



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Gestión turística municipal y conciencia turística de la zona
monumental del Rímac. Lima, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORA:

Bringas Vidal, Karina Alexandra (ORCID: 0000-0003-1605-3206)

ASESOR:

Mg. Calle Ruiz, Samanta Hilda (ORCID: 0000-0001-6708-5414)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado a mi madre, Maria Del Carmen Vidal Roncal, a quien le estoy eternamente agradecida por su constante apoyo para seguir desarrollándome como profesional de la carrera de Turismo y a la memoria de mi tío, el ingeniero José Luis Vidal que siempre me aconsejo y me guio por el camino correcto en mi vida profesional. También, dedico este trabajo a mis familiares y amigos que siempre me animaron durante el proceso de investigación para la obtención de la licenciatura.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por la oportunidad que me ha brindado de poder avanzar un peldaño más dentro de mi rubro.

Agradezco a las personas encuestadas que participaron sin fines de lucro y sirvieron de fuente de información para la presente investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de investigación	16
3.2. Variables y operacionalización	17
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de Análisis	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5 Procedimiento	21
3.6 Método de análisis de datos	21
3.7 Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Correlación de la Hipótesis general: Gestión turística municipal y Conciencia turística	22
Tabla 2. Correlación de la Hipótesis Específica 1: Promoción y Relación y contacto con el turista.	23
Tabla 3. Correlación de la Hipótesis Específica 2: Contralor de servicios y suministradores de la información.	24
Tabla 4. Correlación de la Hipótesis Específica 3: Planeación y Conservación	25

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como principal objetivo determinar qué relación que existe entre la gestión turística municipal y la conciencia turística de la zona monumental del Rímac. Lima, 2021, para la cual se encuestó a 104 pobladores de la zona monumental del Rímac (muestreo no probabilístico por conveniencia) cuyas edades oscilaban entre los 20 a 65 años. La investigación es de tipo cuantitativa que está estructurado bajo el diseño no experimental, de tipo correlacional simple y de corte transversal. Para las bases teóricas principales se contó con el respaldo teórico de Rodríguez y Roberto C. Boullon para “Gestión Turística Municipal” y con Mireles Vasquez y Ramirez para “Conciencia turística”. Los resultados dados en la investigación probaron que hay una correlación positiva considerable entre la gestión turística municipal y la conciencia turística de +0,740, aceptando así la hipótesis alternativa inicial donde se apreció que la gestión turística del Rímac es un poco carente en el destino, al contrario de la conciencia turística donde se puede denotar buenas aptitudes de parte de la población. Sin embargo, es necesario que el municipio engrandezca la conciencia turística del sitio, ya que las nociones turísticas demostradas por la población en la investigación, son básicas.

Palabras claves: gestión turística municipal, conciencia turística, promoción turística, relación y contacto con el turista.

ABSTRACT

The main objective for this following research was to determinate if there is a relation between municipal touristic management and tourism awareness in Rimac monumental zone. Lima, 2021. For this purpose, 104 participants from 20 to 65 years old, who lived in monumental Rimac zone, were taken part of the investigation (Convenience non- probabilistic sampling). The type of investigation is quantitative, which was structured under non-experimental design, correlational simple, and cross-sectional cohort. In addition, the author thought it was convenient to use the theory of Rodriguez and Roberto C. Boullon for “Municipal touristic management” and the theory of Mireles Vasquez and Ramirez for “Tourism awareness”. For the results, it is said there is a considerable relation of +0.740 between municipal touristic management and tourism awareness in Rimac city, Lima. 2021, where the first alternative hypothesis is accepted. In addition, it was found that touristic management in Rimac district is not quite good against the tourism awareness where the population shows a good aptitude with tourists. However, However, it is necessary for the municipality to increase the tourist awareness of the site, since the tourist notions demonstrated by the population in the research are basic.

Keywords: municipal touristic management, tourism awareness, tourism marketing, relationship and communication with the tourist.

I. INTRODUCCIÓN:

El fenómeno turístico es uno de los más importantes sectores económicos en nuestro país que beneficia a miles de peruanos, siendo así que para el año 2015, el sector turismo se ubicó en la posición número dos entre las actividades con más recaudación de divisas en el Perú, sobrepasando a las actividades más reconocidas como el sector agropecuario (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2016). Es así que se dice, que el turismo cumple un rol sumamente importante en la sociedad en donde las principales entidades que rigen a dicho fenómeno puedan concientizar a su población e impartirles la importancia del turismo dentro del territorio donde estos individuos habiten, es así como se abordara como esto es desarrollado desde un punto internacional hasta donde se ubica la problemática de la investigación.

En el ámbito internacional, Martínez y Escalona (2012) comentan que los municipios que conforman a Chiloe no tienen un plan implementando para la difusión turística en las comunas. Sin embargo, solo funcionan como un intermediario con el Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR) para la difusión de la actividad turística. Aquí se puede evidenciar que, a pesar, que el municipio no cuenta con un plan para concientizar a su población, busca ayuda del ente rector del turismo en la región, pero, esto no exime de responsabilidad al municipio, ya que también debería contar con su propio plan de concientización para que integre a la población con sus propuestas turísticas o que formen parte del fenómeno turístico.

En el ámbito nacional, Cayotopa (2018) expone que la población está en un total desacuerdo y desconoce la planificación turística implementada en su región, por lo que sugiere que la población sea participe de este fenómeno. Tal como se aprecia en esta conclusión, si es que no hay un buen manejo turístico del recurso y no se incentiva a que la población lo tome como prioridad, puede formar un rechazo a su entorno turístico y obviamente a la gestión turística del lugar.

En el ámbito regional, Rincon (2017) comenta la intervención del municipio de Huaros en la difusión de buenas prácticas que debe tener el poblador con el turista. Este es un punto muy positivo para resaltar por parte de

esta entidad, ya que hace que su población entienda lo que significa la actividad turística de la zona que no tan solo es la parte de los atractivos, si no la calidez y la bienvenida cordial al turista a dicho lugar.

Ahora, es momento de hablar de la gestión turística municipal del sitio donde se llevará a cabo el estudio que es el distrito del Rímac, no sin antes comentar datos importantes a denotar de la zona de investigación. Rímac es declarada como “Patrimonio Cultural de la Humanidad” debido a su alto contenido patrimonial del 40% de la ciudad de Lima por La Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura (UNESCO), (Municipalidad del Rímac, 2017). Esta condecoración fue hecha durante la gestión del alcalde Enrique Peramas.

Agregando a lo anterior, dentro de las gestiones precedentes del municipio y actuales, Portal Turismo (2019) menciona la participación del Rímac en el festival Mistura y la posible construcción del teleférico en el cerro San Cristóbal donde se colocaría un museo de sitio, el cual es uno de los sitios más concurridos turísticamente. Por otro lado, el Ministerio de Cultura del Perú, está programando desembolsar 3 millones de dólares en la reestructuración del patrimonio cultural del Rímac, pero debido a efectos negativos del Covid 19 contra el turismo, esto no ha podido ser factible aún (Lapamdia,2020).

Como se evidencia, durante los últimos años ha habido algunos aportes considerables para la formación del turismo en el Rímac. Sin embargo, no se contempló un plan para concientizar a la población del Rímac, es así como Ruiz y Pozo (2020) comentan que el ciudadano sabe la importancia del turismo en el Rímac, pero es ajeno a ello, no cree que sea de vital importancia promocionar al sitio y participar de la gestión turística del municipio.

En este último caso expuesto se dice que, si no hay una intervención bien definida del ente municipal como tal en distrito, los pobladores no podrán realmente entender bien el turismo si no son partícipes de dicha actividad, quizás pueden entender que significa el turismo en su contexto, pero no como una realidad para ellos, no algo que deban sentir que netamente sea válido.

Es así como se formula la siguiente pregunta: ¿Qué relación existe entre la gestión turística municipal y conciencia turística de la zona monumental del

Rímac. Lima, 2021? De acuerdo con bases científicas y teóricas encontradas para esta investigación, la elaboración del presente busca determinar la relación que existe entre la gestión turística municipal del Rímac y la conciencia turística de los pobladores del Rímac, contemplándolo desde la perspectiva de los pobladores que habitan la zona monumental rímense.

A groso modo, se dice que la justificación social de esta investigación se da porque no hay un plan bien implementando por el municipio del Rímac para que su población realmente identifique y sensibilice con el contexto turístico de su lugar de residencia y también esto es de gran ayuda para una presente o futura gestión municipal del lugar donde se evidencie los hallazgos hechos durante esta investigación. Además, se puede decir que este trabajo de investigación puede ser referencia para futuras investigaciones de la materia, Turismo. Con lo que respecta justificación teórica, se trabajara bajo los lineamientos de diversos autores que ayudaran a dar una fundamentación clave para la investigación, por un lado se tiene a Mireles, Alfredo definiendo el concepto de “Conciencia turística” y dimensionando a este precepto el autor Ramirez con su libro de “Deontología y conciencia turística”, por el otro lado, se tiene Rodríguez Javier que define a un municipio y su gestión turística acompañado la teoría base para el dimensionamiento de Boullon, Roberto.

Con lo que respecta a lo mencionado, entre esos objetivos se tiene al objetivo general que sería determinar qué relación existe entre la gestión turística municipal y conciencia turística de la zona monumental del Rímac. Lima, 2021. Así mismo, los objetivos específicos para este tema de investigación serán los siguientes: Primero, determinar qué relación existe entre la promoción con relación y contacto con el turista de la zona monumental del Rímac. Lima, 2021. Segunda, determinar qué relación existe entre contralor de servicios con suministradores de la información de la zona monumental del Rímac. Lima, 2021 y tercera, determinar qué relación existe entre planificación con conservación de la zona monumental del Rímac. Lima, 2021.

Para finalizar, es necesario indicar que las hipótesis planteadas para la investigación. la cual es la hipotesis alterna donde se afirma que la gestión turística municipal se relaciona significativamente con la conciencia turística de

la ciudad del Rímac. Lima, 2021 y la hipótesis nula donde la gestión turística municipal no se relaciona significativamente con la conciencia turística de la ciudad del Rímac. Lima, 2021

II. MARCO TEÓRICO:

Este punto de la investigación está constituido por los antecedentes y las bases teóricas que respaldan a la investigación. Para empezar, se aborda los antecedentes que precedieron a esta investigación donde se denota la conexión en las variables, “Gestión turística municipal” y “Conciencia turística”. A su vez para finalizar, se define las variables con el sustento teórico pertinente donde se evidencio de igual forma, la correlación propuesta.

Entre los antecedentes internacionales, se tiene a Plaza (2013), quien, en su tesis titulada, “Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó” planteo como objetivó determinar a qué nivel el turismo rural representa una alternativa para el desarrollo. Esta investigación es de carácter exploratoria – descriptiva en donde se hizo uso de entrevistas para la población local y actores que están dentro de la actividad turística para poder determinar lo propuesto en su objetivo. El autor concluye que las principales entidades gestoras del turismo en la zona de investigación, Curicó, no ha llegado a concientizar a su población, visitantes y organizaciones sobre la actividad turística y de medio ambiente. Además, pone en énfasis la intervención de la comunidad dentro de la gestión, ya que forman parte de la planificación turística del sitio.

En otras investigaciones, como la de Thammajinda (2013) en su tesis *“Community participation and social capital in tourism planning and management in a Thai context”*, la cual exploro cómo la participación comunitaria funciona en Tailandia desde un enfoque cualitativo y cuantitativo, la cualitativa para que pueda determinar a más profundidad sus bases teóricas y la cuantitativa se empleó para poder determinar los resultados de sus variables a través de cuestionarios. El autor concluye el trabajo indicando la gran importancia de la comunidad en el desarrollo del turismo en Tailandia, pero que no tan solo depende del ellos, si no de otros aspectos que enriquecen la gestión, entre ellos está la gestión del lugar y que sin la participación de esta tendría notorios efectos negativos para el lugar.

Como un aporte adicional para los antecedentes internacionales, Sihombig et al. (2017) en su tesis *“Local Tourism Awareness and Knowledge:*

Community Views in Wanayasa” tuvo como objetivo de dicha investigación, examinar la conciencia percibida de las comunidades locales dentro del desarrollo del turismo rol y evaluar el conocimiento de sus principios en el turismo sostenible. El instrumento para esta investigación fue el cuestionario, el cual fue aplicado a la población del lugar, empresarios turísticos y profesionales del turismo. Los autores concluyen que la comunidad de lugar es consciente de la importancia del turismo y de su participación en la toma de decisiones en beneficio a ella sin importar profesión o conocimiento relacionado al turismo. En dicha investigación, también añade que, si hay una mayor participación de la comunidad para el turismo sostenible, su conocimiento sobre ella aumentara.

En estos tres antecedentes internacionales, se puede ver la gran importancia de la intervención del poblador sobre la gestión del turismo del lugar de residencia, ya que, si no se busca trabajar en conjunto con el poblador, será difícil el avance en beneficio del turismo en el lugar y también esto sería repercutido negativamente dentro del patrimonio, sitio turístico, ideología, etc. Es importante resaltar que, cuanto más el poblador este envuelto con el tema turístico, mucho mayor será la noción que este obtenga, ya que sabrá como sustentar y defender su patrimonio.

En antecedentes nacionales, desde la perspectiva de Albites (2014) en su tesis titulada “Gestión turística municipal y el desarrollo del distrito de Cascas provincia de Gran Chimú región La Libertad 2013 – 2014” planteo como objetivo principal determinar cómo es la gestión turística dentro del municipio para el desarrollo del turístico de Cascas, dicha investigación tuvo un enfoque cualitativo de tipo descriptivo y el autor tuvo que profundizar y ver la realidad de cómo es la gestión del municipio para que pueda llegar a una conclusión concreta y pueda analizar si hubo algún acierto con su hipótesis inicial la cual apuntaba a determinar si la gestión turística municipal es realmente bien reflejada en los procesos del municipio en cuestión de materia turística.

Los instrumentos utilizados para poder medir la propuesta de investigación, fue la entrevista y la encuesta. La entrevista utilizada para los principales actores municipales de Cascas, como el alcalde, el jefe turístico de Cascas y la persona encargada del proyecto de concientización “De Mi tierra un

producto”, todo con el fin de conocer que es lo que están realizando dentro de su gestión para poder desarrollar la actividad en el sitio. Por último, el investigador uso las encuestas para los pobladores del sitio para poder conocer su perspectiva de la gestión municipal del sitio. El autor concluye que la misión objetiva del municipio es sensibilizar a su población sobre el turismo en la zona para mejorar así el trato al turista. Dicho esto, se puede decir que es muy asertivo por parte del municipio ya que pretende que su población se envuelva de la realidad turística del lugar y pueda mostrarse de una manera positiva al turista.

Algo a denotar, es el esfuerzo del municipio de Cascas para que la población participe de esto y sepa que es un punto a favor del turismo en Cascas, es así como se ha implementado talleres gastronómicos, artesanales, entre otros más. Al mismo tiempo, el municipio trabaja en conjunto con el ministerio de comercio exterior y turismo, MINCETUR en un programa llamado “De mi tierra un producto” que busca concientizar a la población. En las conclusiones, la población de Cascas considera a un 73% que la gestión turística municipal es regular, sin embargo, es importante decir que es un destino que recién está emergiendo y por ende es comprensible la regularidad de aprobación de la gestión en dicho lugar.

Para la siguiente tesis nacional, tenemos Vera y Sumalave (2019) con su tesis titulada “Conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq para la satisfacción del turista 2017”, la cual tuvo como principal objetivo verificar si es que la conciencia turística de los pobladores de Písaq llega a generar una satisfacción al turista que llega a dicha zona. El método de investigación implementado para dicha investigación fue descriptiva correlacional y se hizo uso de cuestionarios para ver a profundidad la conciencia turística y examinar como esta repercute en la satisfacción de los turistas en el lugar.

Los autores determinaron en su investigación que los pobladores de Písaq no tienen interés por el turismo en su zona a pesar de que es un lugar donde prima esta actividad, es así que hay una desvalorización del sitio totalmente, ya que el poblador no cuida y no cree pertinente cuidar su patrimonio, ellos creen que eso solo debe concernirle al municipio. Como punto final, se identificó que los turistas no se encuentran del todo satisfechos con el servicio turístico. Los

investigadores sugirieron que, si es que el poblador no es consciente de su turismo, la intervención del municipio debería ser necesaria fortaleciendo la conciencia turística de los pobladores para mejorar la calidad de los servicios y productos turísticos en conjunto, demostrando también una identidad cultural con valores, un buen trato al turista, un lugar limpio y enseñándoles a conservar y proteger los recursos del lugar.

Como se observó en la investigación de Alvites, existe un notorio aporte del municipio de concientizar al poblador y la disposición de ellos para aprender del lugar y así promocionarlo. Por el contrario, desde el punto de Vera y Sumalave, se aprecia un nulo interés de saber del lugar donde viven, donde sugieren que el municipio intervenga.

Finalizando los antecedentes nacionales, se tiene a Sarayasi (2017) con su tesis titulada “Gestión Turístico Municipal y Desarrollo Rural Sostenible en la Provincia de Espinar -2017”. El tipo de investigación abarcado fue cuantitativo, así mismo su objetivo principal del trabajo fue determinar el nivel de relación que existe entre la gestión turística Municipal y desarrollo Rural sostenible en la provincia de Espinar-Cusco, por lo cual fue necesario aplicar una encuesta a pobladores, gestores del municipio para poder evaluar sus opiniones sobre dicho hecho a investigar. El autor concluye que existe una correlación con respecto a su objetivo principal, además de ello comenta los siguientes hallazgos: el primero que menciona es la poca valoración de los recursos hídricos, reservas u otros en dicho lugar; las pocas actitudes positivas de la población con los turistas, lo cual es un vivo reflejo de la poca capacitación del municipio con la población; tercero y último, la casi nula participación por parte de la población de eventos turístico. El autor sugirió la intervención necesaria del municipio para concientizar a la población del sitio puesto a que hay una carencia de empatía, trato y participación de connotación turística por parte de la población en el Espinar.

Como se vio en la síntesis, de Sarayasi, es primordial que el municipio trabaje con la población para que puedan aumentar sus niveles de conciencia turística en la zona, resultando una mejora de aptitudes turísticas con los turistas por parte de la población y dando así una mejor imagen del sitio.

Ahora es momento de señalar la conciencia turística del sitio donde se llevará a cabo nuestro, el distrito del Rímac desde la investigación de Flores (2019) titulada “Conciencia turística de los pobladores frente al patrimonio cultural del distrito del Rímac 2019” quien tuvo como objetivo conocer la conciencia turística de los pobladores a través del uso de encuestas. Esta investigación fue de enfoque cuantitativo. En los resultados, el autor sostiene que los pobladores desconocen la parte patrimonial y emblemática del distrito en un 46%, aun así, en el estudio se resaltó que la población se siente identificados con el distrito, pero si no hay conocimiento del lugar, se dice que quizás no hay una identidad dicha como tal. Asimismo, en dicho trabajo de investigación, se sugiere que sería pertinente un reforzamiento de la conciencia turística, como, por ejemplo: implementar planes de concientización en las escuelas, una mayor información de la data turística del distrito del Rímac, entre otras sugerencias.

Como se evidencia, se menciona una falta de conciencia y noción del sitio donde por parte de los residentes, es por ello la sugerencia de reforzar el conocimiento del lugar.

Para finalizar y dar un mayor aporte a este último antecedente, Barrientos (2017) sostiene que la gestión municipal del Rímac no ha sido la mejor y que no ha priorizado al turismo como un factor de importancia para sus gestiones y que debido al desinterés de alcaldes pasados este se ha visto afectado en el cuidado del patrimonio, la inseguridad, entre otros. Tras analizar lo expuesto por el autor, la gestión ha afectado al turismo de la zona, es así como se ha visto en efectos negativos en el lugar. De igual forma, es importante resaltar que, sin conciencia turística, no hay valor, amor, hacia el lugar.

Luego de mencionar los antecedentes, es el turno de las bases teóricas que darán sustento a la investigación desde el punto de vista de los autores. Este punto inicia con la descripción y conceptualización de la primera variable en la investigación, “Gestión Turística Municipal”.

La gestión municipal (Arraiza, 2019) es aquella en la que el municipio dirige, manda, guía a su pueblo al cumplimiento de objetivos en común. Tal como, se resume en este concepto, es un ente que se encarga de poder legislar sobre cierto territorio y así poder buscar la forma correcta de poder

llegar a una meta en común a través de un buen planeamiento estratégico municipal. Asimismo, se define al principal actor de la actividad, el municipio, por Rodríguez (2015) como el actor principal para el desarrollo del turismo en la zona a desempeñar, dentro de este ámbito está involucrado la gestión, planificación y desarrollo del sitio.

Cabe resaltar, la gestión de un destino turístico está regido por entes públicos, privados y de tercer sector Velasco (como se citó en Herмосilla et al, 2017). Dentro de este parámetro tenemos a los municipios. Tras definir la variable compuesta “gestión turística municipal”, se define como aquella donde el municipio interviene para así administrar cierta región donde esta se encuentre y su principal objetivo es buscar el desarrollo y planeamiento de la actividad de la región.

En este punto es importante enfatizar el rol de la gestión turística municipal es un destino, es así como, MINCETUR (2017) propone cuatro roles importantes para la gestión turística municipal. El primer rol es la planificación y gestión local, la cual esta allegada a la formación de planteamientos de gestión en donde pueda participar los sectores públicos y privados. El segundo, el acondicionamiento territorial para fines turísticos, la cual está definida en la búsqueda de un lugar propio e ideal para el desarrollo de la actividad turística. El tercero, el desarrollo de productos y servicios, se dice que es el reforzamiento de lo ya mencionado, pero desde el punto de generar acciones que lo hagan ser único al destino. El cuarto, la promoción y articulación comercial donde se busca que el destino atraiga a un nuevo flujo turístico, no solo nacional, sino del extranjero.

Teniendo en claro estas 4 funciones básicas de un municipio, que realmente es aplicable tanto aquí como en el extranjero. Ahora, es momento de compartir los objetivos básicos de un municipio, por lo que se trae una vez más a contexto a Rodríguez (2015) quien define un poco más las áreas de acción de un municipio y sus objetivos basándose en la teoría propuesta por Roberto C. Boullon, las cuales son las siguientes: La primera es la información, es la aquella que debe tener el municipio para poder formular guías u inventarios turísticos de la zona. La segunda, facilitación, esta es

basada en como el ente municipal va a ejercer las reglas propuestas por un ente principal a él, y tratara de acoplar este concepto sin que este choque uno con el otro. La tercera, promoción es como el municipio promocionara al lugar hacia el turista, dentro de esta promoción está ligada con guías de información para que el turista sepa del lugar, delimitar a qué tipo de turista este llegara o qué tipo de turismo es más viable para el en su zona y así poder aplicar la adecuada herramienta de marketing para su promoción, etc. La cuarta, fomento de inversión es prácticamente como el municipio vigilara y buscara inversiones hechas dentro de su territorio, obviamente en su materia turística. La quinta, contralor de servicios es como el municipio gestionara y controlara a la gestión turística de la zona o del lugar basándose en los principales estatutos forjados por la gestión regional o del territorio nacional. La sexta, capacitación esta avocada a que el personal o el capital humano del municipio, que estén conscientes del entorno turístico de la zona y así ellos puedan llevar una buena gestión. La septima, asistencia tecnica se basa en la asociacion con otros municipios para que puedan asi trabajar en conjunto y puedan fortalecer el turismo en sus zonas. La octava, planificacion e investigacion es practicamente lo mencionado anteriormente, que el municipio busca inversion, busca asociacion, formulacion de proyectos, normativas, etc. que vaya a desempeñar.

El autor una vez más menciona a 8 objetivos importantes para el desarrollo turístico en la zona, los cuales son los siguientes: El primero es que el turismo sea un tema de relevancia para el lugar y el gobierno. El segundo es una constante capacitación de personal turístico de la zona, ya que estos son los principales actores de la gestión y distribución de la información turística en la zona. El tercero es reforzar la calidad turístico del lugar. El cuarto es tener una imagen turística loable ante los demás municipios. El quinto es permitir una asociación de entre empresarios turísticos de la zona trabajen en conjunto con ellos. El sexto es promover el desarrollo del turismo sostenible en la zona. El séptimo es generar información para poder analizar y así tener una toma de decisión mucho más concisa en materia turística en la gestión. El octavo es la fomentación de la conciencia turística para los pobladores del lugar. En este último punto, se

refuerza las principales funciones que debería ejercer cualquier municipio en el Perú que en contraste es similar con la propuesta hecha por el autor líneas arriba. De acuerdo a La Ley Orgánica de Municipalidades del Perú N.º 27972 (2003, p.20), elaborado por el Congreso de la República del Perú, considerando su última actualización en el año 2020, menciona los siguientes roles en cuestión de turismo en su Artículo 82:

Inciso.12. Promover la protección y difusión del patrimonio cultural de la nación, dentro de su jurisdicción, y la defensa y conservación de los monumentos arqueológicos, históricos y artísticos, colaborando con los organismos regionales y nacionales competentes para su identificación, registro, control, conservación y restauración.

