



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN

TURISMO Y HOTELERÍA

Identidad Cultural y Conciencia Turística en los pobladores de la

ciudad de Chalhuanca, Apurímac, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería

AUTOR:

Cosquillo Meneses Carlos Eduardo (ORCID: 0000-0001-8853-9825)

ASESORA:

Mg. Sc. Segovia Aranibar Elizabeth Luz (ORCID: 0000-0002-8790-6707)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Patrimonio y Recursos turísticos

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Primero quisiera poder dedicar este trabajo a Dios quien me ha dado las fuerzas para luchar día a día por mejorar; a mi mama, a mi papa y a toda mi familia, porque son el principal motivo de querer salir adelante, a mi querido país por todas sus diversidades cultura, al pueblo de Chalhuanca, por darme la inspiración necesaria, a mi asesora por todos los consejos brindados y a mi alma mater, la universidad Cesar Vallejo por todos estos años de aprendizaje. Sobre todo, a mi gran amigo Kenny Pacheco Fernandez, que desde el cielo es la principal inspiración de todo este trabajo.

Agradecimiento

Quiero dar gracias a Dios por mostrarme el camino a seguir, a mis padres y mi familia que siempre me han apoyado en mi carrera.

A mi asesora, Elizabeth Segovia quien estuvo guiándome en el proceso del desarrollo de mi estudio.

A mi universidad por brindarme las facilidades para realizar mi investigación.

Y por último, a los pobladores de la ciudad de Chalhuanca, por su apoyo y colaboración.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Indice de contenidos.....	iv
Indice de tablas	v
Indice de figuras	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. Método.....	19
3.1. Tipo y diseño de investigación	20
3.2. Variables y Operacionalización	20
3.3. Población, muestra y muestreo.....	22
3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	23
3.5. Procedimientos	23
3.6. Métodos de análisis de datos.....	24
3.7. Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS	25
V. Discusión	37
VI. Conclusiones	41
VII. Recomendaciones	44
REFERENCIAS	47
ANEXOS	

Índice de tablas

	Página
Tabla 1. Relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística	26
Tabla 2. Relación que existe entre el entorno geográfico y la conciencia turística	27
Tabla 3. Relación que existe entre el elemento histórico y la conciencia turística	28
Tabla 4. Relación que existe entre el elemento simbólico y la conciencia turística	29
Tabla 5. Relación que existe entre el elemento tangible y la conciencia turística	30
Tabla 6. Correlaciones de identidad cultural y la conciencia turística	31
Tabla 7. Equivalencias para prueba de hipótesis	32
Tabla 8. Correlaciones del entorno geográfico y la conciencia turística	33
Tabla 9. Correlaciones del elemento histórico y la conciencia turística	34
Tabla 10. Correlaciones del elemento simbólico y la conciencia turística	35
Tabla 11. Correlaciones del elemento tangible y la conciencia turística	36

Índice de figuras

	Página
Figura 1. Relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística	66
Figura 2. Relación que existe entre entorno geográfico y la conciencia turística	67
Figura 3. Relación que existe entre el entorno histórico y la conciencia turística	68
Figura 4. Relación que existe entre el entorno histórico y la conciencia turística	69
Figura 5. Relación que existe entre el elemento tangible y la conciencia turística	70

RESUMEN

En la presente investigación tuvimos como objetivo general determinar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Chalhuanca, Apurímac, 2020. La metodología que hemos utilizado fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada con un diseño no experimental transversal, utilizando una población de 5074 pobladores de la ciudad de Chalhuanca, Apurímac, una muestra total de 357 habitantes, el muestreo usado fue probabilístico apoyados con nuestra encuesta. Entre los resultados obtuvimos que la correlación que existe entre las dos variables, identidad cultural y conciencia turística fue de nivel positiva alta o considerable, es decir existe variación sistemática entre ellas, si mejora una de ellas influenciara de forma positiva para que la otra también mejore, y viceversa; de igual manera hemos podido observar la significancia bilateral encontrada con un 95% de confianza fue menor al nivel de significancia de 0.05. En nuestro estudio, concluimos que el nivel de identidad cultural de la población de la ciudad de Chalhuanca viene desarrollándose de manera óptima generando un grado alto de pertenencia mediante las costumbres y tradiciones que existe en la zona, por consecuencia, la conciencia turística mostrada hacia la comunidad visitante es buena.

Palabras claves:

Identidad Cultural, Conciencia turística y actividad turística.

ABSTRACT

In this research, we had as a general objective to determine the relationship that exists between cultural identity and tourist awareness of the inhabitants of the city of Chalhuanca, Apurímac, 2020. The methodology we have used was a quantitative approach, applied with a design non-experimental cross-sectional, using a population of 5074 inhabitants of the city of Chalhuanca, Apurímac, a total sample of 357 inhabitants, the sampling used was probabilistic supported by our survey. Among the results, we obtained that the correlation that exists between the two variables, cultural identity and tourist awareness, was of a high or considerable positive level, that is, there is systematic variation between them, if one of them improves, it will influence positively so that the other also improves. , and vice versa; In the same way, we have been able to observe the bilateral significance found with 95% confidence, it was less than the significance level of 0.05. In our study, we conclude that the level of cultural identity of the population of the city of Chalhuanca has been developing optimally, generating a high degree of belonging through the customs and traditions that exist in the area, consequently, the tourist awareness shown towards the Visiting community is good.

Keywords:

Cultural Identity, Tourist Awareness and Tourist Activity.