valores sociales se mantienen con el turismo sostenible				X				X				X
21	El turismo sostenible fomenta los valores culturales de su comunidad				X				X				X
22	Las tradiciones impulsan el desarrollo del turismo sostenible				X				X				X
23	Las tradiciones se revalorizan con el turismo sostenible				X				X				X
24	El desarrollo del turismo sostenible requiere del entendimiento de las autoridades locales				X				X				X
25	El entendimiento entre los empresarios locales es necesario para un turismo sostenible				X				X				X
26	La tolerancia es un factor importante para el desarrollo de un turismo sostenible				X				X				X
27	Las normas impuestas por su municipio favorecen el desarrollo del turismo sostenible				X				X				X
28	El municipio realiza mejoras en sus normas respecto al turismo sostenible				X				X				X
29	El turismo sostenible ayuda a promover el bienestar de la comunidad				X				X				X
30	El bienestar de la comunidad depende del turismo sostenible				X				X				X

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia para el cuestionario de Turismo Sostenible, por lo tanto puede ser aplicado en su integridad

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Paca Pantigoso, Flabio Romeo

DNI: 01212856

Especialidad del validador: Metodología de la investigación, Estadística

Lima, 16 de junio del 2020

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**Claridad:** 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


 F. Romeo Paca P.
 DNI 01212856