Inciso.13. Promover la cultura de la prevención mediante la educación para la preservación del ambiente.

Inciso.14. Promover y administrar parques zoológicos, jardines botánicos, bosques naturales ya sea directamente o mediante contrato o concesión, de conformidad con la normatividad en la materia.

Inciso. 15. Fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a ese fin, en cooperación con las entidades competentes.

Inciso.16. Impulsar una cultura cívica de respeto a los bienes comunales, de mantenimiento y limpieza y de conservación y mejora del ornato local.

Inciso.19. Promover actividades culturales diversas.

Inciso.20. Promover la consolidación de una cultura de ciudadanía democrática y fortalecer la identidad cultural de la población campesina, nativa y afroperuana.

Como se observa, hay muchos puntos resaltantes reincidentes en la teoría de Rodríguez y la ley orgánica de municipalidades propuesta por el Congreso de la república del Perú, entre ellos se destaca que las municipalidades busquen trabajar en conjunto con entidades del propio gobierno del país para una mejor expansión del turismo en su zona, también se habla de una mejora en la sostenibilidad turística del lugar, pero sin duda alguna, donde se enfatiza más es en la parte de la identidad e conciencia turística del lugar, en

ambas teorías se mencionan que se debe concientizar a la población, hacer que la población intervenga de las actividades recreacionales turísticas de la zona, como se evidencio en los antecedentes, es muy importante que la población forme parte de la cultura turística del lugar, por eso es importante que ellos sepan del lugar y estén concientizados con la noción turística necesaria para promocionar su propio destino.

Dicho esto, en este punto, se desarrolla la teoría de la variable correlacional “Conciencia turística”, partiendo desde el concepto de “Conciencia” [RAE] (2014) definida como el “Conocimiento claro y reflexivo de la realidad”, por lo que da a entender que es una idea de cómo una persona tiene noción de la realidad y del entorno a que esta la envuelve, es así que se dice que La conciencia turística es definida como “La disposición mental y actitud positiva que debe tener una persona en el trato humano y amable con el turista, para con los servicios que ofrece y en lo referente a la conservación y engrandecimiento del patrimonio turístico” (Mireles, 2015, p.3). En tal sentido, se dice que es como el ser humano actúa y piensa de manera positiva sobre la actividad turística del sitio donde viva ya que es capaz de entender dicho contexto, ya que él sabe conscientemente que esto beneficiara al lugar donde viva y muy aparte de ello le tomara valor al patrimonio que lo rodea.

Para llegar a ser realmente consciente del turismo, el autor Ramírez (1994) tomando la teoría de Manuel Romero la cual es fundamentada como el accionar de las personas que es disgregado en 3 aspectos los cuales conforman a la “Conciencia turística”, que son: las relaciones y contacto con los turistas, las personas que suministran la información y la conservación de los bienes susceptibles de uso turístico.

Respecto a las relaciones y contacto con los turistas, se puede decir que se trata de la formación turística que se le debe brindar a una persona en la sociedad sobre la importancia del turismo y como este individuo actuara de forma positiva por el bien del turismo. Esta información debe ser brindada desde el hogar, escuela, sectores públicos y privados, entes gubernamentales, y demás que manejen al turismo dentro de sus gestiones.

Desde las personas que suministran la información, es como los prestadores turísticos actuaran responsablemente para capacitar a su personal e instruirle como debe actuar con el turista cuando llegue a tomar el servicio.

Por último, la conservación de los bienes susceptibles de uso turístico, es como la población buscara preservar del atractivo turístico sobresaliente de la zona, además de sus costumbres a través de regulaciones que establezcan a la conciencia turística de la población

Retomando a Mireles y añadiendo a lo ya mencionado líneas arriba. El comenta que se debe sensibilizar a la población a que la conciencia turística es algo que es impartido desde muy pequeños en casa hasta el día de hoy. Asimismo, se indica que a veces esto no es aplicado y por ende es fundamental el trabajo de los entes gubernamentales, radios, televisión, entre otros, que puedan propagar la conciencia turística de un lugar o zona de residencia del poblador.

El autor propone que es primordial que sería ideal que los entes públicos y privados trabajen en conjunto para que así la comunidad y prestadores turísticos trabaje en conjunto para una buena conciencia turística en el sitio. Un ejemplo de ello, fue dado por el autor cuando en el estado de Oaxaca se impartió un taller de concientización turística donde se le impartió a los prestadores turísticos y a la población en general partiendo de mejorar la atención del turista, esto pues ayuda a mejorar los negocios de los prestadores turísticos.

Para aporta a la idea de este autor, se tiene a Basan (2015) quien comenta básicamente lo mismo, el indica que los gestores, en este sentido las autoridades encargadas del rol turísticos del sitio deben crear planes de concientización con el fin de que el lazo afectivo del poblador crezca y sienta pertinencia con sus raíces. Finalizando con los aportes, Vrsalovic (2017) menciona de igual forma. los encargados de lograr una educación turística (concientizar) a la población son las escuelas, universidades, servicios públicos, municipios, entre otros más.

Definiendo todo este punto, el investigador se cuestiona lo siguiente: ¿Por qué es tan importante la conciencia turística? Es de suma importancia ya que, de acuerdo con el SERNATUR (2018) esto es un factor importante para que la población se siente identificada con sus raíces, pero no tan solo eso sino también

es positiva para el turismo del lugar y que haya una competencia entre los prestadores del servicio turístico. Como se observa, este es el gran aporte que deja la conciencia turística en el poblador, si él sabe del gran potencial del lugar, el buscara la forma de poder difundir su cultura con los visitantes, además de eso hablando fuera del contexto del poblador, si los agentes turísticos de la zona saben de la gran importancia del turismo y lo que conlleva ellos buscaran la mejor forma de cómo llegar al turista.

Para enriquecer este último punto de la importancia de la conciencia turística, Koassi y Maroto (2016) comentan que una persona que bien concientizada es alguien que posee un pensamiento firme e intachable del turismo, esta persona sabe que el turismo enriquece su país y que la tarea no es tan solo de ella, si no de todas las personas que están a su alrededor. Además, esta persona dará el todo por el todo para que su destino sea un lugar bueno para que el turista pueda disfrutar de la actividad turística. Esta conducta se presta para que la persona sepa cuidar su lugar de residencia y se evite la desvaloración del sitio. Esta última línea es muy importante, ya que es totalmente cierto, se dice que, sin conciencia, no se puede cuidar del patrimonio, no se toma la importancia debida de ella y esto puede repercutir en cosas como la inseguridad del lugar, poca preservación del sitio, contaminación, etc.

Tras el análisis en la base teóricas de las variables y como ellas tienen que ver una con la otra, se denota que existe una correlación de ambas, que da a entender lo siguiente, si bien la conciencia turística es un dogma que debió ser impartida desde el hogar, para así aprender a querer y crear una identidad propia del sitio que rodea a un individuo, si esta no es impartida correctamente, habrá una carencia de ello, es ahí mismo donde las autoridades, en este caso los municipios entran en acción. Dentro de sus gestiones proponen una concientización para la población para que aprenda a quererla y demuestre actitudes positivas con el turista y por el bien del turismo en su zona.

III. METODOLOGÍA:

3.1. Tipo y diseño de investigación:

Para el presente trabajo de investigación, se determinó que el tipo y diseño escogido es el enfoque Cuantitativo, de tipo básico, no experimental - correlacional, por lo que se empieza definiendo punto por punto como está constituido dicha investigación para su mejor entendimiento.

Para empezar, esta investigación está basada desde el enfoque cuantitativo, la cual es definido por Cabrer et al. (2001) como aquel que se basa en el análisis de la información la cual fue hallada previamente a la investigación y gracias a ello, generara nuevos “problemas técnicos” los cuales deberán ser determinados a través del proceso de investigación que impone este tipo de enfoque.

Dada dicha interpretación, se puede decir que este enfoque busca analizar a profundidad los datos relevantes para el estudio que se realiza y se basa de ella para poder llevar a cabo la investigación. Reforzando a dicha definición, de acuerdo con Canales (2006) la metodología cuantitativa se encarga de explorar el entorno social o natural donde situada la problemática usando los artículos o informes de previas investigaciones, gracias a ello, el investigador tomará la decisión de intervenir dando así una nueva perspectiva de la problemática donde diversos grupos humanos puedan verlo y darse cuenta de lo que está sucediendo.

El enfoque de la presente investigación fue aplicada quien Vargas (2009) define como aquellas investigaciones donde se aplica una encuesta, entrevista u cuestionarios para así poder establecer las necesidades o problemáticas que afectan a la unidad de análisis, por lo que se entiende que gracias a esta se podrá identificar nuevos puntos de visto, luego de aplicación de la encuesta.

Esta investigación es no experimental. Sampieri et al (2014) define que el diseño no experimental observara situaciones que ya existen y que no serán provocadas al propósito para el desarrollo de la investigación. En dicho contexto, las variables propuestas en la investigación serán de forma inalterable por el

investigador, ya que la incidencia o el fenómeno propuesto en la investigación ya ocurrió, es por ello que es inadmisibles alguna modificación.

Para culminar, este tipo de trabajo es de corte transversal/transeccional y de tipo correlacional. Sampieri et. Al (2014) comentan que el corte transversal/transeccional es aquel capaz de recolectar información en tan solo un momento, la cual luego de recolectar la información necesaria, será de ayuda para describir la variable y ver su interrelación existente en ellas. Este tipo de diseño se divide en 3: Exploratorios, descriptivos y correlacionales, de los cuales el correlacional simple es el propuesto para esta investigación. Chudleigh y Smith (2015) indican que las investigaciones correlacionales apuntan a explorar la relación que existe u asocia a dos variables propuestas dentro de una investigación.

3.2. Variables y operacionalización:

Para empezar a definir el concepto y la operacionalización de las variables tomadas para la investigación, se comenzará por definir a la “Gestión turística municipal” para posterior definir a la “Conciencia turística”, todo esto es desde el punto teórico de los autores tomados en referencia para la investigación y como las variables serán desarrolladas dentro de la investigación

Para el concepto de “Gestión turística municipal”, Rodríguez (2015) define al municipio como el actor principal para el desarrollo del turismo en la zona a desempeñar, dentro de este ámbito está involucrado la gestión, planificación y desarrollo del sitio.

La definición operacional de esta variable estará basada en los 9 campos de acción de un Municipio turístico propuestos por el autor Roberto C. Boullon que fue citado en la teoría de Rodríguez, no todas los campos de acciones fueron contemplados dentro del dimensionamiento de la variable, puesto que algunos son redundantes y no infieren mucho desde la perspectiva del poblador sobre el turismo en la zona Rímnense, es así que se resumen en 3 dimensiones las cuales son: Promoción, contralor de servicios, y planificación. Dentro de estas dimensiones, están son divididas en sub dimensiones e indicadores. Para empezar, se tiene a la dimensión Promoción,

cuya primera sub dimensión es información, sus indicadores son: Información necesaria, distribución de información; la siguiente sub dimensión es Eventos, sus indicadores son: Fomentador de información y propicio comercio, para finalizar la sub dimensión Imagen, sus indicadores: Imagen en la zona, imagen fuera de la zona e imagen patrimonial y cultural. Para la dimensión de Contralor de servicios, también es sub dividida por una única sub dimensión, calidad de servicios, sus indicadores: Regulación de servicios y Capacitación. Culminando, se tiene a la dimensión Planificación que tiene como sub dimensión Asociatividad, sus indicadores: Trabajo con entes y trabajo con otros municipios; la siguiente y ultima sub dimensión es proyectos, sus indicadores: Labor municipal y inversión.

Definiendo el concepto de “Conciencia turística” por Mireles (2015) es como una persona tiene la iniciativa y la voluntad de dar el mejor trato posible al turista que llegue al lugar de destino y así pueda potenciar los negocios turísticos que son desarrollados en la zona, además también contribuye a que la persona tome como parte de ella querer a su destino o su entorno.

La definición operacional estará aplicada bajo la perspectiva del poblador rímense basándose así de los 3 pasos para llegar a una conciencia turística dentro de un destino de acuerdo al libro de Ramirez Blanco del 1994.

En el caso de Conciencia turística, los indicadores utilizados p para la dimensión relación y contacto con el turista, sus indicadores son: Trato humano, importancia, formación turística. Para la dimensión suministradores de servicios turísticos, sus indicadores son: Capacitación y actitudes del recurso humano. Finalizando, para la dimensión conservación, sus indicadores son: Cuidado del patrimonio cultural e intelectual y identidad

3.3. Población, muestra y muestreo:

Los pobladores de la zona monumental del Rímac, esta población fue tomada en cuenta debido a la gran cantidad de monumentos y atractivos turísticos de la zona rímense la última declaratoria del año 1989 donde el Instituto nacional de cultura (1999) indica las principales monumentos históricos y atractivos, tales como la iglesia San Lázaro, paseo de las aguas, Cerro San Cristobal, entre otras. Esta población es determinante para la

investigación, ya que ellos son los únicos que pueden dar la información necesaria, ya que viven la realidad turística del sitio día a día y son los únicos que nos pueden dar su punto crítico de la gestión turística rímensense en su zona, ya que esta es altamente turística.

Dentro de esto, es necesario precisar los criterios incluyentes y excluyentes de la población que se tomara para investigar. Para los criterios incluyentes, solo se tomará en cuenta a los residentes de la zona monumental del Rímac entre los 20 años a 65 años, debido a que estos poseen un mejor juicio crítico con lo que respecta al entorno que los rodea, además la encuesta se llevara a cabo en la zona monumental del Rímac donde se constituye la mayor parte de atractivos turísticos considerados patrimonio mundial lo cual fue explicado líneas arriba. Con lo que respecta a criterio excluyentes serian todo aquel que no resida dentro de los límites de la zona monumental del Rímac, visitantes ocurrentes que lleguen a dicho lugar y personas que no estén dentro de los rangos de edades mencionados.

Para la determinación de la muestra se basó en la técnica de muestreo no probabilístico a conveniencia (del investigador). De acuerdo a Sampieri et al. (2014) comparte desde el enfoque cuantitativo a un método no probabilístico, que sostiene que, en algunos casos, se puede tomar una pequeña muestra a investigar que no represente en si a la opinión total de una población y que esto debe estar bien definido dentro nuestros planteamientos de la investigación. Con lo que respecta al muestreo no probabilística por conveniencia, Otzen y Materola (2017) es aquel donde se considera a una población con la cual el investigador tenga el acceso y proximidad. La ventaja de esta investigación es que es de corto plazo y es fácil de manejar por la pequeña cantidad de la población.

Si bien este tipo de muestreo es aplicado por lo general en tesis cualitativas, en este caso se opta por escoger esta técnica debido a la coyuntura actual del Covid 19 que la sociedad está atravesando, lo cual hace difícil el acceso y la recaudación de información a una población a mayores rasgos, además del poco tiempo para aplicar las encuestas, es por ello que teniendo en cuenta lo mencionado se trabajó con la población de la zona

monumental rímense puesto a que esto es una zona pequeña y se tiene un mejor acceso y directo de recaudación de la información, ya que el investigador posee familiares y conocidos dentro de esta zona que permitirán el adecuado desarrollo de esta.

Concluyendo con el muestreo de la población, la cantidad encuestada será de 104 personas.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Para el presente trabajo de investigación, el investigador uso de la técnica encuesta y como instrumento al cuestionario. Es necesario precisar la definición de dichas palabras para un mejor abordaje y, sobre todo, de una mejor aplicación del método escogido para recolectar la información para la investigación.

De acuerdo con Lopez-Roldan y Fachelli (2016), la encuesta es una técnica de recolección de datos que es utilizada con el fin de poder obtener los resultados de un nivel de medición que fueron producidas por la teoría en la problemática de la investigación propuesta por el autor. Para dicha recolección, se deberá hacer uso del instrumento, el cual es el cuestionario que estará constituido de preguntas cerradas que se harán a la población o muestra a investigar.

Adicionando a la teoría Lopez-Roldan y Fachelli conceptualizan que el cuestionario es aquel constituido con preguntas y respuesta cerradas. La persona encuestada no tendrá libre libertad de responder más allá de lo ya pre establecido en la encuesta.

La escala de medición propuesta para esta investigación es la escala de Likert (escala ordinal) donde se tomará del 1 al 5 donde 1 es muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo.

Dentro de la validez del instrumento, se considera a profesores con grado de Magister quienes poseen licenciatura en Turismo que dieron su juicio crítico sobre la consistencia del instrumento. Asimismo, se usó el Alpha Cronbach para probar la fiabilidad del instrumento, esta es definida por Trizano-Hermosilla y M. Alvarado (2016) como aquel método que es

comúnmente usado para poder determinar la confianza y consistencia del instrumento, dentro de este concepto según Oviedo & Campo-Arias (como se citó en Gonzalez y Pazmiño, 2015) se determina que para que existe una validez buena debe estar entre los límites de 0.70 y 0.90. El instrumento para la investigación es de 0,918, la cual es un margen positivo (ver anexo 9).

3.5. Procedimientos:

No se requirió de ningún permiso institucional, como la del municipio del Rímac, ya que la encuesta se realizará enteramente con los pobladores a los cuales el autor de la investigación tiene acceso para que estos sean encuestados.

Para el procesamiento de los datos recaudados durante la encuesta, se realiza en 2 etapas. La primera es el Alpha de Cronbach que nos mostrara la validez del instrumento, para posterior aplicar la encuesta decisiva con la población. Toda la data será analizada a través del programa SPSS el cual es definido por Grotenhuis y Matthijssen (2016) como un programa para describir y analizar data estadística.

3.6. Método de análisis de datos:

Con lo que respecta a la parte metodológica y analítica de los datos recolectados en la investigación, se utilizó el método estadístico. Paltridge y Phakiti (2015) comentan que usualmente para las investigaciones de tipo cuantitativas se emplea un método estadístico, ya que este nos asegura poder encontrar la información deseada de una manera más objetiva.

En estos casos, se recurre a dos tipos de estadísticas, descriptiva y inferencial, de las cuales fueron usadas en el presente estudio. Desde el punto descriptivo, se usa para describir a las variables, sin embargo, no es el único objetivo de ello, Holcomb (2017) también indica su uso para la organización y el resumen de la data encontrada. Desde el punto inferencial, Fincher y Robins (2019) indican que es un proceso donde el investigador no solo observara lo que pudo encontrar, si no también conjeturar u suponer del hecho a examinar.

Como se observa, estos fueron los criterios aplicados a la hora del análisis de los datos encontrados póstumos a la encuesta aplicadas a la población. Concluyendo el proceso del análisis, es necesario determinar que la hipótesis, la cual es definida por Bacon-Shome (2013) como el enunciado que debería ser probado bajo un proceso empírico, dentro de este concepto se tiene a la hipótesis nula como el enunciado que descarta a la teoría propuesta en la investigación y hipótesis alterna donde se acepta el objetivo de la investigación. Para la prueba de la hipótesis es empleo el Rho de Spearman. Según, Elorza y Medina (Como se cito en Mondragon, 2014) se utiliza para conocer el grado de asociación que existen entre dos variables, en este caso particular debido a que la investigación planteada es de tipo cuantitativa correlacional, se hizo uso de este tipo de prueba. Asimismo, dentro de la prueba de hipótesis es necesario identificar si se aprueba o se descarta la hipótesis, es así que Martínez-Ezquerro et. al. (2017) indica que la significancia debe estar entre los valores de 0.05, si es mayor se rechaza la hipótesis y si es menor de esta cantidad, se acepta la hipótesis alternativa.

3.7. Aspectos éticos:

Con lo que respecta a los lineamientos éticos de esta investigación. Todo fue hecho respetando los requerimientos solicitados por la universidad "Cesar Vallejo". Además, se respeta la propiedad intelectual de los autores citados bajo la norma APA en dicha investigación. Este trabajo no inflige plagio alguno y no se adultero las respuestas de los encuestados para efectos positivos del trabajo.

IV. RESULTADOS:

A continuación, se muestra los resultados dados al aplicar la encuesta a los residentes de la zona monumental del distrito del Rímac, siguiendo los objetivos específicos expuestos en la propuesta de investigación.

Tabla 1

Correlación de la Hipótesis general:

			GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL	CONCIENCIA TURÍSTICA
Rho de Spearman	GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL	Coeficiente de correlación	1,000	,740
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	104	104
	CONCIENCIA TURÍSTICA	Coeficiente de correlación	,740	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	104	104

Fuente: elaboración propia

Se aprecia que en la tabla 1, que existe un nivel de correlación de Rho de Spearman de valor positivo igual a 0.740 valor considerable entre la variable Gestión turística municipal y conciencia turística en la ciudad del Rímac. Lima, 2021. Así también su significancia es igual a 0.000 menor a 0.05 que permite determinar la aceptación de la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula entre ambas variables.

H_a: La gestión turística municipal se relaciona significativamente con la conciencia turística de la ciudad del Rímac, Lima 2021.

H_n: La gestión turística municipal no se relaciona significativamente con la conciencia turística de la ciudad del Rímac, Lima 2021.

Tabla 2*Correlación de la Hipótesis específica 1.*

		PROMOCIÓN	RELACIÓN Y CONTACTO CON EL TURISTA
Rho de Spearman	PROMOCIÓN	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,954
		N	,000
RELACIÓN Y CONTACTO CON EL TURISTA	PROMOCIÓN	Coeficiente de correlación	104
		Sig. (bilateral)	,954
		N	104

Fuente: elaboración propia

Se aprecia que en la tabla 2, existe un nivel de correlación de Rho de Spearman de valor positivo igual a 0.954 valor considerable entre las dimensiones promoción - relación y contacto con el turista en la ciudad del Rímac. Lima, 2021. Así también su significancia es igual a 0.000 menor a 0.05 que permite determinar la aceptación de la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula entre ambas dimensiones.

Hipótesis de relación entre promoción y relación y contacto con el turista.

H_a: La promoción se relaciona significativamente con relación y contacto con el turista en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

H_n: La promoción no se relaciona significativamente con relación y contacto con el turista en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

Tabla 3*Correlación de la Hipótesis específica 2.*

			CONTRALOR DE SERVICIO	SUMINISTRADOR ES DE INFORMACIÓN
Rho de Spearman	CONTRALOR DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,687
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	104	104
	SUMINISTRADORES DE INFORMACIÓN	Coeficiente de correlación	,687	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	104	104

Fuente: elaboración propia

Se aprecia que en la tabla 3, existe un nivel de correlación de Rho de Spearman de valor positivo igual a 0.687 valor considerable entre las dimensiones Contralor de Servicio y Suministradores de Información en la ciudad del Rímac. Lima, 2021. Así también su significancia es igual a 0.000 menor a 0.05 que permite determinar la aceptación de la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula entre ambas dimensiones.

Hipótesis de relación entre contralor de servicios y suministradores de información en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

H_a: Contralor de servicios se relaciona significativamente con suministradores de información en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

H_n: Contralor de servicios no se relaciona significativamente con suministradores de información en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

Tabla 4*Correlación de la Hipótesis específica 3.*

			PLANIFICACIÓN	CONSERVACIÓN
Rho de Spearman	PLANIFICACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,522
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	104	104
CONSERVACIÓN		Coefficiente de correlación	,522	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	104	104

Fuente: elaboración propia

Se aprecia que en la tabla 4, existe un nivel de correlación de Rho de Spearman de valor positivo igual a 0.522 valor considerable entre las dimensiones Planificación y Conservación en la ciudad del Rímac. Lima, 2021. Así también su significancia es igual a 0.000 menor a 0.05 que permite determinar la aceptación de la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula entre ambas dimensiones.

Hipótesis de relación entre planificación y conservación en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

H_a: Planificación se relaciona significativamente con conservación en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

H₀: Planificación no se relaciona significativamente con conservación en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo al objetivo general, se determinó qué relación existe entre la gestión turística municipal y conciencia turística de la ciudad del Rímac, Lima 2021., donde se obtuvo como resultado que el Rho de Spearman; es igual a 0.740, lo que significa que existe correlación considerable entre estas variables, con un grado de significancia de 0.000, donde p es menor que 0.05 (ver resultados, tabla 2), por lo cual corrobora la relación entre la gestión turística municipal y la conciencia turística es significativa. Asimismo, en los resultados descriptivos de la gráfica de barras ubicados en el anexo 7, se aprecia que hay 51,93% de aprobación de la gestión turística municipal en el Distrito del Rímac, sin embargo, el 28,85% desaprueba la gestión del municipio. Por otro lado, como se aprecia en el anexo 8, se aprecia que el 49,04% de los pobladores posee una conciencia turística, sobre 17,03% que no lo poseen, no obstante, es importante recalcar, que el 33,65% es indiferente a los temas turísticos dentro del destino.

Como se apreció, la mayoría de los pobladores encuestados indicaron que están de acuerdo con la gestión turística en la zona rímensa, a pesar de que la gran mayoría tiene una desaprobación en algunas preguntas dadas dentro del cuestionario sobre de Gestión turística municipal tales como la promoción, fiscalización de servicios, entre otros de los cuales se hablara más adelante, por lo que es importante recalcar una vez más la misión de un municipio turístico la cual es definida por Rodríguez (2015) como el autor principal para el desarrollo turístico en la zona. También, se manifiesta que la conciencia turística es buena dentro del sitio, se puede ver que las personas tienen buenas actitudes con el turista, conservan el sitio y más; sin embargo, esto es algo que no es impartido por el mismo municipio, si no es algo que las mismas personas por noción básica saben cómo deberían actuar ante el turista. Esto es tal como lo señala Mireles (2015), que indica que es la iniciativa y la voluntad de la persona o poblador en dar el mejor trato posible al turista.

Como aporte se trae al contexto los resultados del trabajo de Albites (2014) donde comenta que el municipio de Cascas tiene como principal

objetivo el concientizar a la población y donde el mismo municipio incentiva a la población en participar de actividades turísticas dentro de la zona, todo esto con el afán de conocer el potencial de su destino, conocer un poco más la cultura y así ellos puedan sacar el provecho al máximo del turismo con algún negocio o mejorando sus actitudes con el turista.

En referencia al objetivo específico 1, se encuentra una relación entre promoción y relación y contacto con el turista en la ciudad del Rímac. Lima, 2021, donde se puede reflejar que el Rho de Spearman es igual a 0.954%, lo cual indica que existe correlación considerable, con un p valor de 0.000, donde p es menor de 0.05 lo que corrobora que la relación entre promoción y relación contacto con el turista (ver resultados, tabla 3), En la tabla de análisis descriptivo del anexo 7, se apreció que promoción tiene 37.50% de desaprobación. Se aprecia que el 66.34% está de acuerdo que existe una buena relación y contacto con el turista.

Luego de ver los resultados, se tiene que la población está de acuerdo con la relación y contacto con el turística, demostrando así sus buenas actitudes con el turista que es parte de su propia formación turística, brindando así una imagen positiva del lugar por parte de la población, por otro lado, se tiene a la gestión promocional del destino donde se evidencia la poca difusión del sitio por parte del municipio que hace que la imagen del destino no sea la adecuada ante la vista del turista.

Es importante la promoción del sitio, según MINCETUR (2015) gracias a esta acción busca un incremento del flujo turístico, lo cual el municipio esta careciendo y su imagen como destino no esta trascendiendo. Por otro lado, desde la imagen proyectada por la población se cumple la teoría propuesta por el autor Ramirez (1994) donde aborda que el poblador debe actuar de una manera afable y buena para que pueda proyectar así, la imagen más idónea y de calidez de la población, en beneficio del turismo en la zona.

Con lo que respecta al objetivo específico 2, se encuentra que existe una relación considerable entre contralor de servicios y suministradores de información en la ciudad del Rímac. Lima, 2021, donde se puede reflejar que el Rho de Spearman es igual a 0.687%, lo cual indica que existe correlación

considerable, con un p valor de 0.000, donde p es menor de 0.05 lo que corrobora que la relación entre promoción y relación contacto con el turista (ver resultados, tabla 4). En las tablas descriptivas del anexo 7, se aprecia que contralor de servicios, el 33.65% aprueban que, si se da la fiscalización y control de los servicios turísticos. En la tabla de análisis descriptivo en el anexo 8, en suministradores de la información, se aprecia que el 51.92% están de acuerdo con la información y la brindada por agentes o prestadores turísticos en la zona.

Según lo visto en los resultados, los pobladores alegan que están de acuerdo en cómo actúan los prestadores de servicios en la zona, sin embargo, este resultado no se debe en su totalidad a la fiscalización dada por el municipio, si no, intervienen propios factores, como la responsabilidad de cada prestador de servicio por su trabajo, ya que, si da mejor trato, su negocio será impulsado correctamente. Como se recuerda, Rodríguez (2015) citando a Roberto C. Boullon indica que el contralor de servicios debe ser capaz de velar de que los servicios en el destino deben de darse de la manera más correcta posible, en este caso ellos deben fiscalizar a los suministradores de información, que en dicho caso son los prestadores turísticos que brindan información y comercializan servicios y bienes turísticos en la zona.

Aportando a lo dicho, los emprendedores turísticos deben trabajar en conjunto con los municipios para así mejorar el turismo y sus servicios prestados por ellos en la zona, tal como lo señala Mireles (2015) en uno de sus ejemplos donde las autoridades mexicanas trabajan en conjunto con los prestadores turísticos para mejorar la calidad de servicio dentro de sitio y así puedan brindar un trato afable y bueno para el turista.

En referencia al objetivo específico 3, se establece que existe una relación considerable entre planeación y conservación en la ciudad del Rímac. Lima, 2021. donde se puede reflejar que el Rho de Spearman es igual a 0.522%, lo cual indica que existe correlación considerable, con un p valor de 0.000, donde p es menor de 0.05 lo que corrobora que la relación entre promoción y relación contacto con el turista (ver resultados, tabla 5). Para la dimensión planificación en el análisis descriptivo de las tablas del anexo 7, se

aprecia que el 45.19% indica que están en desacuerdo con lo que han podido apreciar. Sobre la dimensión conservación, los pobladores denotaron en un 57.69% que son netamente responsables en cuidar el patrimonio material e intelectual dentro de la zona rímnense. Es decir, el cuidado del patrimonio por parte de los pobladores no se debe solamente a la planificación hecha por el municipio, si no también por su propia iniciativa, valores y cultura. Incluso, para la población existe un descuido por parte de la planificación municipal respecto al cuidado del patrimonio y desarrollo turístico de la zona. Por lo que es necesario mencionar a la ley orgánica de municipalidades del Perú (2003) propuesta por el “El congreso de la república” donde se indica que dentro de la gestión de un municipio se debe cumplir la conservación y protección del sitio para que pueda prevalecer en el tiempo, así como también la difusión de la cultura.

Además, se puede apreciar que, dentro del destino, no se está dando una buena planificación con lo que respecta a la rehabilitación del patrimonio y asociatividad para engrandecer al destino turístico con otros entes gubernamentales u turísticos, un ejemplo de esto último es reflejado en los resultados de Alvites (2014) donde el MINCETUR trabaja con el municipio de Cascas en el plan de concientización turística titulado “De mi tierra un producto”. Por el contrario, se puede ver que los pobladores cuidan y conservan el patrimonio material e intelectual del Rímac, sin necesidad que el municipio intervenga, porque es algo que ellos creen que deberían cuidar con recelo por su misma noción. Sin embargo, se cree que se debería trabajar en conjunto con la población para consolidar la protección del destino, así como lo sugiere Vera y Sumelave (2019) donde comentan que concientizando a la población habría una mejora en las aptitudes con el patrimonio material en el destino.

VI. CONCLUSIONES

Para el objetivo general, se concluye que existe una relación considerable entre gestión turística municipal y conciencia turística en la ciudad del Rímac. Lima, 2021 con un coeficiente de correlación de 0.740% en el Rímac. Se concluye que hay a pesar que la población rímensa aprueba en su mayoría a la gestión, hay algunos ámbitos que están pendientes y abandonados. Por el lado de la conciencia turística, se tiene una población que reconoce que es consiente del turismo en la zona con lo poco que conocen del lugar y por su propia formación.

Con lo que respecta a los objetivos específicos, se concluye en el primer objetivo específico que existe una relación considerable entre promoción y relación contacto con el turista en la ciudad del Rímac. Lima, 2021 con un coeficiente de correlación de 0.954%. Se concluye que la imagen del municipio con respecto a la promoción del lugar es carente, por el contrario, se tiene a la población mostrando una buena imagen con sus aptitudes y buena disposición con el turista por la misma formación que ellos poseen.

Para el segundo objetivo específico, se concluye que existe una relación considerable entre contralor de servicios y suministradores de información en la ciudad del Rímac. Lima, 2021 con un coeficiente de correlación de 0.687%. Se puede ver que no hay un control adecuado de la calidad de servicios en el Rímac de acuerdo a la perspectiva de los pobladores. Con lo que respecta a los suministradores de información que son las empresas, guías que trabajan independientemente del municipio en pro del turismo, la población ha indicado que están de acuerdo con respecto a como ellos proveen información, si están capacitados para brindar un buen servicio. Sin embargo, es de vital importancia, que el municipio trabaje en conjunto con ellos para que ellos puedan seguir brindando un adecuado servicio al turista.

Para finalizar, con respecto al tercer objetivo específico se concluye que existe una relación considerable entre planeación y conservación en la ciudad del Rímac. Lima, 2021 con un coeficiente de correlación de 0.522%. Se aprecia que la planeación dentro del distrito rímensa no es una de las mejores de acuerdo a la perspectiva del poblador y por lo que respecta a la conservación los

pobladores han mostrado interés en proteger la zona donde estos viven por sus propios valores. Sin embargo, el municipio debe consolidar el cuidado del patrimonio juntamente con la población.

VII. RECOMENDACIONES

La primera recomendación del objetivo general, es vital que el municipio tenga una gestión turística más presente, para así dar a una mejora sitio, que en este caso es representado por la población, por lo que trabajar en conjunto con la población, sería una solución más viable donde se brinde talleres de concientización, pedir sugerencias para una mejor gestión turística. La población muestra un índice positivo con querer aprender del turismo en la zona, solo necesita la disposición del municipio para poder lograr un trabajo en armonía por ambos lados.

Para la segunda recomendación del objetivo específico 1, el municipio debería brindar mucha más información turística para potenciar la imagen del sitio y puede tener mucha más influencia en el turista, dentro de lo dicho se indicaría más uso de las redes sociales para difundir al destino, eventos culturales, entre otros, con el fin de mejorar la imagen del. Con respecto a la población, sería idóneo que el municipio retroalimente a la población sobre la importancia del turismo, para que ellos consoliden sus niveles buenas actitudes con el turista.

Para la tercera recomendación del objetivo específico 2, el municipio debería tener una mayor presencia de fiscalización de los servicios dentro de la zona para que estos puedan presentar una óptima calidad para el turista. Asimismo, el municipio debe capacitar al personal turístico y trabajar en conjunto en favor del turismo en el Rímac.

Para la cuarta recomendación del objetivo específico 3, se sugiere que el municipio planifique un presupuesto que permita invertir en el cuidado físico del patrimonio turístico dentro del sitio, asimismo, implementar un plan de sensibilización para la población en el cuidado del patrimonio, ya que han denotado tener buenas aptitudes con el patrimonio turístico, sin embargo, es necesario un reforzamiento de esto.

REFERENCIAS:

Albites M. (2014). "Gestión turística municipal y el desarrollo del distrito de Cascas provincia de Gran Chimú región La Libertad 2013 – 2014". [Tesis de pregrado, Universidad nacional de Trujillo]. Repositorio de la Universidad Nacional de Trujillo. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5171>

Arraiza E. (2019). *Manual de gestión municipal*. Konrad Adenauer Stiftung http://centromunicipal.org.ar/wp-content/uploads/2019/08/manual-de-la-gestion_2019_FINAL-1.pdf

Bacon-Shone J. (2013). *Introduction to Quantitative Research Methods*. Graduate School The University of Hong Kong <https://core.ac.uk/reader/38034420>

Barrientos M. (2017). *Propuesta conceptual integral para el desarrollo del destino turístico Rímac* https://lampadia.com/assets/uploads_documentos/images/d8a13-propuesta-conceptual-turismo-rimac.pdf

Basan C. (2015). Conciencia turística. *Hotelería y Gastronomía* <https://revistahyg.com.ar/2015/11/02/concientizacion-turistica/>

Cabrer B., Garcia G. y Perez M. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Organización mundial de turismo. https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/11-8-apuntes_de_metodologia_de_la_investigacion_en_turismo.pdf

Cayotopa Y. (2018). *Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa para el fortalecimiento de la oferta turística cultural*, 7 (3).<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521758012008>

Chudleigh, J., Smith, J. (2015). Research essentials: introduction to quantitative research. *Nursing Children and Young People*, 27 (3), 12
<http://eprints.hud.ac.uk/id/eprint/23993/1/SmithResEssIntro.pdf>

Congreso de la republica del Perú (2003). *Ley Orgánica de Municipalidades*
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/255705/Ley%20N%C2%BA%2027972%20.pdf.pdf>

Fincher A. y Robins A. (2019). *The Cambridge Handbook of computing education research*. Cambridge University Press
2019<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vmAwEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA133&dq=inferential+statistics&ots=1lsCEXcXaE&sig=NJkqjpl034VsdvOJdqGze5N6jQo#v=onepage&q=inferential%20statistics&f=false>

Flores M. (2019) . *Conciencia turística de los pobladores frente al patrimonio cultural del distrito del Rímac 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] . Repositorio de la “Universidad Cesar Vallejo”
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42707/Flores_PSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gonzales 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), 62-77
<https://core.ac.uk/reader/42113950>

Grotenhuis M. y Matthijssen A. (2016). *Basic SPSS tutorial*. SAGE
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kdi5BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=spss+definicion+by+authors&ots=BTGu7Qg6mY&sig=4-FvzRNuqAkg3G4MPSQqcben6nw#v=onepage&q&f=false>

Hermosilla J., Nacher J., Martinez C., Fansa G., Tranzo E., (2017). *Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico*. Guada Impressors, SL
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=7-zDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=La+gesti3n+de+un+destino+turistico+o+implica+que+los+actores+p3blicos,+privados+y+del+++tercer+sector,+relacionados+con+cualquiera+de+los+subsectores+b3sicos+alojamiento+y++manutenci3n,+intermediaci3n,+transporte+o+actividades+complementarias+tra&ots=Iz7qhCM39I&sig=xOxqUA3u9BOJHSA0mJ2boq392AM&redirect=y#v=onepage&q&f=false>

Holcomb. Z. (2017). *Fundamental of descriptive statistics*. Routledge
file:///C:/Users/KARINA/Downloads/10.4324_9781315266510_previewpdf.pdf

Instituto nacional de Cultura (1999). *Relaci3n de Monumentos Hist3ricos del Peru*
<https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/pagbasica/tablaarchivos/07/relaciondemonumentoshistoricos.pdf>

Koaussi K. y Maroto (2016). Primer Congreso Internacional ONLINE sobre Desigualdad Social y Educativa en el Siglo XXI [Congreso]. *Educaci3n, capacitaci3n y conciencia turística en costa de Marfil: un estado de la*

cuestión. África <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2016/desigualdad/26.pdf>

LampadiaOficial. (2020, 15 julio). *Proyectos de recuperación del Rímac - Listos y financiados: falta última decisión* [Video]. Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ZbBF7m0DaMs&t=69s>

Lopez-Roldan P. y Fachelli S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Creative commons <https://ddd.uab.cat/record/129382>

Martinez A. y Escaloa M. (2012). *Gestion turística municipal del archipiélago Chiloé. Estudios y perspectivas del turismo*, 21, 621 – 645. <http://repositoriodigital.uct.cl/handle/10925/1705>

Martínez-Ezquerro J, Riojas-Garza A. y Rendon-Macias, M. (2017). Significancia clínica sobre significancia estadística. Cómo interpretar los intervalos de confianza a 95 %. *Revista Scielo*, 64 http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-91902017000400477&script=sci_arttext

Ministerio de comercio exterior y turismo (2016). *Medición económica del Turismo*. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/MEDICION ECONOMICA_TURISMO_ALTA.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/MEDICION_ECONOMICA_TURISMO_ALTA.pdf)

Mireles A. (2015). *La concientización turística: Una tarea pendiente*. Academia de Turismo. https://www.academia.edu/19434046/Turismo_La_Concientización_Turística_una_Tarea_Pendiente

- Mondragon M. (2014). Uso de la correlación de spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico* 8 (1), 98-104 <file:///C:/Users/KARINA/Downloads/Dialnet-UsoDeLaCorrelacionDeSpearmanEnUnEstudioDeIntervenc-5156978.pdf>
- Municipalidad distrital del Rimac (2017, 13 de enero). *Ciudad patrimonial mundial*. <http://municipalidaddelrimac.blogspot.com/2017/01/rimac-ciudad-patrimonio-de-la-humanidad.html>
- Otzen T. y Materola C. Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio (2017). *Int. J. Morphol.* 35(1):227-232 <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Paltridge B. y Phakiti A. (2015). *Research methods in applied linguistic*. Bloomsbury Publishing Inc. https://books.google.com.pe/books?id=wU69CAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Plaza D. (2013). *"Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó"*. [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile. http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113793/plaza_d.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Portal del turismo. (2019, 2 de abril). *¿Está preparado el Rímac para atender a los miles de visitantes de Mistura?*. <https://portaldeturismo.pe/noticia/esta-preparado-el-rimac-para-atender-a-los-miles-de-visitantes-de-mistura/>

Portal del turismo. (2019, 2 de abril). *Teleférico del Cerro San Cristóbal: proyecto deberá presentarse en menos de dos años*. <https://portaldeturismo.pe/noticia/esta-preparado-el-rimac-para-atender-a-los-miles-de-visitantes-de-mistura/>

Ramirez M. (1994). *“Deontología y conciencia turística”*. Editorial Ana Mexico <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/04/Deontologia-y-conciencia-tur%C3%ADstica-de-Manuel-R.-Blanco.pdf>

Real Academia Española [RAE]. (2014). *Conciencia* <https://dle.rae.es/conciencia?m=form>

Real Academia Española [RAE]. (2014). *Gestion* <https://dle.rae.es/gestion?m=form>

Rincon J. (2017). *Conciencia turística en los pobladores del distrito de Huaros* [Tesis de pregrado, licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio de la universidad Cesar Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/14422>

Rodriguez J. (2015). Gestión local del turismo: el municipio y su rol en el desarrollo turístico en Chile. *Gestión turística*.23, 34-56 <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223353235003.pdf>

Ruiz M. y Pozo L(2020). *Conciencia turística de los pobladores en el distrito del Rimac – Peru*, 29(1) 312-330. [conciencia turistica en el rimac 2020.pdf](#)

Sampieri R., Fernandez C. y Baptista M (2014). *Metodología de la investigación*. MCGraw W-Hill/Interamericana Editores, S.A <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Sarayasi E. (2017). *Gestión Turístico Municipal y Desarrollo Rural Sostenible en la Provincia de Espinar -2017*. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] . Repositorio de la “Universidad Cesar Vallejo” https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20304/sarayasi_se.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Servicio nacional de turismo. (2018). *Manual de capacitación* <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/09/Manual-capacitacion-original.pdf>

Sihombing A, Gunawijaya J, Gulfiera P. (2017). “*Local Tourism Awareness and Knowledge: Community Views in Wanayasa*” .e-Review of Tourism Research (eRTR), 14 (5,6) <https://ertr-ojs-tamu.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/141/37>

Thammajinda R. (2013). “*Community participation and social capital in tourism planning and management in a Thai context*”. [Tesis de postgrado, Universidad de Lincoln]. Repositorio de la Universidad de Lincoln. https://researcharchive.lincoln.ac.nz/bitstream/handle/10182/5423/thammajinda_phd.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Trizano-Hermosilla I. y Alvarado J. (2016). Best Alternatives to Cronbach’s Alpha Reliability in Realistic Conditions: Congeneric and Asymmetrical Measurements. *Frontiers in psychology* Volume 7 <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00769>

Vargas Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia. *Revista educación*, 33(1), 155 – 165. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Vera R. y Sumalave (2019). “*Conciencia turística del poblador del centro histórico de Písaq para la satisfacción del turista 2017*”. [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco. Repositorio de la Universidad andina del Cusco. http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/3344/1/Liz_Rodia_Tesis_bachiller_2019.pdf

Vrsalovic D. (2017, julio) . Conciencia turística... ¿Factor relevante o sólo una teoría? *Entorno turístico*. <https://www.entornoturistico.com/conciencia-turistica-factor-relevante-o-solo-una-teoria/>.

II. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA				
TÍTULO: Gestión turística municipal y conciencia turística de la zona monumental del Rímac. Lima, 2021				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><u>Problema General</u> ¿Qué relación existe entre la gestión turística municipal y conciencia turística de la zona monumental del Rimac.Lima, 2021?</p> <p><u>Problemas Específicos</u> P1: ¿Qué relación existe entre promoción y relación y contacto con el turista de la zona</p>	<p>Objetivo General Determinar qué relación existe entre la gestión turística municipal y conciencia turística de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021.</p> <p>Objetivos Específicos OE1: Determinar que relación existe entre la promoción con relación y contacto</p>	<p>Hipótesis Ha: La gestión turística municipal se relaciona significativamente con la conciencia turística de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021 H0: La gestión turística municipal no se relaciona significativamente con la conciencia turística de la ciudad</p>	<p>Variable 1: Gestión turística Municipal</p> <p>Dimensiones: a) Promoción b) Controlador de servicios c) Capacitación d) Planificación</p> <p>Subdimensión: Promoción 1) Información **Indicadores -Información necesaria. -Distribución de información. 2)Eventos **Indicadores</p>	<p>Diseño: - Corte transversal - No experimental - Aplicada</p> <p>Tipo de investigación: - Cuantitativo -Correlacional-causal</p> <p>Población: -Muestreo no probabilístico a conveniencia (104 encuestados).</p>

<p>monumental del Rimac. Lima, 2021? P2: ¿Qué relación existe entre contralor de servicios con suministradores de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021? P3: ¿Que relación existe entre planificación con conservacion de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021?</p>	<p>con el turista de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021 OE2: Determinar que relación existe entre contralor de servicios con suministradores de la información de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021. OE3: Determinar que que relación existe entre planificación con conservacion de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021</p>	<p>del Rimac, Lima 2021. Hipótesis Específicos: H1: La promoción se relaciona significativamente con contacto con el turista de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021 H2: Contralor de servicios se relaciona significativamente con suministradores de la información de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021 H3: Planificación y investigación se relaciona significativamente con conservación en la ciudad de la zona monumental del Rimac. Lima, 2021</p>	<p>- Fomentador de actividades - Propicia comercio 3)Imagen **Indicadores -Imagen en la zona -Imagen patrimonial y cultural -Imagen fuera de la zona Subdimension:Contralor de servicios 1)Calidad de servicios **Indicadores - Regulación de servicios -Capacitacion. Subdimension:Planificacion 1)Asociación **Indicadores - Trabajos con otros entes - Trabajos con otros municipios 2)Proyectos - Labor municipal - Inversión Variable 2: Conciencia Turística Dimensiones</p>	<p>Método de recolección de datos: Encuesta e instrumento empleado será el cuestionario gestionado en la escala de liker d.</p>
--	--	--	---	--

			<p>a) Relación y contacto con el turista b) Suministradores de información c) Conservación</p> <p>Indicadores: Relación y contacto con el turista - Trato humano - Importancia - Formación turística</p> <p>Indicadores: Suministradores de información - Capacitación - Actitudes del recurso humano</p> <p>Indicadores: Conservación - Cuidado del patrimonio material e intelectual - Identidad</p>	
--	--	--	--	--

Anexo 2: Operacionalización de la variable Gestión turística municipal

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	VARIABLE	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INSUMOS INSTRUMENTOS			
				SUBDIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA DE VALOR
Rodríguez (2015) define al municipio como el actor principal para el desarrollo del turismo en la zona a desempeñar, dentro de este ámbito está involucrado la gestión, planificación y desarrollo del sitio.	Gestión turística municipal	La definición operativa de esta variable estará basada en los 9 campos de acción de un Municipio turístico propuestos por Roberto C. Boullon que fue citado en la teoría de Rodríguez. No todos los campos de acciones fueron contemplados dentro de líneas, puesto que algunos	Promoción	Información	Información necesaria	1	La escala de valor estara estipulada en la escala ordinal de valor de Likerd donde: (1) Muy en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Indeciso (4) De acuerdo (5) Muy de acuerdo
					Distribución de información	2, 3, 4	
				Eventos	Fomentador de actividades	5, 6, 7	
					Propicia comercio	8	
			Imagen	Imagen en la zona	9		
				Imagen patrimonial y cultural	10, 11		
				Imagen en el exterior	12		
			Contralor de servicios	Calidad de servicios	Regulación de servicios	13, 14, 15	

		<p>son redundantes y no infieren mucho desde la perspectiva del poblador sobre el turismo en la zona Rimense, es así así que se resumen en 3 dimensiones las cuales son: Promoción, controlador de servicios, capacitación y planificación.</p>					
					Capacitación	16	
			Planificación	Asociación	Trabajo con otros entes	17	
					Trabajo con otros municipio	18	
			Proyectos		Labor municipal	19, 20	
					Inversión	21	

Anexo 3: Operacionalización de la variable Conciencia turística

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INSUMOS INSTRUMENTOS		
				INDICADORES	ÍTEM	ESCALA DE VALOR
<p>“La disposición mental y actitud positiva que debe tener una persona en el trato humano y amable con el turista, para con los servicios que ofrece y en lo referente a la conservación y engrandecimiento del patrimonio turístico” (2015).</p>	<p>Conciencia Turística</p>	<p>Este concepto o teoría estará aplicado bajo la perspectiva del poblador rimense basándose así de los 3 pasos para llegar a una conciencia turística dentro de un destino de acuerdo al libro de Ramirez blanco del 1994</p>	<p>Relación y contacto con el turista</p>	<p>Trato humano</p>	<p>1, 2, 3</p>	<p>La escala de valor estará estipulada en la escala ordinal de valor de Likert donde: (1) Muy en desacuerdo (2)En desacuerdo (3)Indeciso (4)De acuerdo (5)Muy de acuerdo</p>
				<p>importancia</p>	<p>4, 5</p>	
				<p>Formación turística</p>	<p>6, 7, 8</p>	

			Suministradores de informacion	Capacitacion	9	
					Actitudes del recurso humano	10, 11
			Conservacion	Cuidado del patrimonio material e intelectual	12, 13, 14, 15	
					Identidad	16, 17, 18

Anexo 4: Instrumento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

La presente encuesta está dirigida al poblador para poder medir la perspectiva sobre la gestión turística municipal y la conciencia turística en la zona monumental del Rímac, Lima 2021.

Por favor lea atentamente las instrucciones para poder realizar este proceso debidamente. De antemano, se agradece su cooperación con el apoyo de dicha investigación.

Marque con un aspa la alternativa que crea corresponde a su opinión.

Las preguntas estarán formuladas del 1 al 5 donde:

(1) Muy en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indeciso	(4) De acuerdo	(5) Muy de acuerdo
--	--	-------------------------------	---	---

GESTION TURISTICA MUNICIPAL	(1) Muy de acuerdo	(2) De acuerdo	(3) Indecis o	(4) En desacuerdo	(5) Muy en desacuerdo
DIMENSION 1: PROMOCION					
SUBDIMENSION: I					

INFORMACION NECESARIA					
1.El municipio provee la información turística necesaria					
DISTRIBUCION DE LA INFORMACION					
2. Visualiza brochures o flyers relativos al turismo en el Rímac.					
3. Visualiza información turística del Rímac dentro las redes sociales del municipio					
4.Hay las suficientes casetas de información turística dentro del distrito rímense.					
SUBDIMENSIÓN 2: EVENTOS					
FOMENTADOR DE ACTIVIDADES					
5.El municipio fomenta ferias u actividades sobre el turismo del Rimac					
6.El municipio alienta a que usted asista a sus eventos sobre el turismo del Rímac.					
7. Hay la suficiente cantidad de eventos culturales que fomente el turismo del Rímac.					
PROPICIA COMERCIO					
8.El municipio alienta a los artesanos u emprendedores turísticos del Rímac participen de eventos feriales donde estos pueden comercializar					
SUBDIMENSIÓN 3: IMAGEN					

IMAGEN EN LA ZONA					
9.El municipio provee una imagen buena del turismo en la zona (Rímac).					
IMAGEN PATRIMONIAL Y CULTURAL					
10.El municipio ha logrado impulsar correctamente al patrimonio turístico rímacense.					
11.El turismo cultural es bien promovido en la zona (Rímac)					
IMAGEN EXTERIOR					
12. El municipio provee una buena imagen del turismo fuera de la zona(Rímac).					
DIMENSIÓN 2: CONTRALOR DE SERVICIO					
SUBDIMENSIÓN 4: CALIDAD DE SERVICIO					
REGULACIÓN DE SERVICIOS					
13. Existe una adecuada categorización de hoteles y restaurantes hecha dentro del Rímac.					
14. Evidencia una regulación correcta de la calidad del servicio de los prestadores turísticos por parte del municipio Rímacense.					
15. El precio de los servicios o productos turísticos del Rímac son equitativos para el turista.					
CAPACITACION					

16. El personal turístico rimense esta suficientemente capacitado.					
DIMENSIÓN 3: PLANIFICACIÓN					
SUBDIMENSIÓN 1: ASOCIACIÓN					
<i>TRABAJOS CON ENTES</i>					
17. Evidencia que el municipio trabaja en conjunto con otros entes para favorecer el turismo en el Rimac.					
<i>TRABAJO CON OTROS MUNICIPIOS</i>					
18. Incentiva el municipio a la asociatividad con otros municipio para favorecer al turismo en el Rimac.					
SUBDIMENSIÓN: PROYECTOS					
<i>LABOR MUNICIPAL</i>					
19. Conoce de los planes de desarrollo turístico del sitio (Rímac).					
20. Se encuentra conforme con la labor en desarrollo turístico del municipio rimense					
<i>INVERSION</i>					

21.Existe la suficiente inversión para los proyectos de rehabilitación del patrimonio turístico en el Rímac.					
--	--	--	--	--	--

CONCIENCIA TURISTICA	(1) Muy de acuerdo	(2) De acuerdo	(3) Indeciso	(4) En desacuerdo	(5) Muy en desacuerdo
DIMENSION 1: RELACIÓN Y CONTACTO CON EL TURISTA					
TRATO HUMANO					
1.Es cortés y amable cuando una persona hace turismo en el Rímac.					
2.Trato con honestidad cuando una persona hace turismo en el Rímac					
3.Brindo asistencia al turista cuando lo necesite					
IMPORTANCIA					
4.El turismo de la zona (Rímac) potencia económicamente al distrito					
5.El turismo en el Rímac promueve el trabajo dentro del sitio.					
FORMACIÓN TURÍSTICA					

6. Conozco el patrimonio cultural Rimense (principales atractivos turísticos del Rimac)					
7. El municipio concientiza a su población sobre la importancia del turismo de la zona (Rimac).					
8. Poseo la vocación y disposición para aprender de la cultura rimense (atractivos turísticos, costumbre, historias, etc).					
DIMENSIÓN 2: SUMINISTRADORES DE INFORMACIÓN					
CAPACITACIÓN					
9. El personal de hoteles, restaurantes, u otros servicios turísticos de la zona cuentan con la debida capacitación para brindar información turística					
ACTITUDES DEL RECURSO HUMANO					
10. El prestador turístico es empático con el turista en el Rímac.					
11. El prestador actúa honestamente con el turista en el Rímac.					
DIMENSION 3: CONSERVACION					
CUIDADO DEL PATRIMONIO MATERIAL E INTELECTUAL					

12. Es sensibilizado a cuidar o proteger el patrimonio turístico por parte del municipio.					
13. Promueve la protección del patrimonio cultural (Atractivos turísticos) en el Rímac.					
14. Comparte o divulga las tradiciones turísticas del Rímac con otros.					
15. Promueve la limpieza del patrimonio cultural del Rímac.					
IDENTIDAD					
16. Difunde al Rímac como destino turístico.					
17. Se identifica con la historia rímense.					
18. Siente orgullo por el patrimonio turístico rímense.					



Gestión turística municipal y conciencia

La presente encuesta está dirigida al poblador para poder medir la perspectiva sobre la gestión turística municipal y la conciencia turística en la ciudad del Rímac, Lima 2021.

Por favor lea atentamente las instrucciones para poder realizar este proceso debidamente. De antemano, se agradece su cooperación con el apoyo de dicha investigación.

Marque con un aspa la alternativa que crea corresponde a su opinión.

Anexo 5: Validaciones de instrumento



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, _____ 24 de mayo _____ de 2021

Apellido y nombres del experto: Tovar Zacarías Carlos

DNI: 10139218

Teléfono: 997050409

Título/grados: Magíster en Administración

Cargo e institución en que labora: Responsable Unidad de Investigación - ATH

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?		X	precise indicadores por ítems
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS: Redacte como afirmaciones los ítems.


 FIRMA DEL EXPERTO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
 TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 19 de mayo del 2021.

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Verónica.

DNI: 41728975 Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo. Coordinadora de Escuela ATH.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ÍTEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

Porcentaje: 90%



Mg. Verónica Zevallos Gallardo
 Coordinadora E.P. Administración en Turismo y Hotelería
 Lima, Perú



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 05 de junio 2021

Apellido y nombres del experto: Salvador García Claribel Rosario

DNI: 40910480

Teléfono: 991808689

Título/grados: Doctora en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente, Universidad César Vallejo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		Mejorar la redacción en los items
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS:



Dra. Claribel Salvador García

Anexo 6: Cuadro de validez del instrumento (Alpha de Cronbach)

Se observa que en la tabla 1, el nivel de fiabilidad es de 0.918 que es una validación aceptable por tanto se logró un valor mayor a 0.7 corroborando la aceptación del nivel de confianza del instrumento de investigación.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,918	39

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
Me siento orgulloso por el patrimonio turístico rímense.	4,33	,816	15
Me identifico con la historia rímense.	3,60	,986	15
Difundo al Rímac como destino turístico.	3,60	,986	15
Promuevo la limpieza del patrimonio cultural del Rímac.	3,00	1,464	15
Comparto o divulgo las tradiciones turísticas del Rímac con otros.	3,87	1,060	15
Es sensibilizado a cuidar o proteger el patrimonio turístico por parte del municipio.	3,27	1,163	15
El prestador actúa honestamente con el turista en el Rímac.	2,67	1,113	15
El prestador turístico es empático con el turista en el Rímac	2,80	1,207	15
El personal de hoteles, restaurantes, u otros servicios turísticos de la zona cuentan con la debida capacitación para brindar información turística	2,00	1,195	15
Poseo la vocación y disposición para aprender de la cultura rímense (atractivos turísticos, costumbre, historias, etc).	3,53	1,302	15

El municipio concientiza a su población sobre la importancia del turismo de la zona (Rímac).	2,27	1,223	15
Conozco el patrimonio cultural Rímense (principales atractivos turísticos del Rímac)	4,07	,594	15
El turismo en el Rímac promueve el trabajo dentro del sitio.	2,00	,926	15
El turismo de la zona (Rímac) potencia económicamente al distrito	1,67	,900	15
Brindo asistencia al turista cuando lo necesite	4,07	,594	15
Es cortés y amable cuando una persona hace turismo en el Rímac.	3,60	1,121	15
El municipio provee la información turística necesaria	1,93	1,280	15
Visualiza brochures o flyers relativos al turismo en el Rímac.	1,87	1,125	15
Visualiza información turística del Rímac dentro las redes sociales del municipio	2,87	1,356	15
Hay las suficientes casetas de información turística dentro del distrito rímense.	1,40	,632	15
El municipio fomenta ferias u actividades sobre el turismo del Rímac	2,00	1,134	15
El municipio alienta a que usted asista a sus eventos sobre el turismo del Rímac.	2,00	1,134	15
Hay la suficiente cantidad de eventos culturales que fomente el turismo del Rímac	2,00	1,069	15
El municipio alienta a los artesanos u emprendedores turísticos del Rímac participen de eventos feriales donde estos pueden comercializar	2,47	1,407	15
El municipio provee una imagen buena del turismo en la zona (Rímac).	2,33	1,113	15
El municipio ha logrado impulsar correctamente al patrimonio turístico rímense.	1,93	,884	15

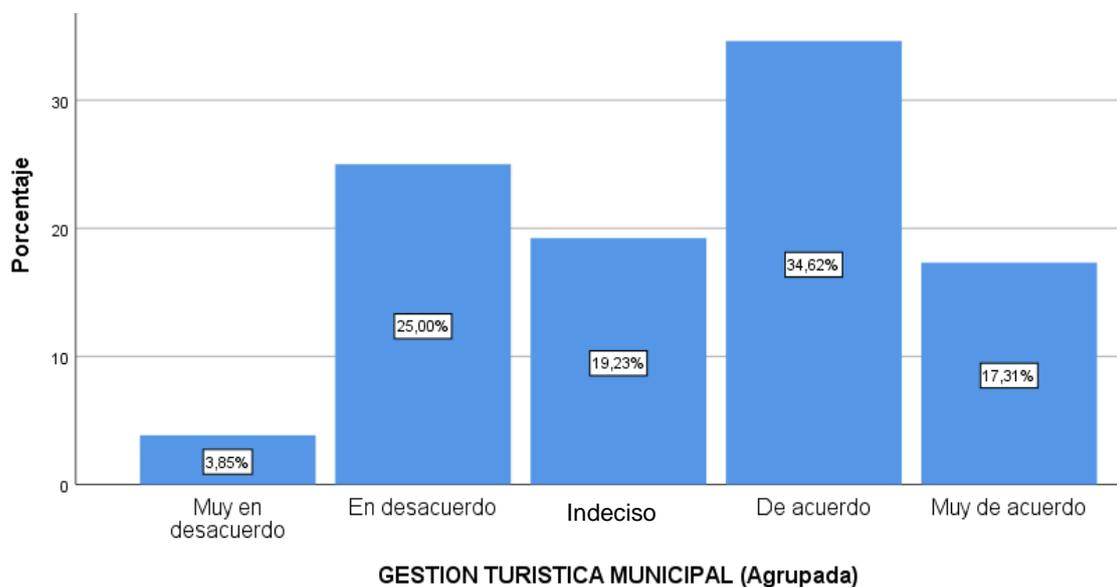
El municipio provee una buena imagen del turismo fuera de la zona(Rimac).	1,87	1,125	15
El turismo cultural es bien promovido en la zona (Rimac)	1,80	,941	15
Existe una adecuada categorización de hoteles y restaurantes hecha dentro del Rímac.	1,93	,799	15
Evidencia una regulación correcta de la calidad del servicio de los prestadores turísticos por parte del municipio Rímense	2,07	,799	15
El precio de los servicios o productos turísticos del Rimac son equitativos para el turista.	2,40	,910	15
El personal turístico rimense esta suficientemente capacitado.	1,80	1,014	15
El municipio trabaja en conjunto con otros entes para favorecer el turismo en el Rimac.	1,87	1,125	15
El municipio incentivo a la asociatividad con otros municipios para favorecer al turismo en el Rimac.	2,07	,884	15
Conoce de los planes de desarrollo turístico del sitio (Rímac).	1,67	,976	15
Se encuentra conforme con la labor en desarrollo turistico del municipio rimense	1,33	,617	15
El municipio invierte en proyectos de rehabilitación del patrimonio turístico en el Rímac.	1,73	,799	15
Trato con honestidad cuando una persona hace turismo en el Ríma	3,67	1,175	15
Promuevo la protección del patrimonio cultural (Atractivos turísticos) en el Rímac.	3,33	1,175	15

Anexo 7: Graficas de barras del análisis descriptivo de la variables y dimensiones de Gestión turística municipal y conciencia turística.

Tabla 2

Variable - Gestión Turística Municipal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	4	3,8	3,8
En desacuerdo	26	25,0	25,0
Indiferente	20	19,2	19,2
De acuerdo	36	34,6	34,6
Muy de acuerdo	18	17,3	17,3
Total	104	100,0	100,0

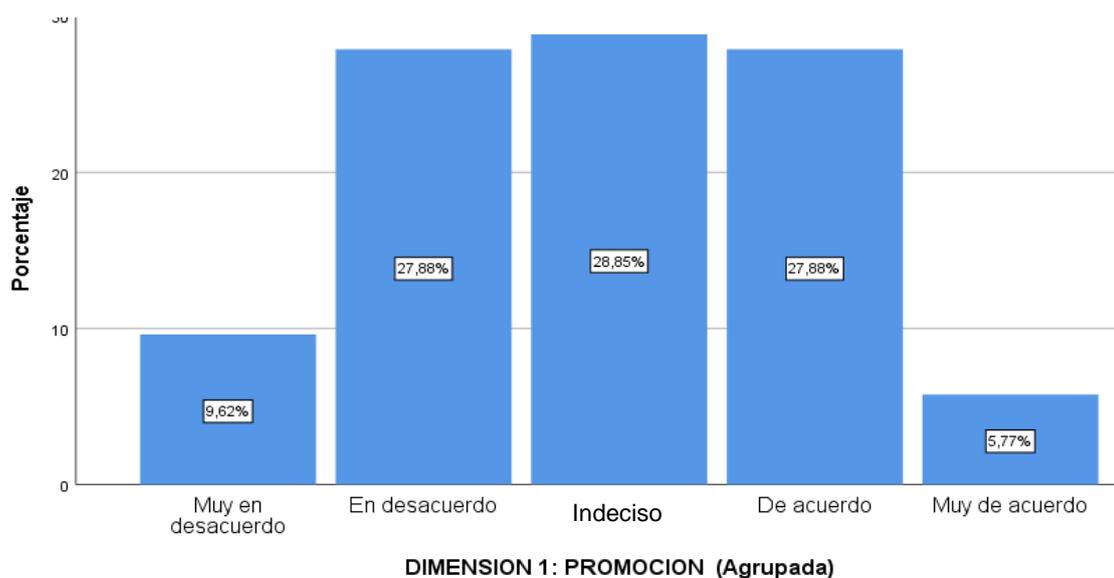


En la tabla 1 correspondiente a la variable “Gestión turística municipal”, se parecía que 51.93% de la población aprueba la gestión turística del distrito del Rímac, en su contraste el 28.85% se encuentra en total desacuerdo con la gestión del destino.

Tabla 3

DIMENSIÓN - PROMOCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	10	9,6	9,6
En desacuerdo	29	27,9	27,9
Indiferente	30	28,8	28,8
De acuerdo	29	27,9	27,9
Muy de acuerdo	6	5,8	5,8
Total	104	100,0	100,0



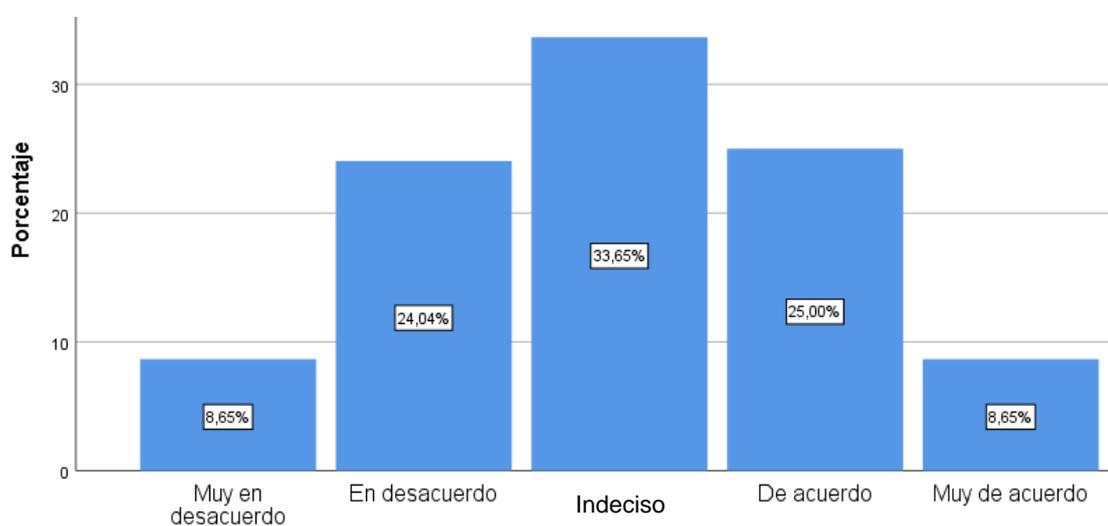
Se aprecia que el 37.50% está en desacuerdo y que a su vez la misma cantidad está de acuerdo con la promoción dentro del destino, a esto se suma que el 33.65% está de acuerdo con la promoción.

Tabla 4

DIMENSIÓN – CONTRALOR DE SERVICIOS

DIMENSIÓN - CONTRALOR DE SERVICIOS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	9	8,7	8,7
En desacuerdo	25	24,0	24,0
Indiferente	35	33,7	33,7
De acuerdo	26	25,0	25,0
Muy de acuerdo	9	8,7	8,7
Total	104	100,0	100,0



DIMENSION 2: CONTRALOR DE SERVICIO (Agrupada)

En la siguiente tabla, el 33,65% está indeciso sobre si el municipio está gestando correctamente bien los servicios turísticos dentro del distrito, Rímac. Por el contrario, el 33,65% aprueban que si se da la fiscalización y control de los servicios turísticos y 32,69% en desacuerdo con ello.

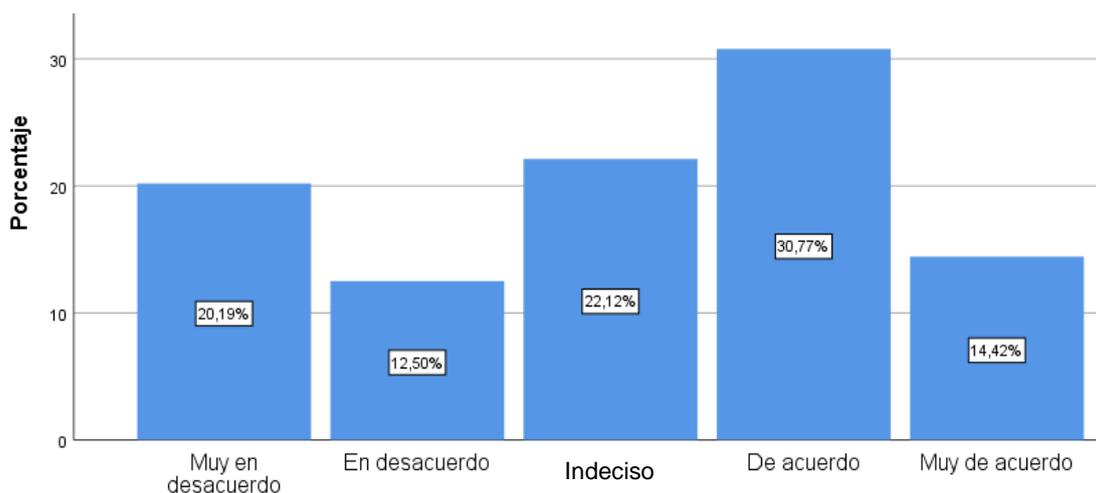
Tabla 5

DIMENSIÓN - PLANIFICACION

DIMENSIÓN - PLANIFICACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	21	20,2	20,2

En desacuerdo	13	12,5	12,5
Indeciso	23	22,1	22,1
De acuerdo	32	30,8	30,8
Muy de acuerdo	15	14,4	14,4
Total	104	100,0	100,0



DIMENSION 3: PLANIFICACION (Agrupada)

Para la dimensión planificación, se aprecia que el 32.69% indican que están de acuerdo con las labores turísticas dentro del destino por parte del municipio, sobre el 45.19% que indica que en total desacierto con lo que han podido apreciar.

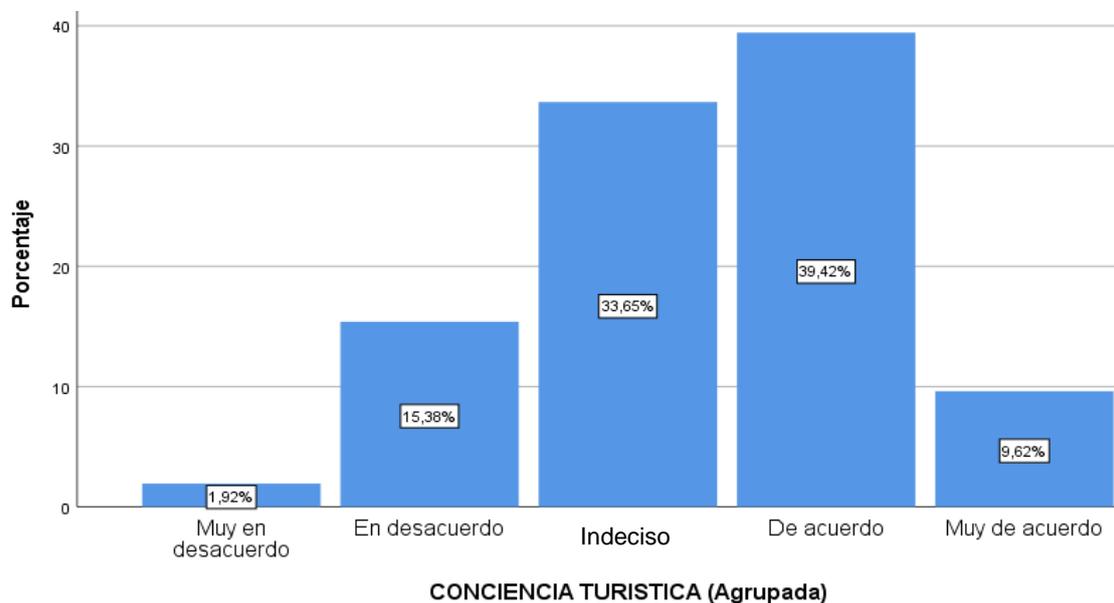
Tabla 6

DIMENSIÓN – CONCIENCIA TURISTICA

VARIABLE - CONCIENCIA TURÍSTICA (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	2	1,9	1,9
En desacuerdo	16	15,4	15,4
Indeciso	35	33,7	33,7
De acuerdo	41	39,4	39,4

Muy de acuerdo	10	9,6	9,6
Total	104	100,0	100,0



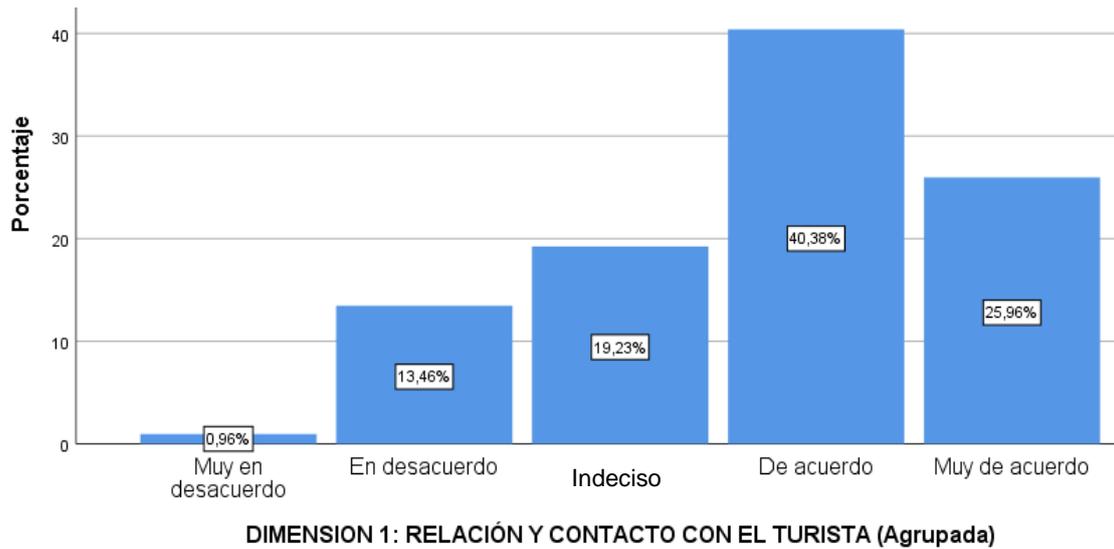
Con lo que respecta a nivel de conciencia turística, el nivel es 49.04% que están de acuerdo que poseen la conciencia necesaria dentro del territorio rímense, en contraste al 17.30% que indicaron que no lo poseen.

Tabla 7

DIMENSIÓN – RELACION Y CONTACTO CON EL TURISTA

DIMENSIÓN - RELACIÓN Y CONTACTO CON EL TURISTA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	1	1,0	1,0
En desacuerdo	14	13,5	13,5
Indiferente	20	19,2	19,2
De acuerdo	42	40,4	40,4
Muy de acuerdo	27	26,0	26,0
Total	104	100,0	100,0



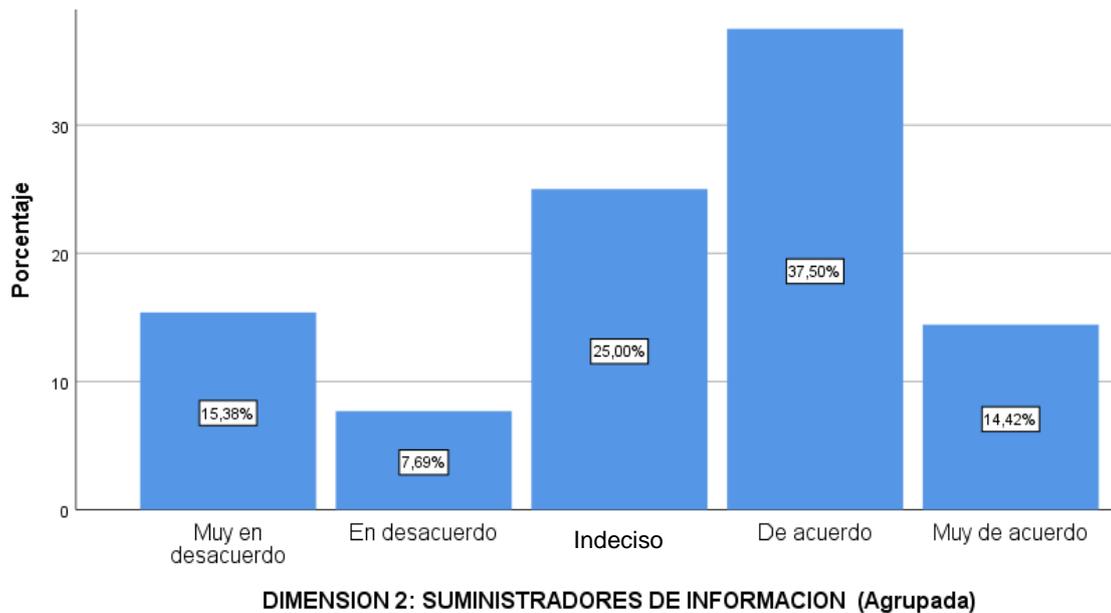
Se aprecia que el 66.34% está de acuerdo que existe una buena relación y contacto con el turista versus el 14.42% que está en desacuerdo. Con lo que se puede decir que los remenses están indicando que tienen buenas aptitudes con el turista cuando llega a su destino.

Tabla 8

DIMENSIÓN – SUMINISTRADORES DE INFORMACION

DIMENSIÓN - SUMINISTRADORES DE INFORMACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	16	15,4	15,4
En desacuerdo	8	7,7	7,7
Indiferente	26	25,0	25,0
De acuerdo	39	37,5	37,5
Muy de acuerdo	15	14,4	14,4
Total	104	100,0	100,0



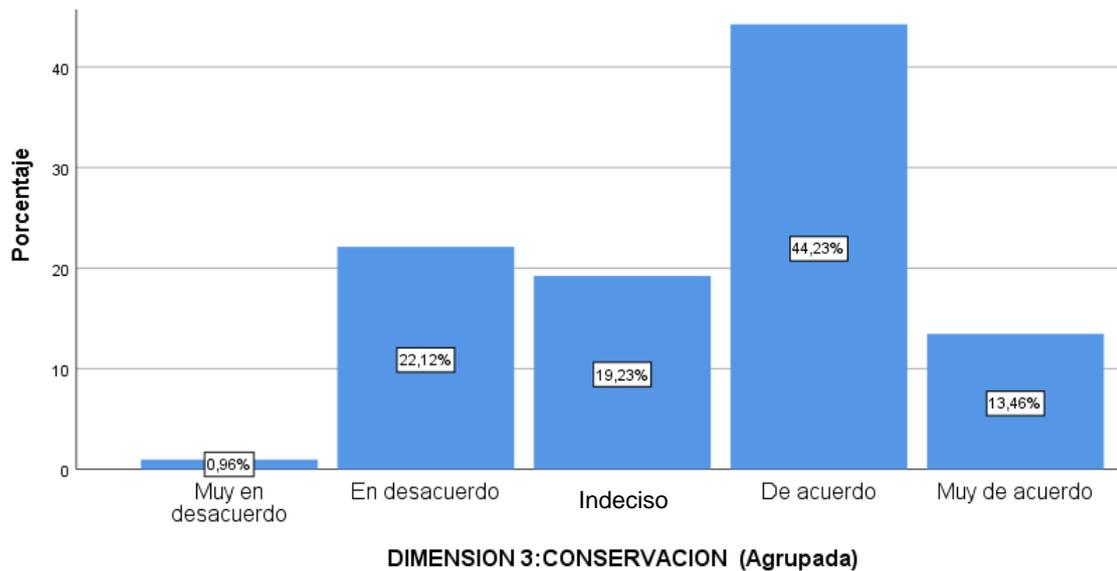
Para suministradores de la información, se aprecia que el 51.92% están de acuerdo con la información brindada por agentes o prestadores turísticos en la zona, asimismo con el trato que estos brindan. Por otro lado, el 23% desaprobaban las aptitudes de los prestadores turísticos.

Tabla 9

DIMENSIÓN - CONSERVACION

DIMENSIÓN - CONSERVACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	1	1,0	1,0
En desacuerdo	23	22,1	22,1
Indeciso	20	19,2	19,2
De acuerdo	46	44,2	44,2
Muy de acuerdo	14	13,5	13,5
Total	104	100,0	100,0

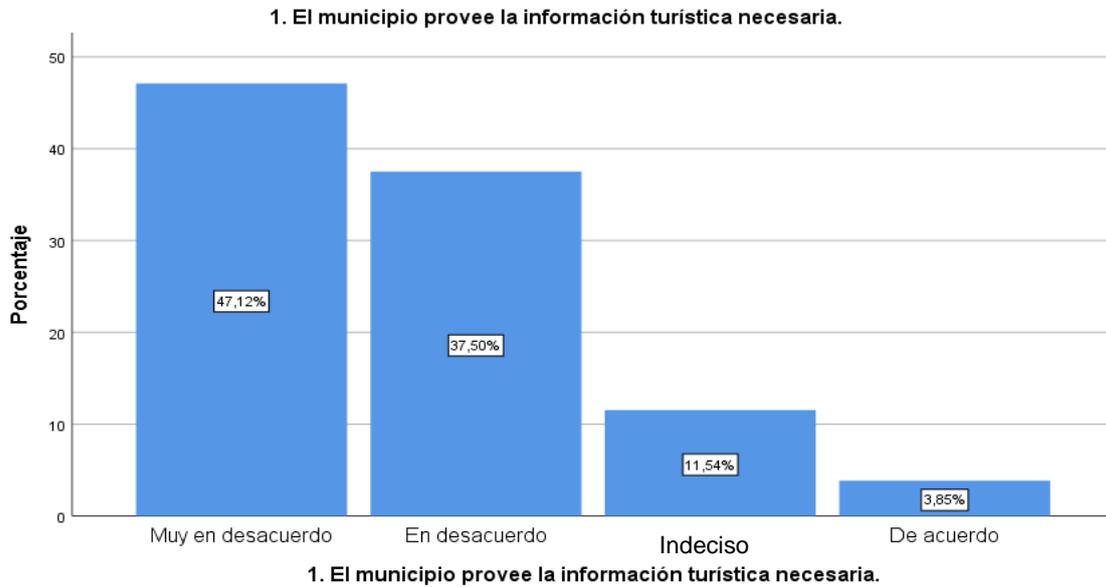


Sobre la dimensión conservación, los pobladores denotaron en un 57.69% que son netamente responsables en cuidar el patrimonio material y intelectual dentro de la zona rímense, por el contrario, tenemos a un 23.08% indicando que no poseen estos valores con el patrimonio, atractivos turísticos y costumbres.

Anexo 8: Graficas de barras del análisis descriptivo de las preguntas del instrumento para las variables y dimensiones de Gestión turística municipal y conciencia turística.

1. El municipio provee la información turística necesaria.

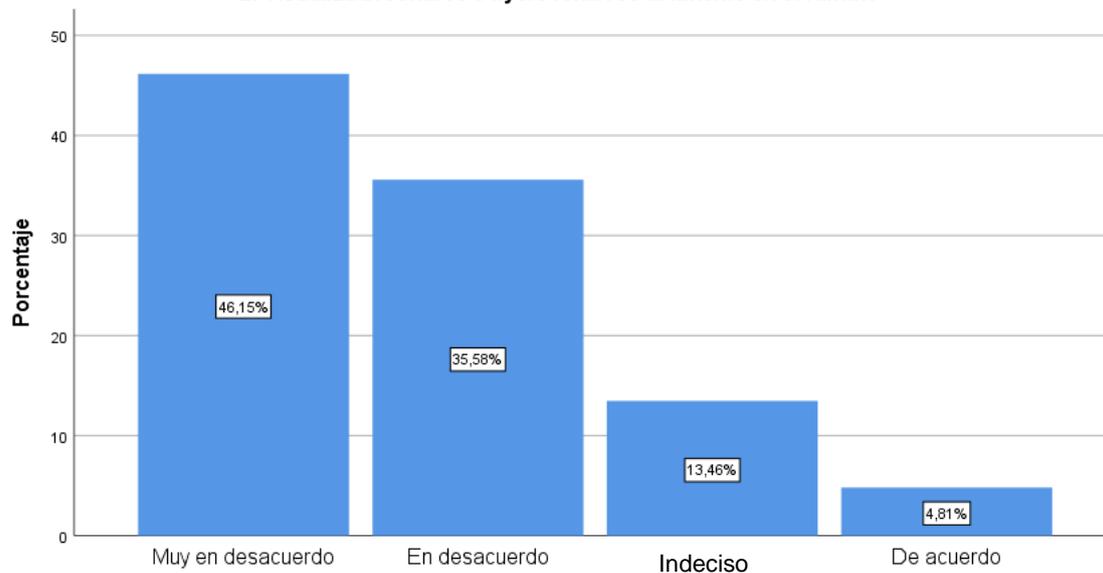
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	49	47,1	47,1
En desacuerdo	39	37,5	37,5
Indeciso	12	11,5	11,5
De acuerdo	4	3,8	3,8
Total	104	100,0	100,0



2. Visualiza brochures o flyers relativos al turismo en el Rímac.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	48	46,2	46,2
En desacuerdo	37	35,6	35,6
Indeciso	14	13,5	13,5
De acuerdo	5	4,8	4,8
Total	104	100,0	100,0

2. Visualiza brochures o flyers relativos al turismo en el Rímac.

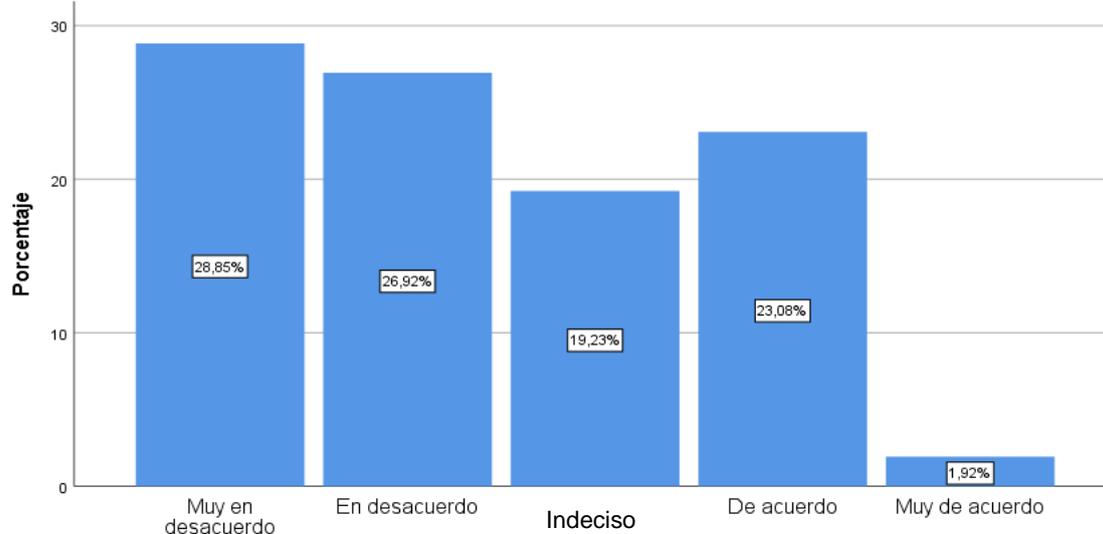


2. Visualiza brochures o flyers relativos al turismo en el Rímac.

3. Visualiza información turística del Rímac dentro las redes sociales del municipio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	30	28,8	28,8
En desacuerdo	28	26,9	26,9
Indeciso	20	19,2	19,2
De acuerdo	24	23,1	23,1
Muy de acuerdo	2	1,9	1,9
Total	104	100,0	100,0

3. Visualiza información turística del Rimac dentro las redes sociales del municipio

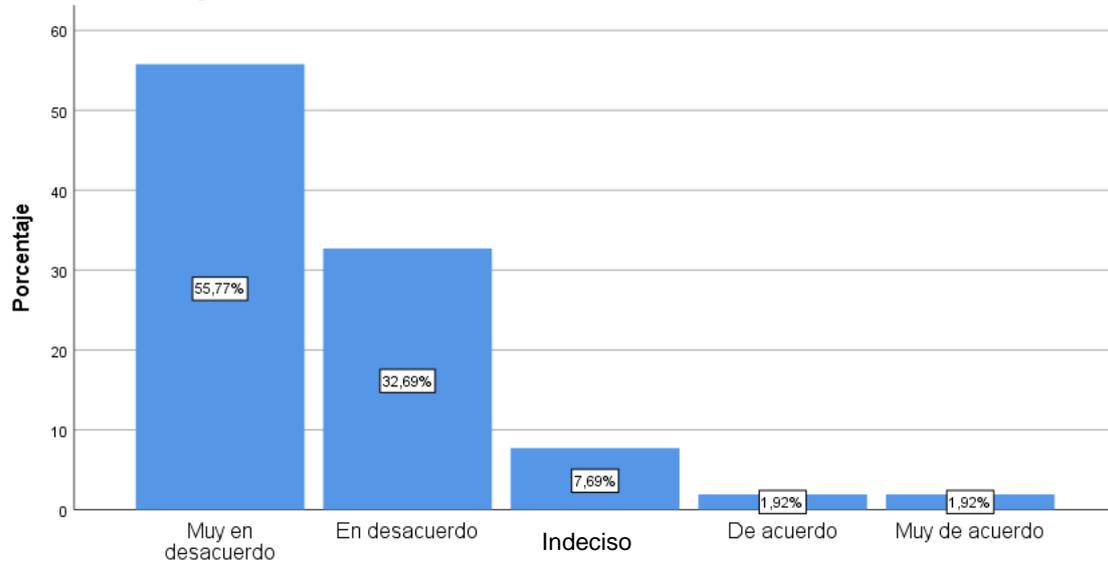


3. Visualiza información turística del Rimac dentro las redes sociales del municipio

4. Hay las suficientes casetas de información turística dentro del distrito rímnense.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	58	55,8	55,8
En desacuerdo	34	32,7	32,7
Indeciso	8	7,7	7,7
De acuerdo	2	1,9	1,9
Muy de acuerdo	2	1,9	1,9
Total	104	100,0	100,0

4. Hay las suficientes casetas de información turística dentro del distrito rimense.

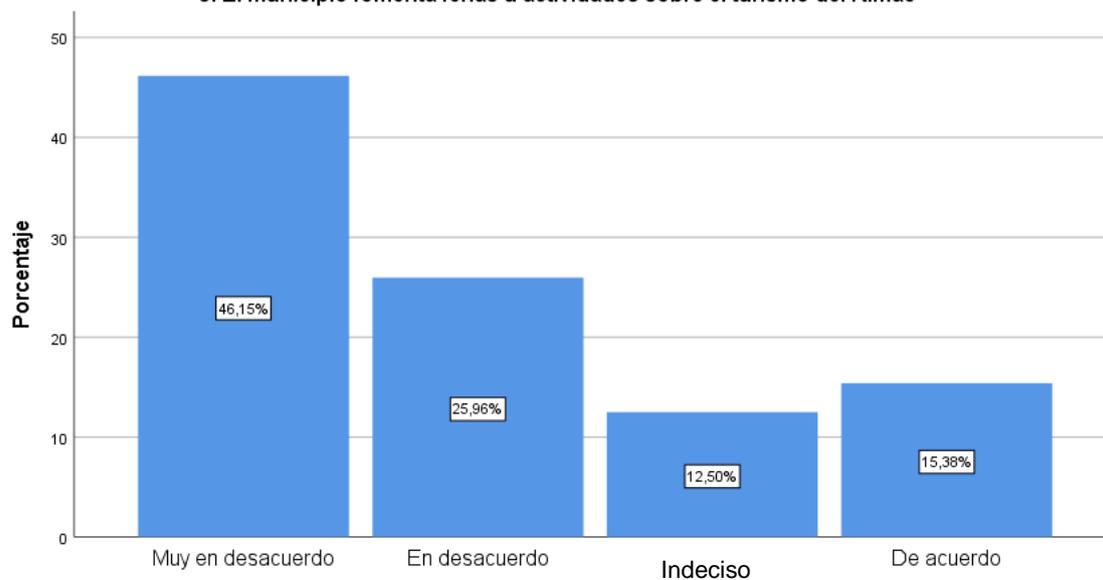


4. Hay las suficientes casetas de información turística dentro del distrito rimense.

5. El municipio fomenta ferias u actividades sobre el turismo del Rímac

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	48	46,2	46,2
En desacuerdo	27	26,0	26,0
Indeciso	13	12,5	12,5
De acuerdo	16	15,4	15,4
Total	104	100,0	100,0

5. El municipio fomenta ferias u actividades sobre el turismo del Rimac

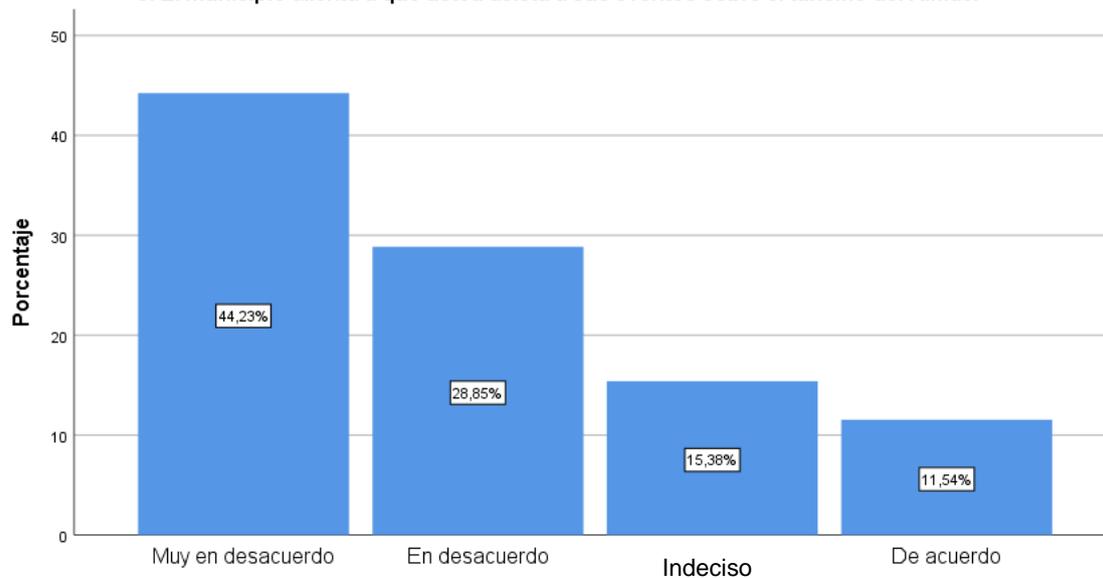


5. El municipio fomenta ferias u actividades sobre el turismo del Rimac

6. El municipio alienta a que usted asista a sus eventos sobre el turismo del Rímac.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	46	44,2	44,2
En desacuerdo	30	28,8	28,8
Indeciso	16	15,4	15,4
De acuerdo	12	11,5	11,5
Total	104	100,0	100,0

6. El municipio alienta a que usted asista a sus eventos sobre el turismo del Rímac.

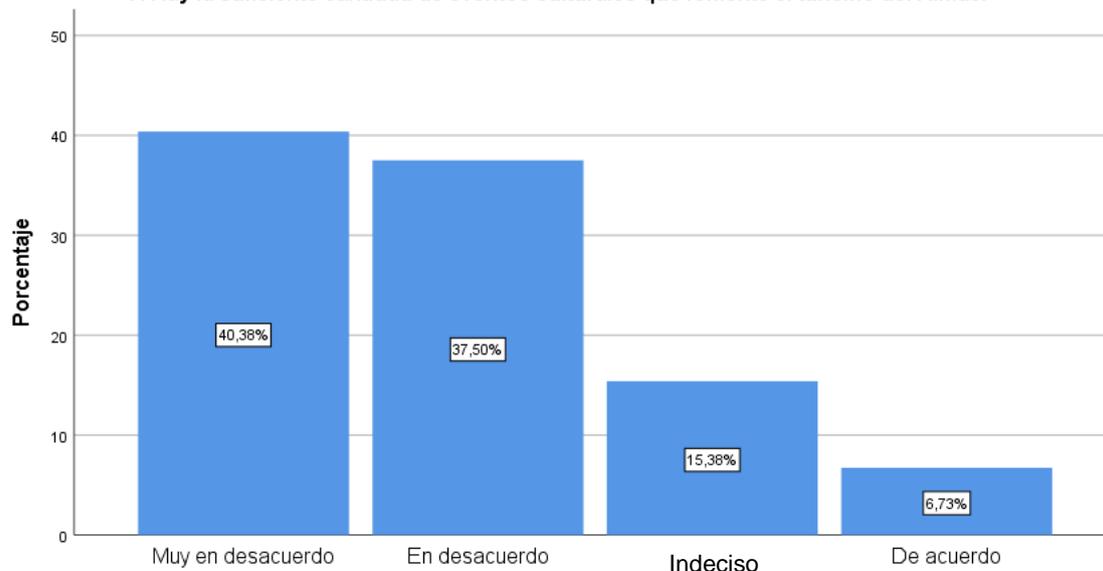


6. El municipio alienta a que usted asista a sus eventos sobre el turismo del Rímac.

7. Hay la suficiente cantidad de eventos culturales que fomente el turismo del Rímac.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	42	40,4	40,4
En desacuerdo	39	37,5	37,5
Indeciso	16	15,4	15,4
De acuerdo	7	6,7	6,7
Total	104	100,0	100,0

7. Hay la suficiente cantidad de eventos culturales que fomente el turismo del Rimac.

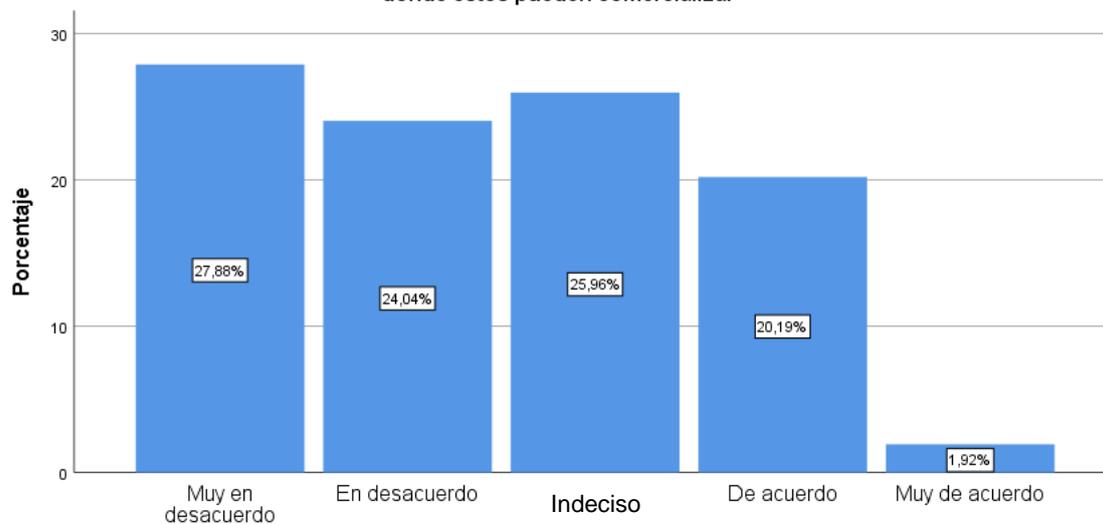


7. Hay la suficiente cantidad de eventos culturales que fomente el turismo del Rimac.

8. El municipio alienta a los artesanos u emprendedores turísticos del Rímac participen de eventos feriales donde estos pueden comercializar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	29	27,9	27,9
En desacuerdo	25	24,0	24,0
Indeciso	27	26,0	26,0
De acuerdo	21	20,2	20,2
Muy de acuerdo	2	1,9	1,9
Total	104	100,0	100,0

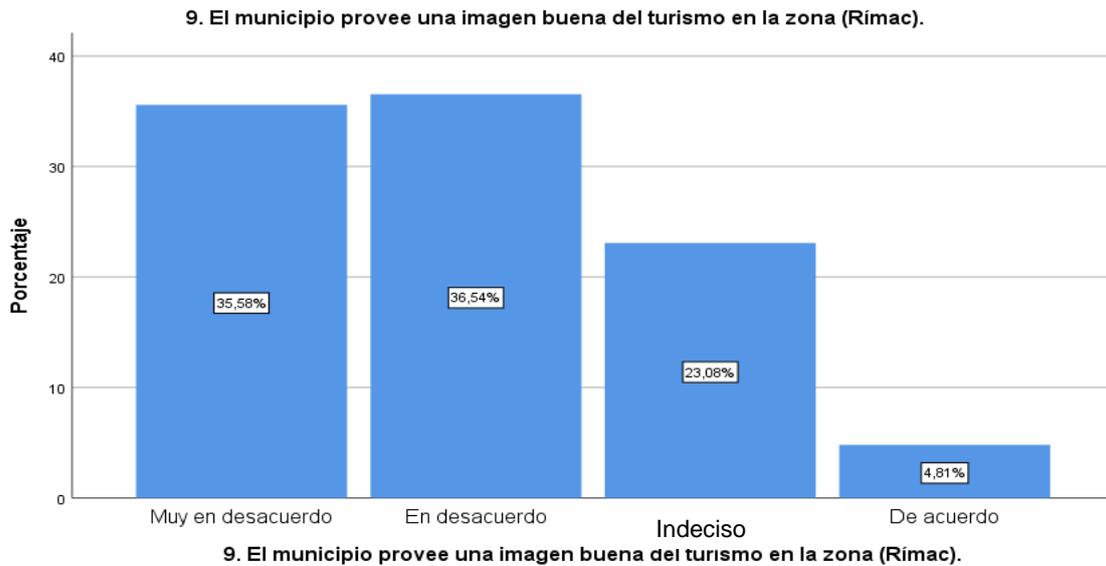
8. El municipio alienta a los artesanos u emprendedores turísticos del Rimac participen de eventos feriales donde estos pueden comercializar



8. El municipio alienta a los artesanos u emprendedores turísticos del Rimac participen de eventos feriales donde estos pueden comercializar

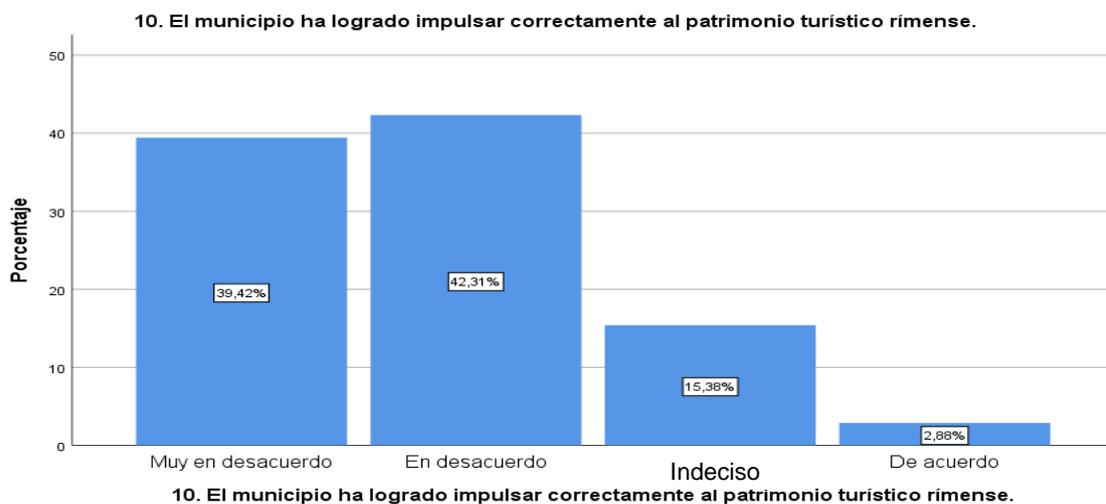
9. El municipio provee una imagen buena del turismo en la zona (Rímac).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	37	35,6	35,6
En desacuerdo	38	36,5	36,5
Indeciso	24	23,1	23,1
De acuerdo	5	4,8	4,8
Total	104	100,0	100,0



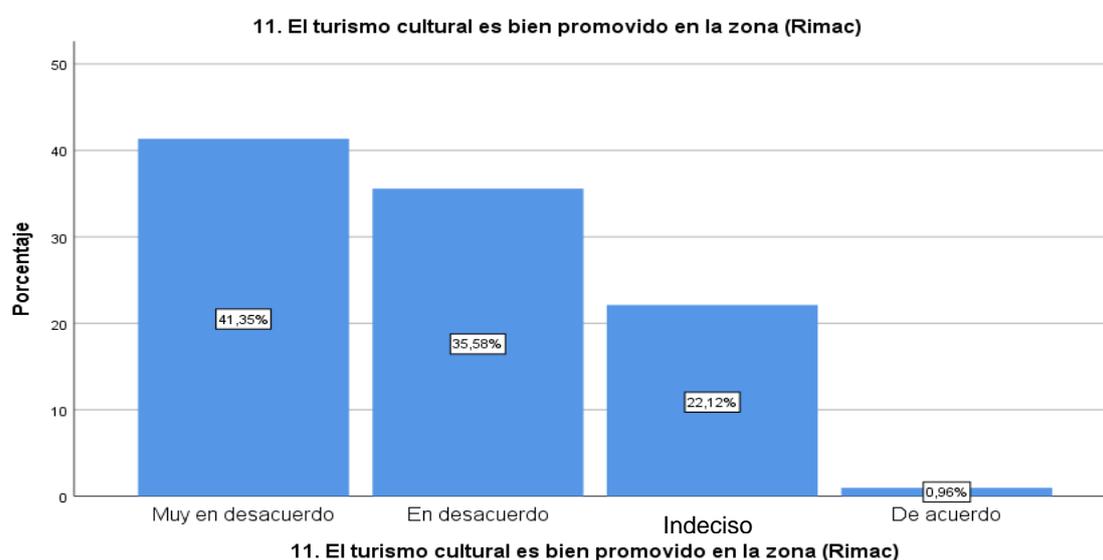
10. El municipio ha logrado impulsar correctamente al patrimonio turístico rimense.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	41	39,4	39,4
En desacuerdo	44	42,3	42,3
Indeciso	16	15,4	15,4
De acuerdo	3	2,9	2,9
Total	104	100,0	100,0



11. El turismo cultural es bien promovido en la zona (Rímac)

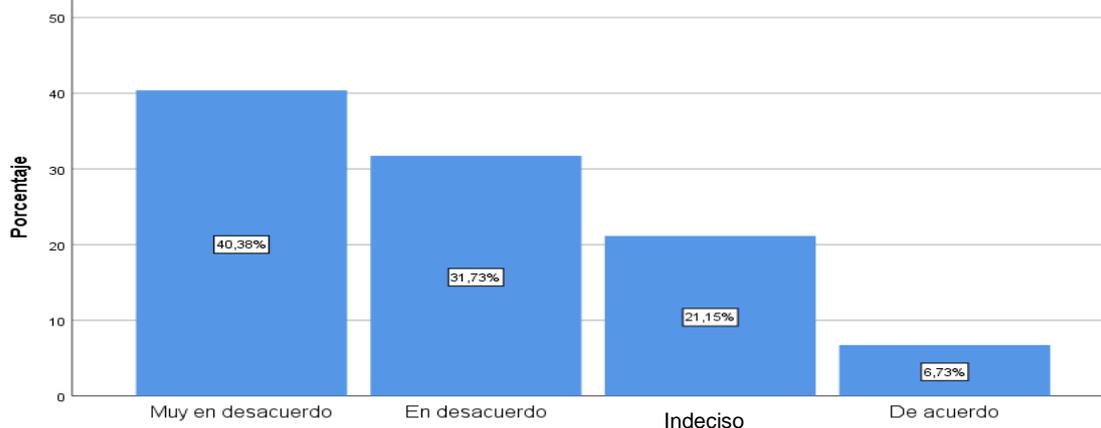
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	43	41,3	41,3
En desacuerdo	37	35,6	35,6
Indeciso	23	22,1	22,1
De acuerdo	1	1,0	1,0
Total	104	100,0	100,0



12. El municipio provee una buena imagen del turismo fuera de la zona (Rímac).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	42	40,4	40,4
En desacuerdo	33	31,7	31,7
Indeciso	22	21,2	21,2
De acuerdo	7	6,7	6,7
Total	104	100,0	100,0

12. El municipio provee una buena imagen del turismo fuera de la zona (Rimac).

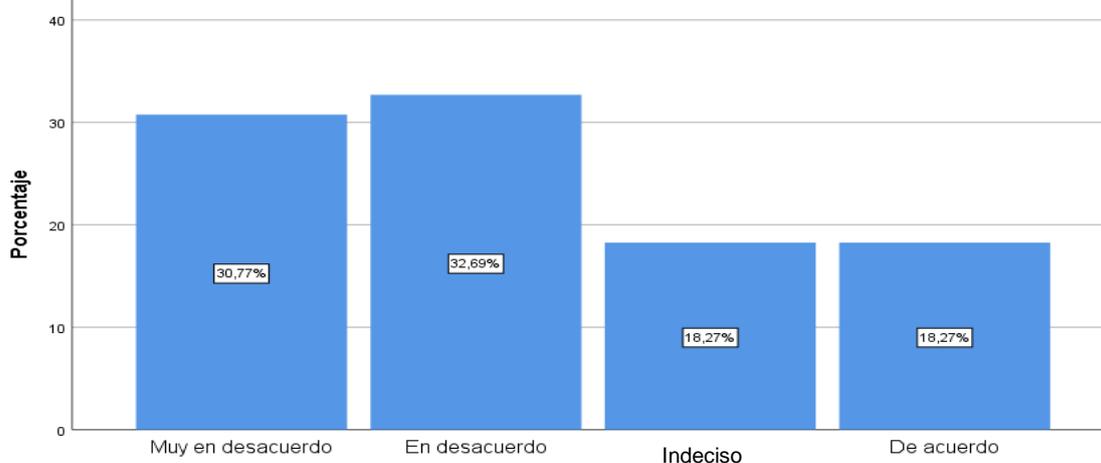


12. El municipio provee una buena imagen del turismo fuera de la zona (Rimac).

13. Existe una adecuada categorización de hoteles y restaurantes hecha dentro del Rímac.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	32	30,8	30,8
En desacuerdo	34	32,7	32,7
Indeciso	19	18,3	18,3
De acuerdo	19	18,3	18,3
Total	104	100,0	100,0

13. Existe una adecuada categorización de hoteles y restaurantes hecha dentro del Rímac.

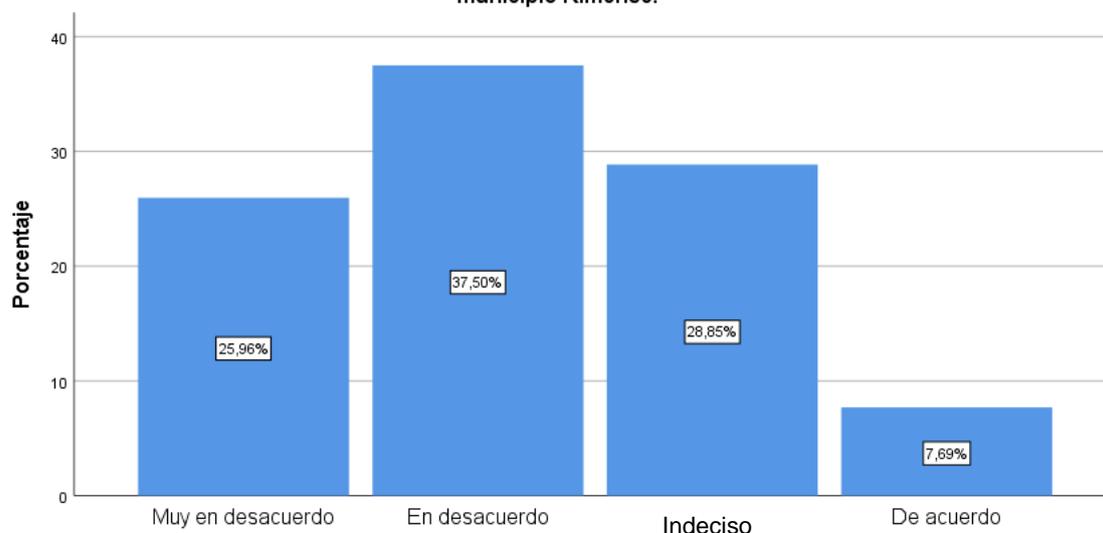


13. Existe una adecuada categorización de hoteles y restaurantes hecha dentro del Rímac.

14. Evidencia una regulación correcta de la calidad del servicio de los prestadores turísticos por parte del municipio Rímense.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	27	26,0	26,0
En desacuerdo	39	37,5	37,5
Indeciso	30	28,8	28,8
De acuerdo	8	7,7	7,7
Total	104	100,0	100,0

14. Evidencia una regulación correcta de la calidad del servicio de los prestadores turísticos por parte del municipio Rímense.

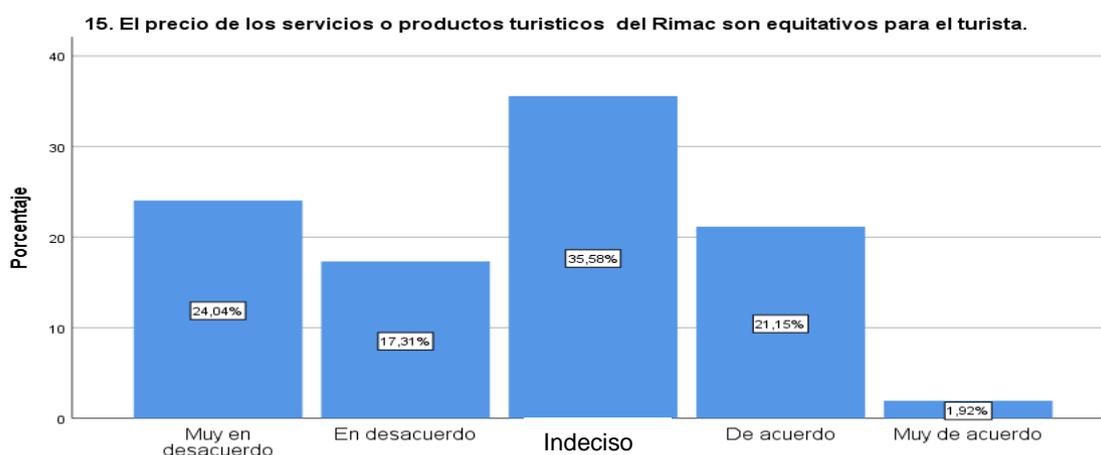


14. Evidencia una regulación correcta de la calidad del servicio de los prestadores turísticos por parte del municipio Rímense.

15. El precio de los servicios o productos turísticos del Rimac son equitativos para el turista.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	25	24,0	24,0
En desacuerdo	18	17,3	17,3

Indeciso	37	35,6	35,6
De acuerdo	22	21,2	21,2
Muy de acuerdo	2	1,9	1,9
Total	104	100,0	100,0

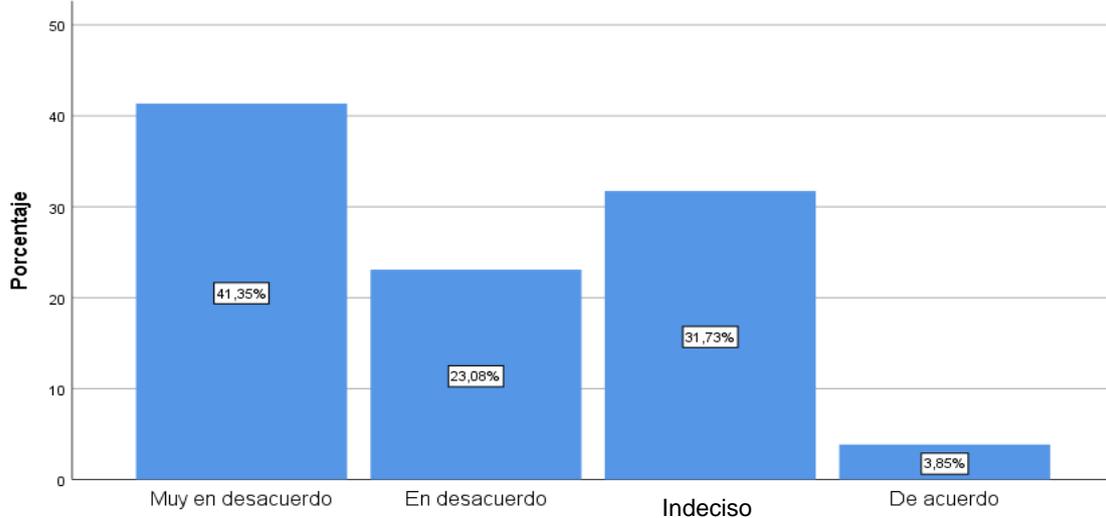


15. El precio de los servicios o productos turísticos del Rimac son equitativos para el turista.

16. El personal turístico rímense está suficientemente capacitado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	43	41,3	41,3
En desacuerdo	24	23,1	23,1
Indeciso	33	31,7	31,7
De acuerdo	4	3,8	3,8
Total	104	100,0	100,0

16. El personal turístico rimense esta suficientemente capacitado.

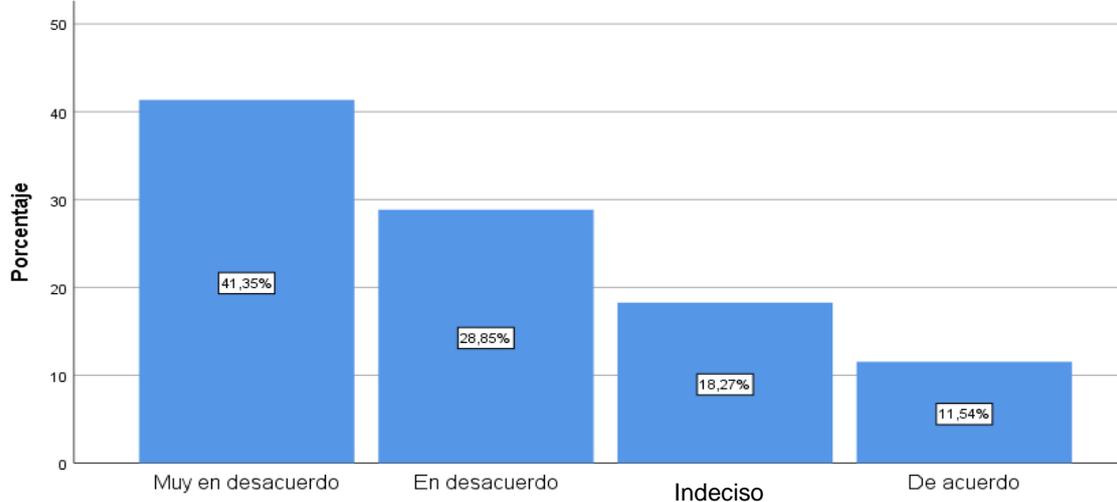


16. El personal turístico rimense esta suficientemente capacitado.

17. Evidencia que el municipio trabaja en conjunto con otros entes para favorecer el turismo en el Rímac.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	43	41,3	41,3
En desacuerdo	30	28,8	28,8
Indeciso	19	18,3	18,3
De acuerdo	12	11,5	11,5
Total	104	100,0	100,0

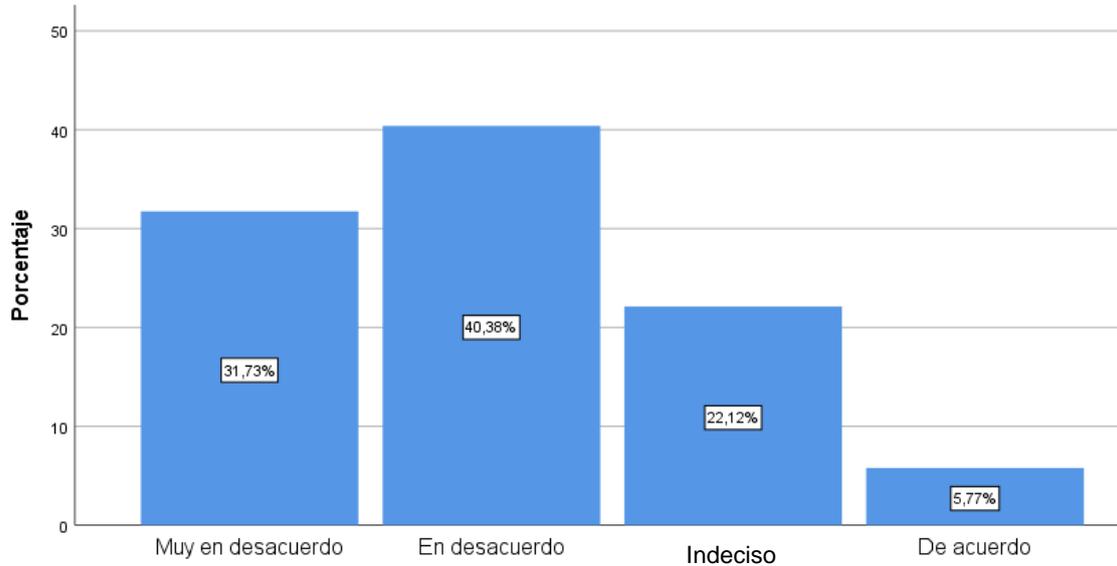
17. Evidencia que el municipio trabaja en conjunto con otros entes para favorecer el turismo en el Rímac.



18. Incentiva el municipio a la asociatividad con otros municipios para favorecer al turismo en el Rímac.

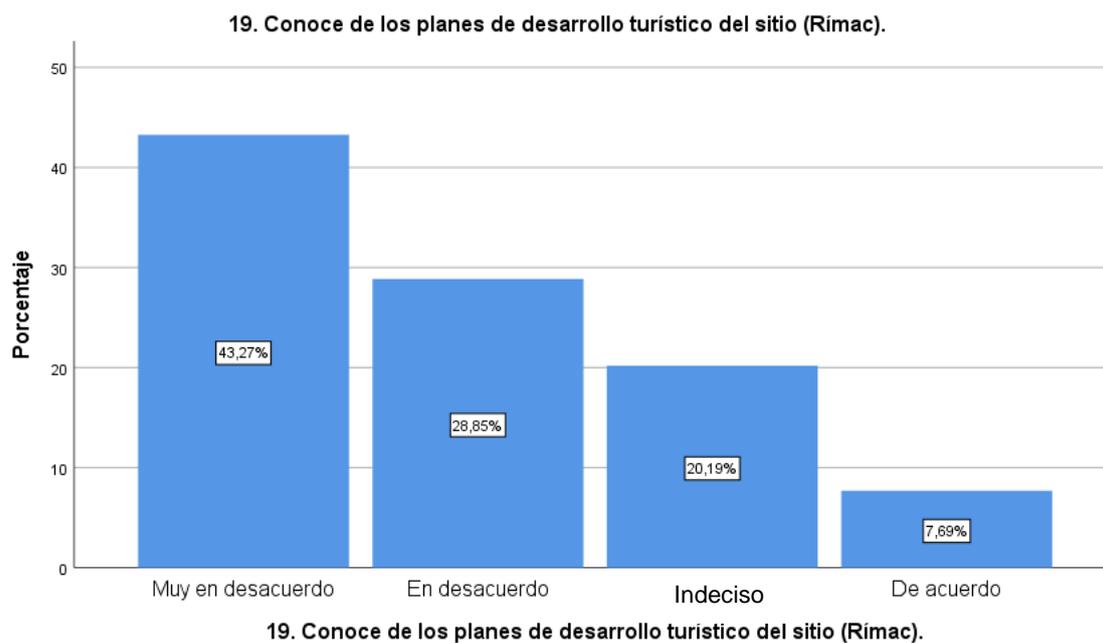
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	33	31,7	31,7
En desacuerdo	42	40,4	40,4
Indeciso	23	22,1	22,1
De acuerdo	6	5,8	5,8
Total	104	100,0	100,0

18. Incentiva el municipio a la asociatividad con otros municipio para favorecer al turismo en el Rimac.



19. Conoce de los planes de desarrollo turístico del sitio (Rímac).

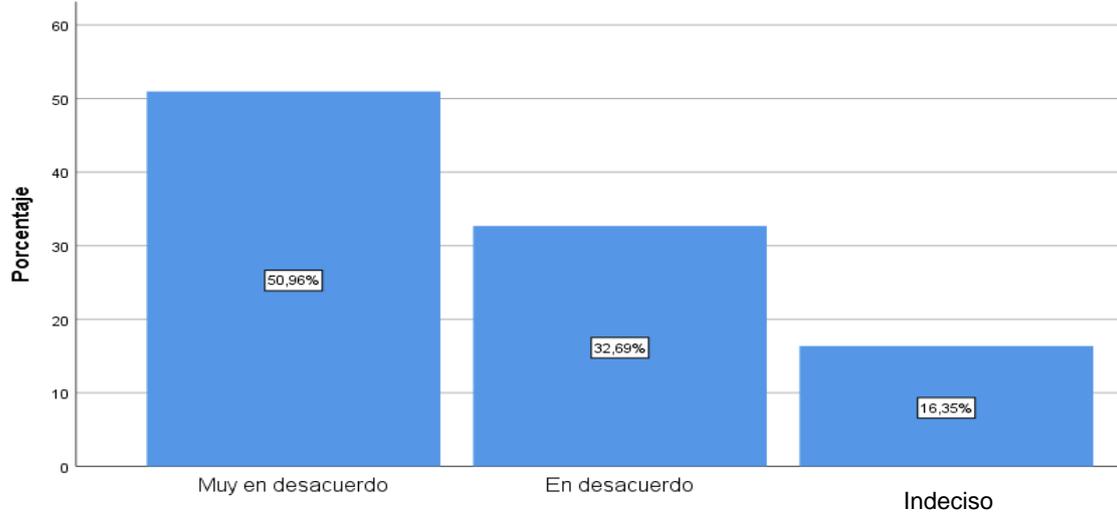
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	45	43,3	43,3
En desacuerdo	30	28,8	28,8
Indeciso	21	20,2	20,2
De acuerdo	8	7,7	7,7
Total	104	100,0	100,0



20. Se encuentra conforme con la labor en desarrollo turístico del municipio rimense

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	53	51,0	51,0
En desacuerdo	34	32,7	32,7
Indeciso	17	16,3	16,3
Total	104	100,0	100,0

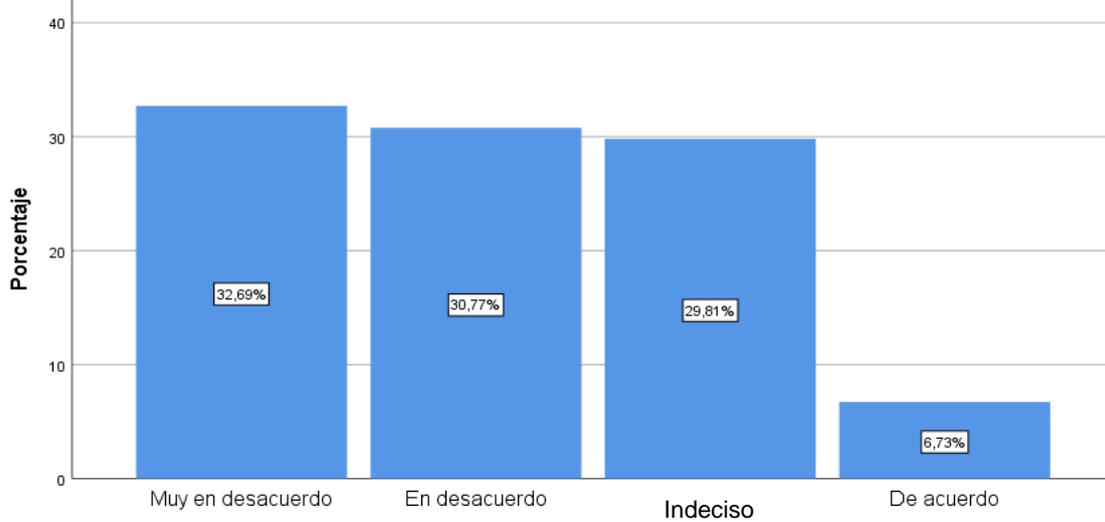
20. Se encuentra conforme con la labor en desarrollo turístico del municipio rimense



21. Existe la suficiente inversión para los proyectos de rehabilitación del patrimonio turístico en el Rímac.

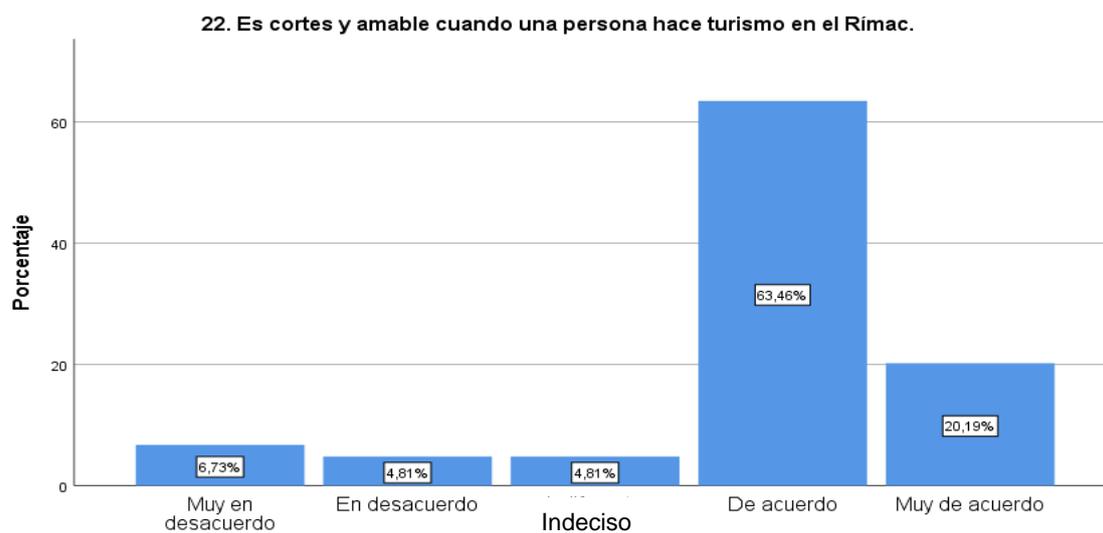
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	34	32,7	32,7
En desacuerdo	32	30,8	30,8
Indeciso	31	29,8	29,8
De acuerdo	7	6,7	6,7
Total	104	100,0	100,0

21. Existe la suficiente inversión para los proyectos de rehabilitación del patrimonio turístico en el Rímac.



22. Es cortes y amable cuando una persona hace turismo en el Rímac.

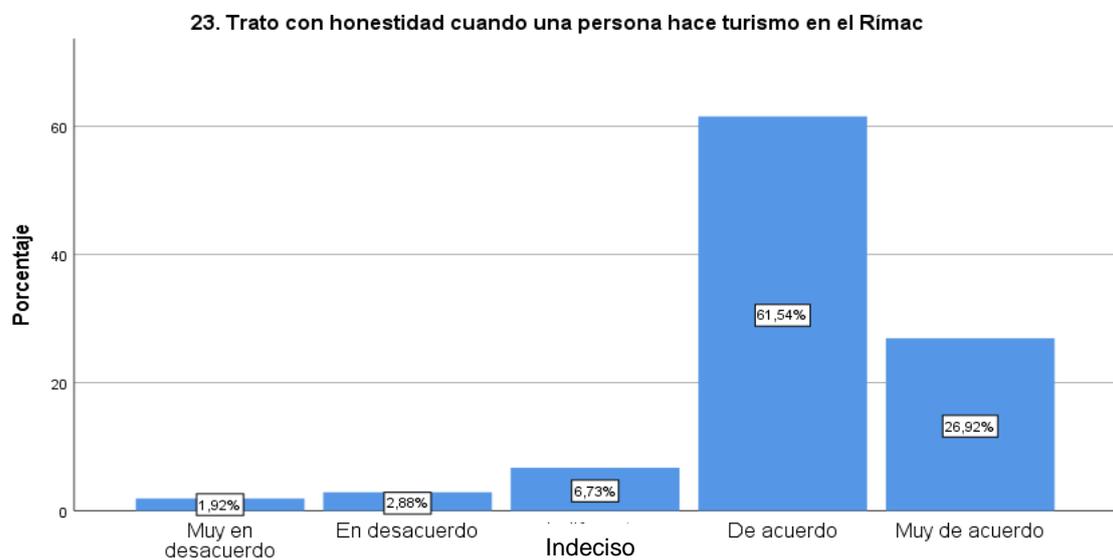
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	7	6,7	6,7
En desacuerdo	5	4,8	4,8
Indeciso	5	4,8	4,8
De acuerdo	66	63,5	63,5
Muy de acuerdo	21	20,2	20,2
Total	104	100,0	100,0



23. Trato con honestidad cuando una persona hace turismo en el Rímac

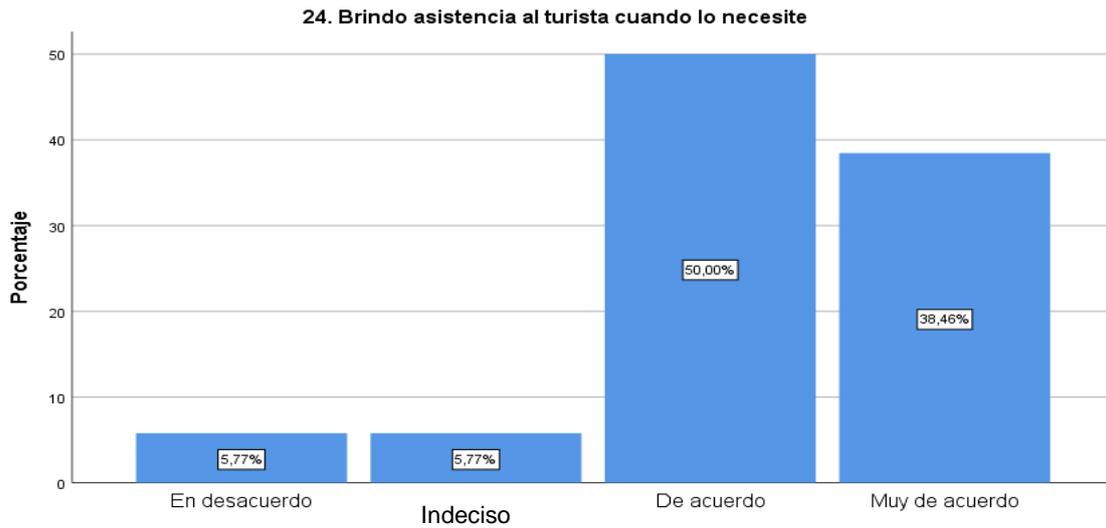
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	2	1,9	1,9
En desacuerdo	3	2,9	2,9
Indeciso	7	6,7	6,7
De acuerdo	64	61,5	61,5

Muy de acuerdo	28	26,9	26,9
Total	104	100,0	100,0



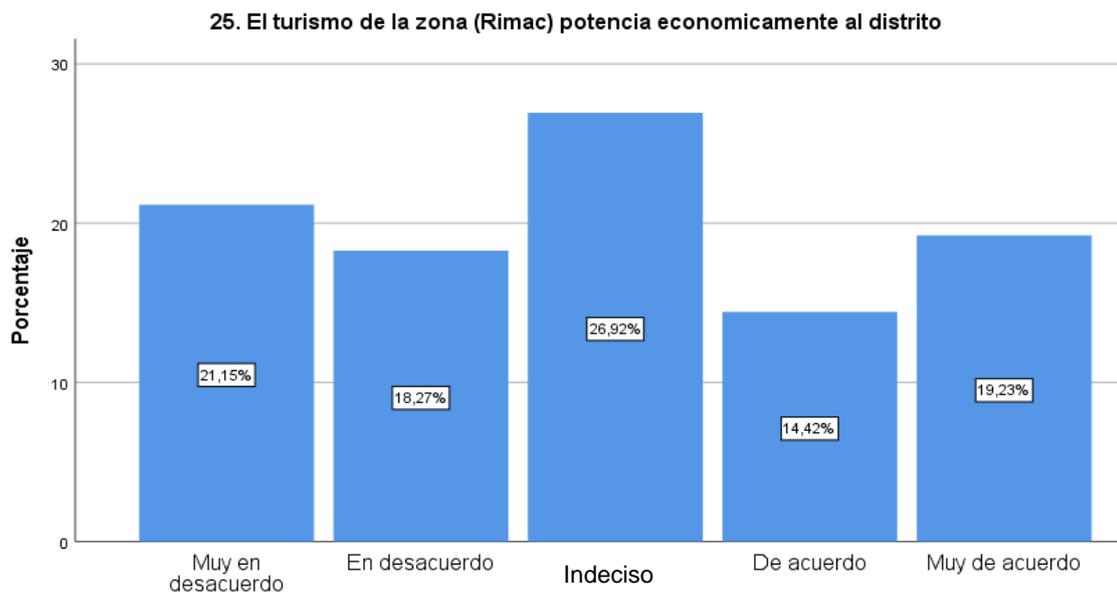
24. Brindo asistencia al turista cuando lo necesite

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
En desacuerdo	6	5,8	5,8
Indeciso	6	5,8	5,8
De acuerdo	52	50,0	50,0
Muy de acuerdo	40	38,5	38,5
Total	104	100,0	100,0



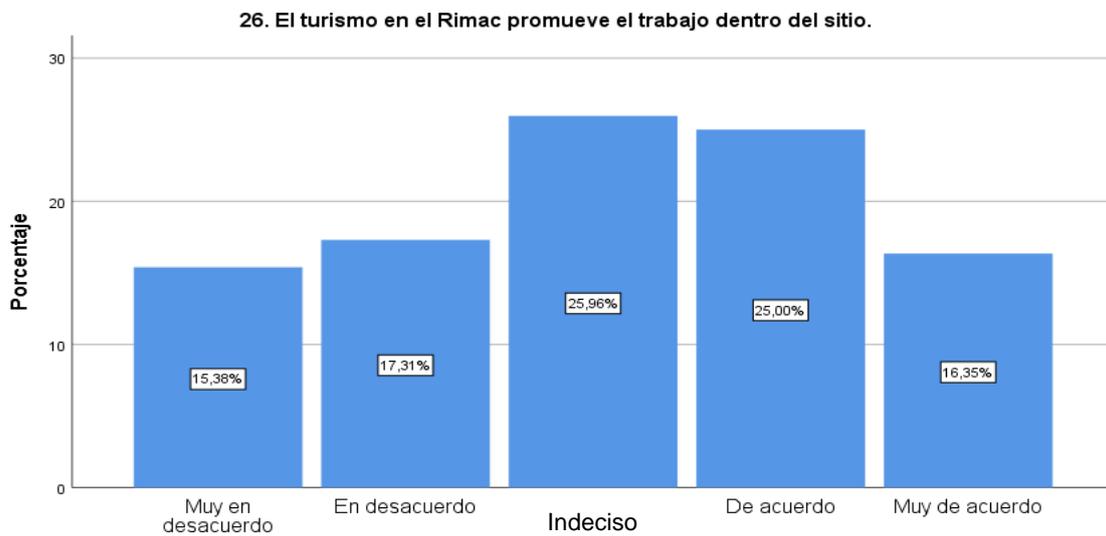
25. El turismo de la zona (Rimac) potencia económicamente al distrito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	22	21,2	21,2
En desacuerdo	19	18,3	18,3
Indeciso	28	26,9	26,9
De acuerdo	15	14,4	14,4
Muy de acuerdo	20	19,2	19,2
Total	104	100,0	100,0



26. El turismo en el Rímac promueve el trabajo dentro del sitio.

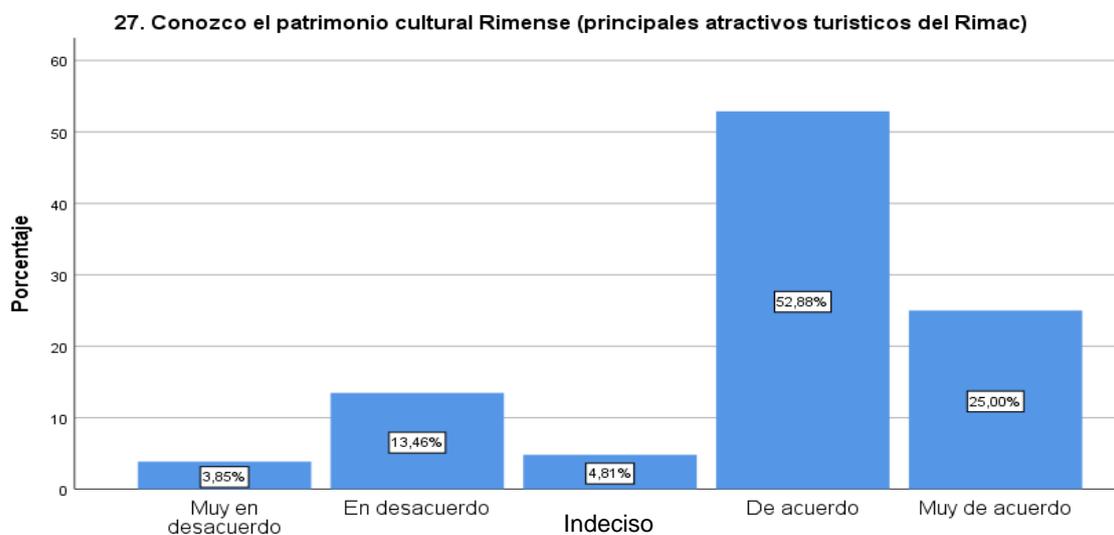
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	16	15,4	15,4
En desacuerdo	18	17,3	17,3
Indeciso	27	26,0	26,0
De acuerdo	26	25,0	25,0
Muy de acuerdo	17	16,3	16,3
Total	104	100,0	100,0



27. Conozco el patrimonio cultural Rímense (principales atractivos turísticos del Rímac)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	4	3,8	3,8
En desacuerdo	14	13,5	13,5
Indeciso	5	4,8	4,8
De acuerdo	55	52,9	52,9
Muy de acuerdo	26	25,0	25,0

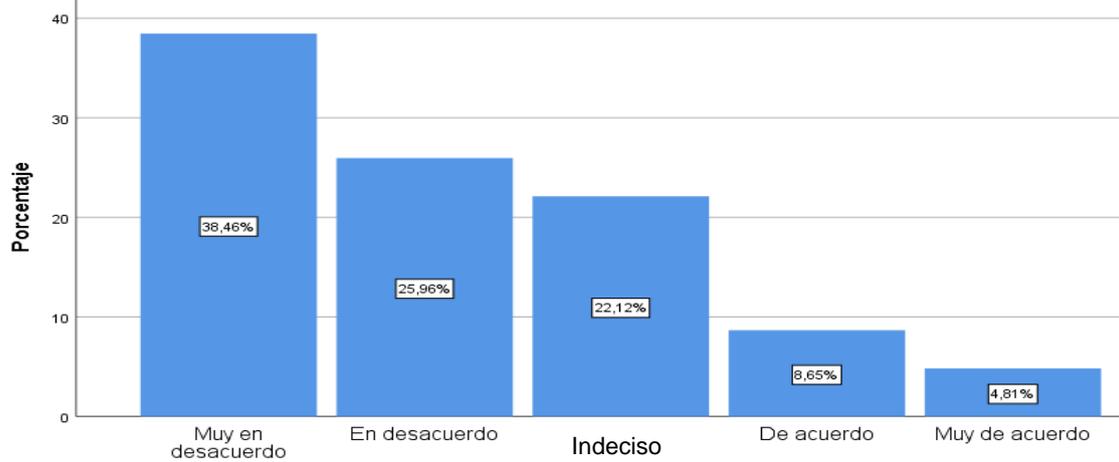
Total	104	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------



28. El municipio concientiza a su población sobre la importancia del turismo de la zona (Rímac)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	40	38,5	38,5
En desacuerdo	27	26,0	26,0
Indeciso	23	22,1	22,1
De acuerdo	9	8,7	8,7
Muy de acuerdo	5	4,8	4,8
Total	104	100,0	100,0

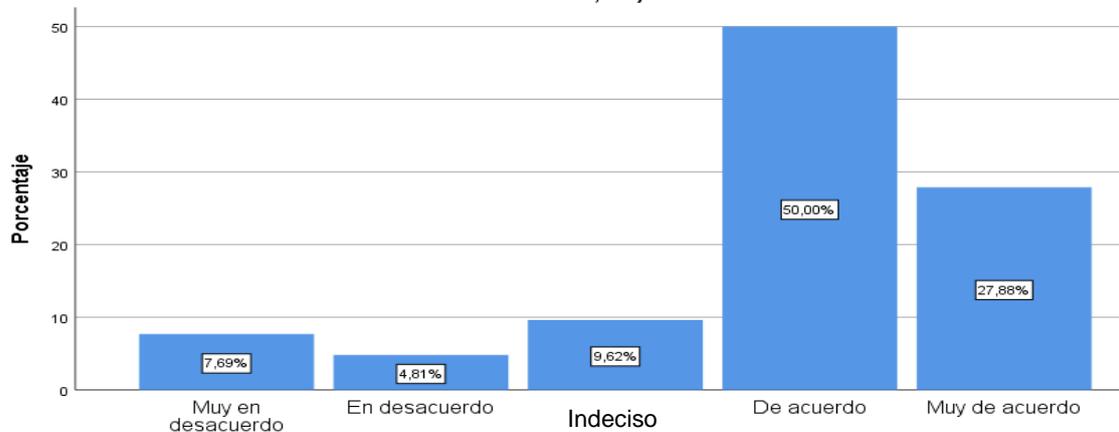
28. El municipio concientiza a su poblacion sobre la importancia del turismo de la zona (Rimac)



29. Poseo la vocación y disposición para aprender de la cultura rímense (atractivos turísticos, costumbre, historias, etc.)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	8	7,7	7,7
En desacuerdo	5	4,8	4,8
Indeciso	10	9,6	9,6
De acuerdo	52	50,0	50,0
Muy de acuerdo	29	27,9	27,9
Total	104	100,0	100,0

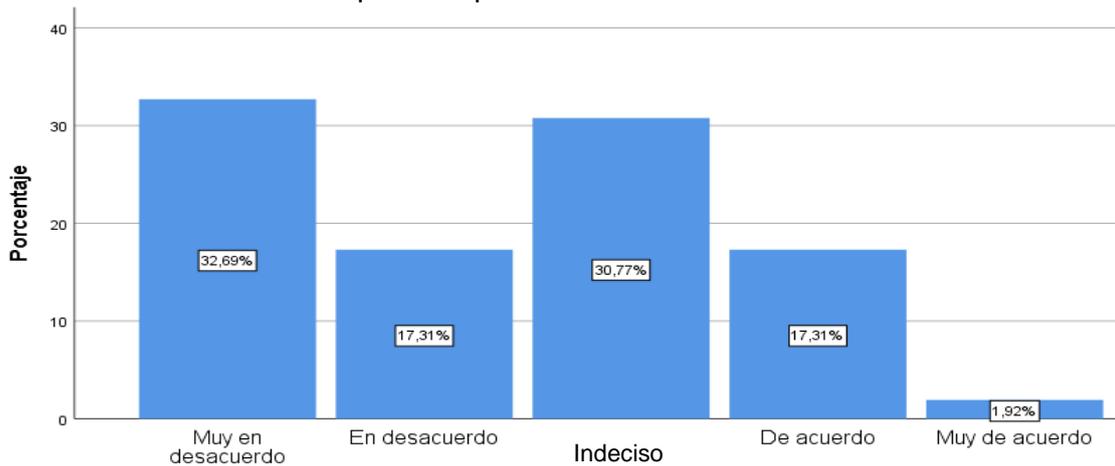
29. Poseo la vocacion y disposicion para aprender de la cultura rimense (atractivos turisticos, costumbre historias, etc).



30. El personal de hoteles, restaurantes, u otros servicios turísticos de la zona cuentan con la debida capacitación para brindar información turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	34	32,7	32,7
En desacuerdo	18	17,3	17,3
Indeciso	32	30,8	30,8
De acuerdo	18	17,3	17,3
Muy de acuerdo	2	1,9	1,9
Total	104	100,0	100,0

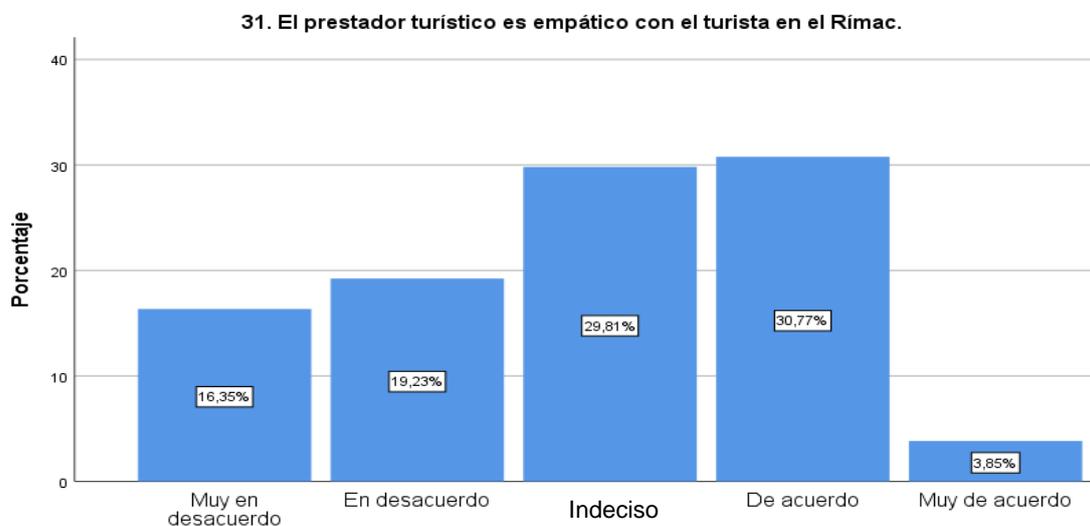
30. El personal de hoteles, restaurantes, u otros servicios turísticos de la zona cuentan con la debida capacitación para brindar información turística



31. El prestador turístico es empático con el turista en el Rímac.

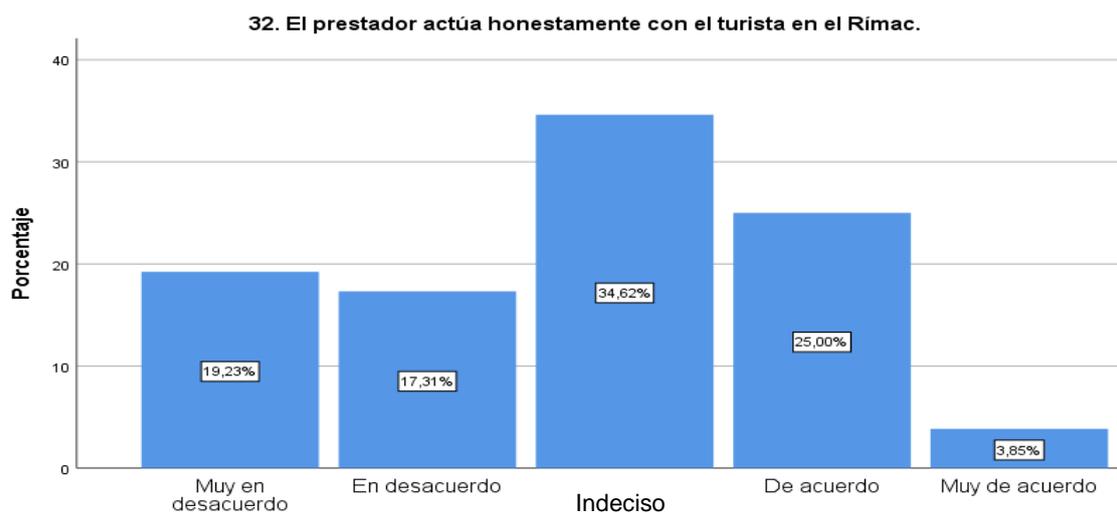
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	17	16,3	16,3
En desacuerdo	20	19,2	19,2
Indeciso	31	29,8	29,8
De acuerdo	32	30,8	30,8
Muy de acuerdo	4	3,8	3,8

Total	104	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------



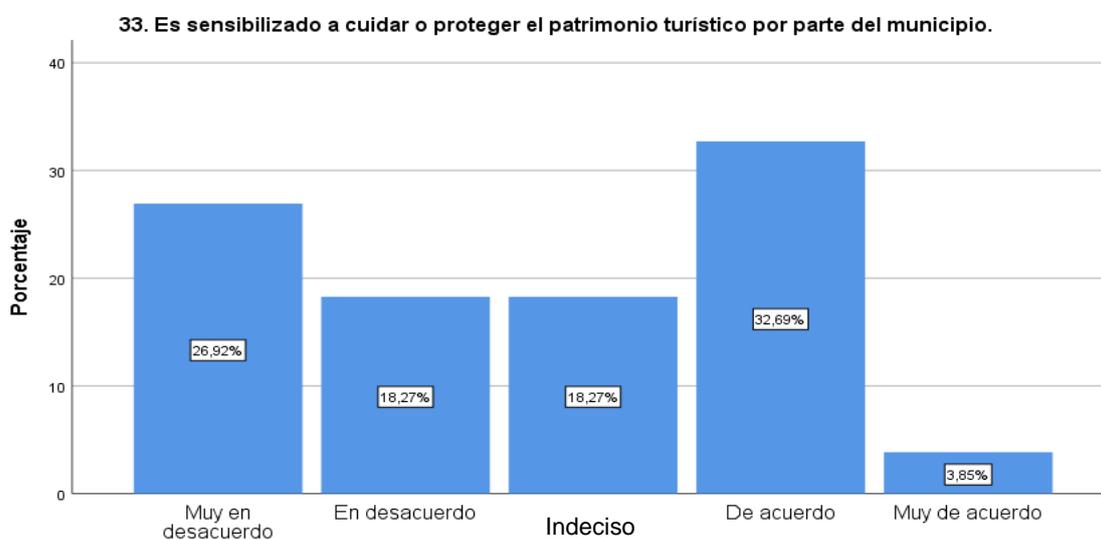
32. El prestador actúa honestamente con el turista en el Rímac.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	20	19,2	19,2
En desacuerdo	18	17,3	17,3
Indeciso	36	34,6	34,6
De acuerdo	26	25,0	25,0
Muy de acuerdo	4	3,8	3,8
Total	104	100,0	100,0



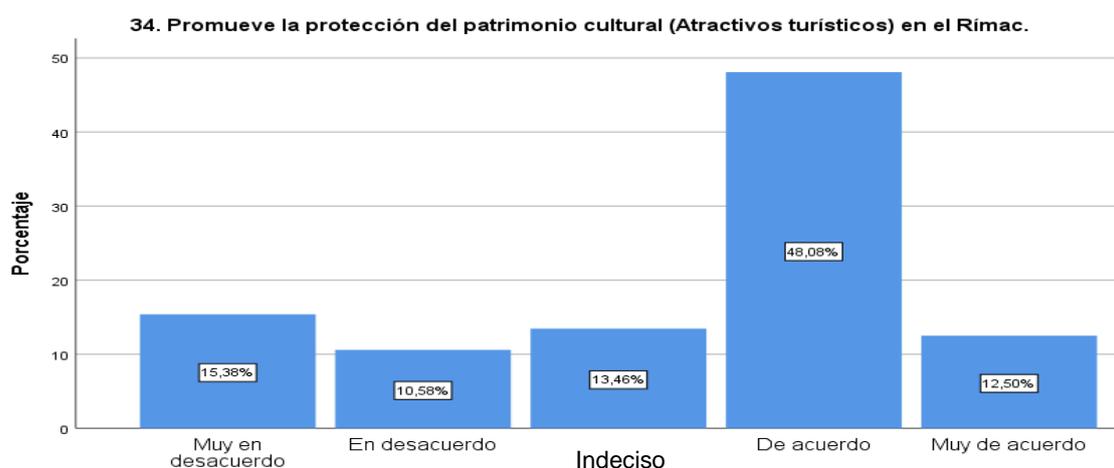
33. Es sensibilizado a cuidar o proteger el patrimonio turístico por parte del municipio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	28	26,9	26,9
En desacuerdo	19	18,3	18,3
Indeciso	19	18,3	18,3
De acuerdo	34	32,7	32,7
Muy de acuerdo	4	3,8	3,8
Total	104	100,0	100,0



34. Promueve la protección del patrimonio cultural (Atractivos turísticos) en el Rímac.

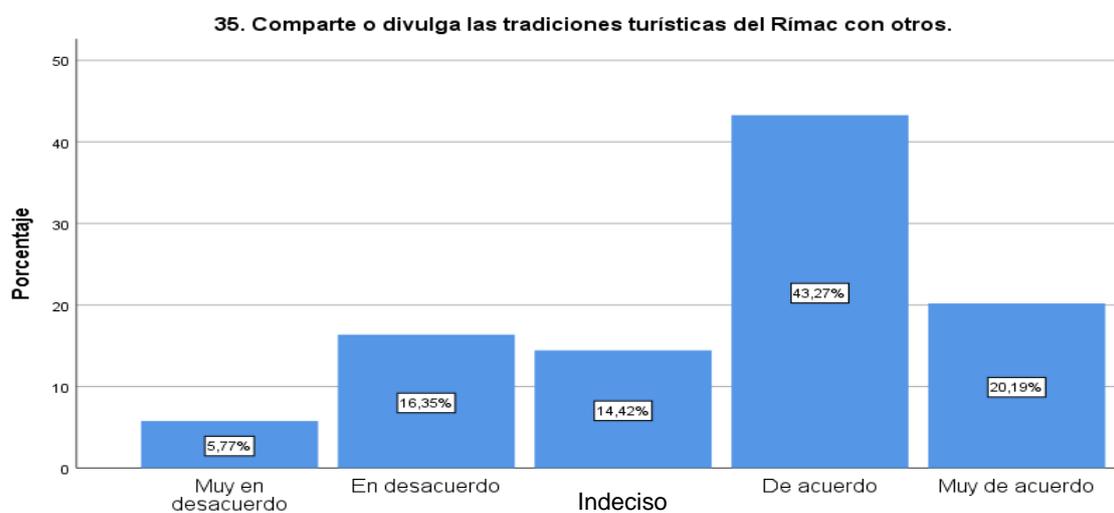
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	16	15,4	15,4
En desacuerdo	11	10,6	10,6
Indeciso	14	13,5	13,5
De acuerdo	50	48,1	48,1
Muy de acuerdo	13	12,5	12,5
Total	104	100,0	100,0



35. Comparte o divulga las tradiciones turísticas del Rímac con otros.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	6	5,8	5,8
En desacuerdo	17	16,3	16,3
Indeciso	15	14,4	14,4
De acuerdo	45	43,3	43,3
Muy de acuerdo	21	20,2	20,2

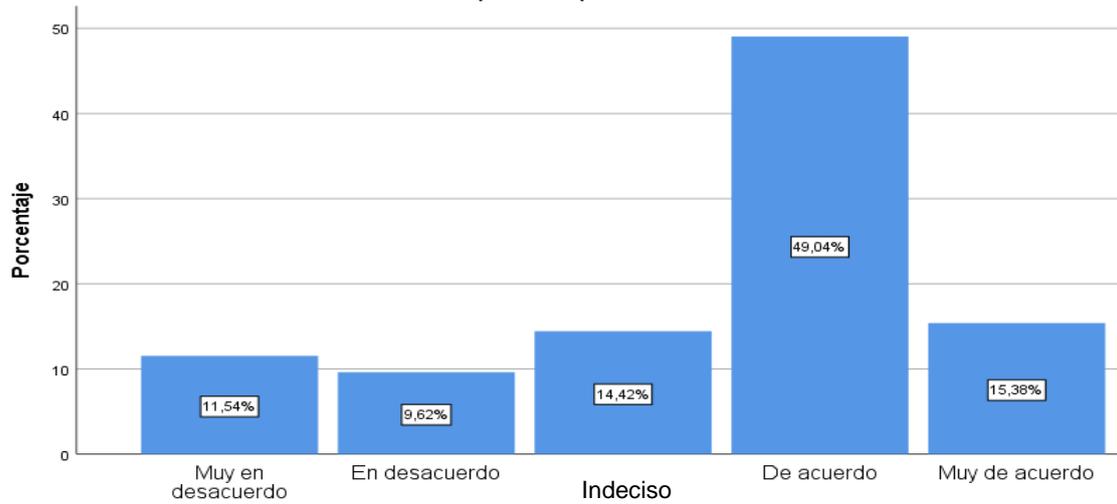
Total	104	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------



36. Promueve la limpieza del patrimonio cultural del Rímac.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	12	11,5	11,5
En desacuerdo	10	9,6	9,6
Indeciso	15	14,4	14,4
De acuerdo	51	49,0	49,0
Muy de acuerdo	16	15,4	15,4
Total	104	100,0	100,0

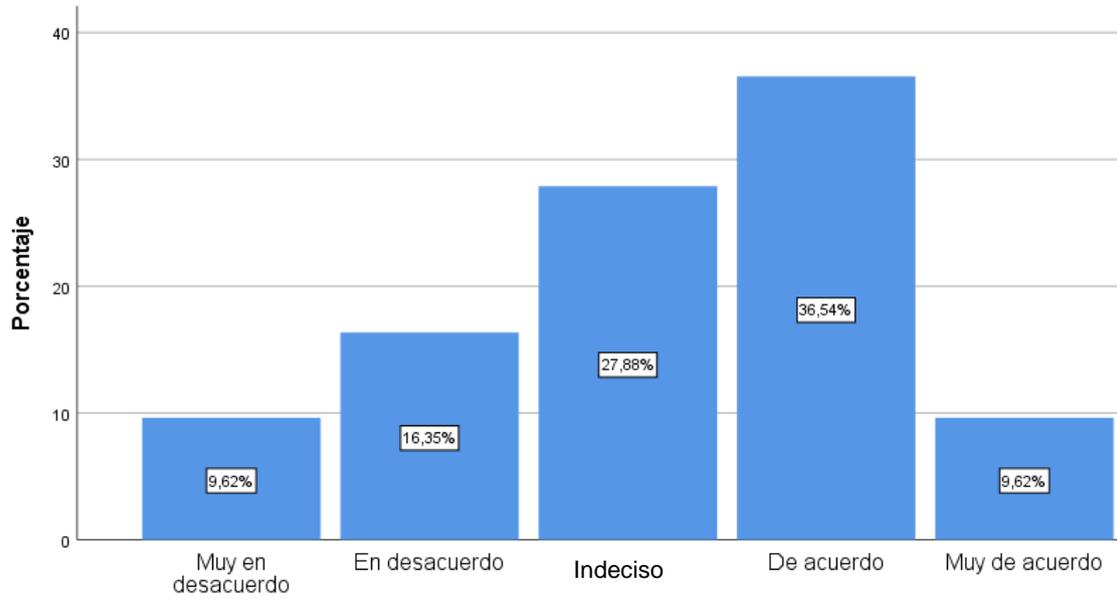
36. Promueve la limpieza del patrimonio cultural del Rímac.



37. Difunde al Rímac como destino turístico.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	10	9,6	9,6
En desacuerdo	17	16,3	16,3
Indeciso	29	27,9	27,9
De acuerdo	38	36,5	36,5
Muy de acuerdo	10	9,6	9,6
Total	104	100,0	100,0

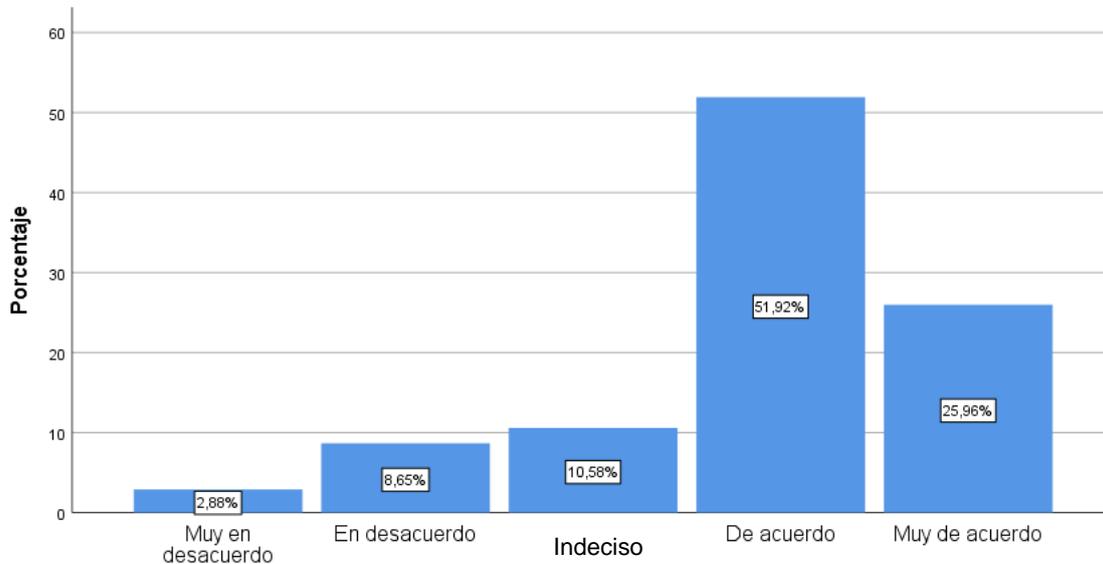
37. Difunde al Rimac como destino turístico.



38. Se identifica con la historia rímense.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy en desacuerdo	3	2,9	2,9
En desacuerdo	9	8,7	8,7
Indeciso	11	10,6	10,6
De acuerdo	54	51,9	51,9
Muy de acuerdo	27	26,0	26,0
Total	104	100,0	100,0

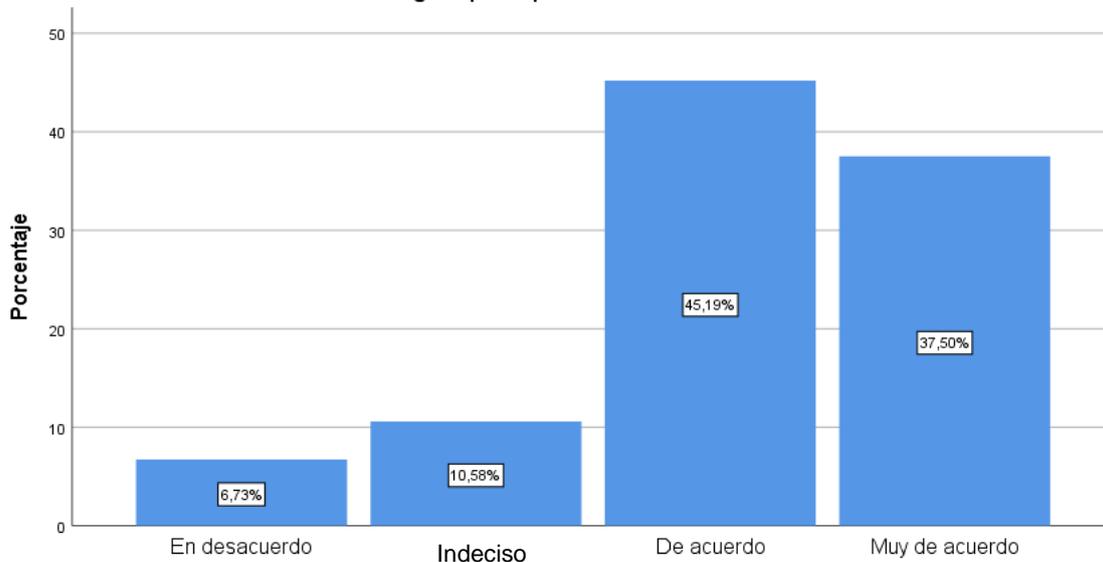
38. Se identifica con la historia rimense.



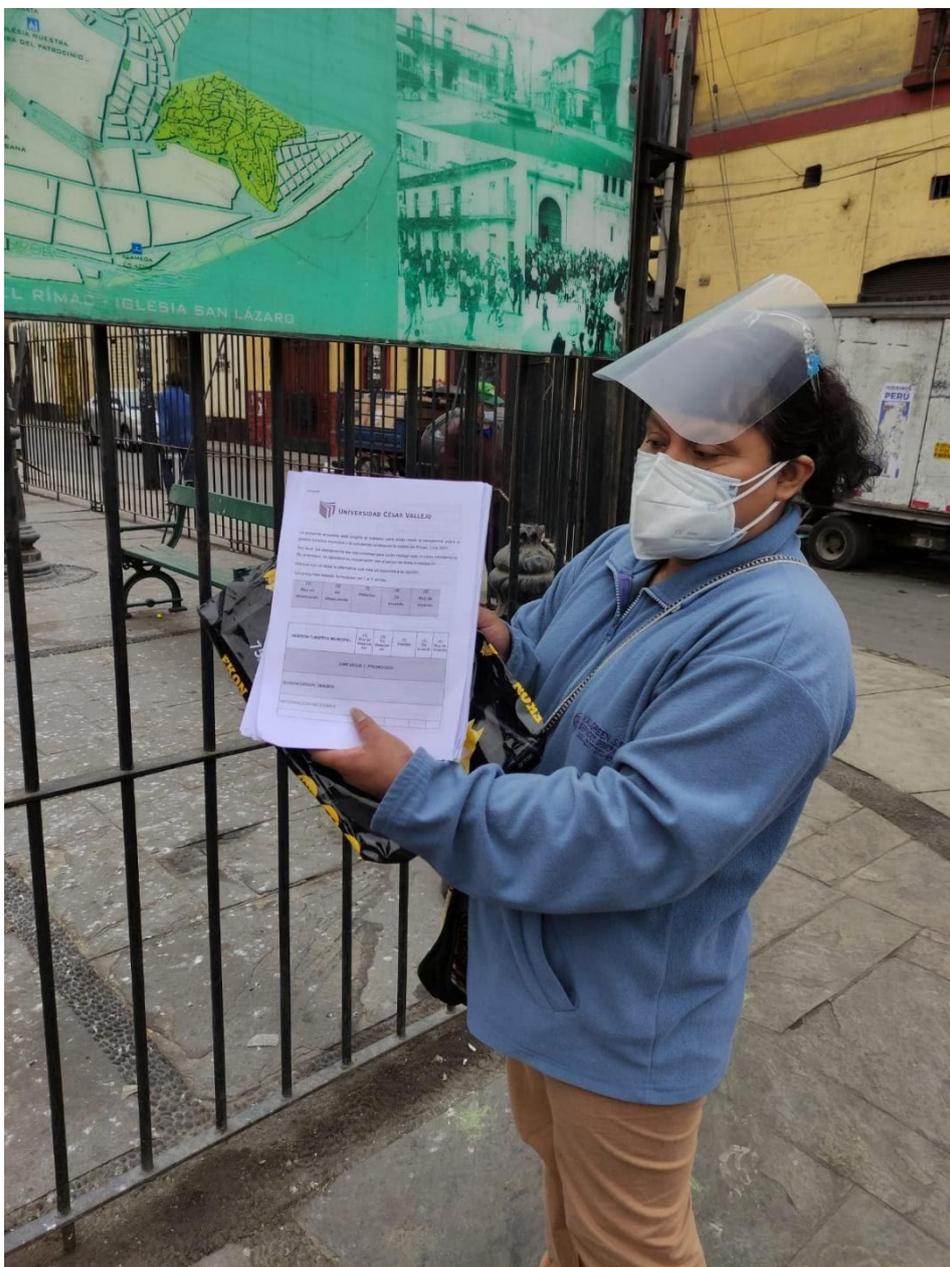
39. Siente orgullo por el patrimonio turístico rímense.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
En desacuerdo	7	6,7	6,7
Indeciso	11	10,6	10,6
De acuerdo	47	45,2	45,2
Muy de acuerdo	39	37,5	37,5
Total	104	100,0	100,0

39. Siente orgullo por el patrimonio turístico rimense.



Anexo 9: Fotos del instrumento aplicado en el campo de investigación.



(Foto tomada a poblador rímense durante la prueba de campo)



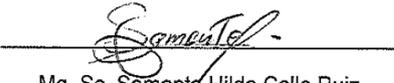
Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SAMANTA HILDA CALLE RUIZ, docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la Universidad César Vallejo filial Lima Norte, asesora de la Tesis titulada: “GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y CONCIENCIA TURÍSTICA DE LA ZONA MONUMENTAL DEL RÍMAC. LIMA, 2021” de la autora KARINA ALEXANDRA BRINGAS VIDAL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación / tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 27 de julio del 2021.

Apellidos y Nombres del Asesor: Calle Ruiz, Samanta Hilda	
D.N.I.: 41859609	Firma:  Mg. Sc. Samanta Hilda Calle Ruiz
ORCID: 0000-0001-6708-5414	