



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo  
gastronómico en la Ciudad de Catacaos - Provincia de Piura 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORAS:**

Gallo Salazar, Ana Claudia ([orcid.org/0000-0002-4013-1924](https://orcid.org/0000-0002-4013-1924))

Maza Nunura, Angella Carolina ([orcid.org/0000-0001-7570-6735](https://orcid.org/0000-0001-7570-6735))

**ASESORA:**

Mtro. Cabel Rabines, Jessica del Pilar ([orcid.org/0000-0002-1882-4441](https://orcid.org/0000-0002-1882-4441))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Patrimonio y Recursos Turísticos

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

Desde la calidez, amor y luz de mi alma;  
dedico mi tesis a:

Dios y mi amada abuela.  
Mi hermano y mis amorosos padres.

A mis seres queridos y amigos.

Y por último a mi querida maestra y  
asesora.

**Ana Claudia Gallo Salazar**

A mi mejor regalo de la vida, mi hija.

A mis amorosos padres.

Y a Dios y la vida.

**Angella Carolina Maza Nunura**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios y las infinitas bendiciones en mi vida, por darme una dura y virtuosa vida, que la resiliencia me ha permitido sortear cada reto en ella.

A mis seres de luz y ángeles, que dejaron la tierra para cuidarme de cerca. En especial a mi abuela, mi dulce y amada, Jana.

Al mejor compañero de vida, mi amado hermano, por esas noches de cuidado y consejos.

A mi sabio y plácido padre, por su infinito amor y ayuda.  
A mi pícara y amorosa madre, por su preocupación infinita. Y a mis fieles compañeras de cuatro patas, por su compañía en cada noche de desvelo.

Y a esas mágicas personas, mis amigos y seres queridos, que siempre me motivan a más.

**Ana Claudia Gallo Salazar**

Gracias a mis padres por ser los primordiales promotores de mis sueños, gracias por todos los días confiar y creer en mí y en mis expectativas,

Gracias a Dios por la vida de mis padres, porque todos los días bendice mi vida al estar y gozar al lado de la gente que me ama, y a las que yo más amo, gracias a Dios por el amor de mis padres, gracias a mis padres por permitirme conocer de Dios y de su infinito amor .

Gracias a la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas que me apoyaron y creyeron en la ejecución de esta tesis.

**Angella Carolina Maza Nunura**

## Indice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Indice de contenidos .....	iv
Indice de tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>
<b>III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>18</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	18
3.2. Variables y operacionalización .....	18
3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de analisis.....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	20
3.5. Procedimientos .....	21
3.6. Método de análisis de datos .....	22
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>23</b>
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>33</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>35</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>36</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>37</b>

## Índice de tablas

Tabla 1: Población censada urbana y rural según distrito 2017.....	19
Tabla 2: Variable cultura turística.....	23
Tabla 3: Dimensión conocimientos .....	24
Tabla 4: Dimensión valores .....	24
Tabla 5: Dimensión actitudes .....	25
Tabla 6: Variable turismo gastronómico .....	25
Tabla 7: Dimensión turismo.....	26
Tabla 8: Dimensión patrimonio gastronómico .....	26
Tabla 9: Dimensión sostenibilidad .....	27
Tabla 10: Dimensión producción.....	27
Tabla 11: Prueba de normalidad para variables y dimensiones de acuerdo a Kolmogorov – Smirnov .....	28
Tabla 12: Rho de Spearman .....	29
Tabla 13: Prueba Rho de Spearman para la variable cultura turística y el turismo gastronómico .....	29
Tabla 14: Prueba Rho de Spearman para conocimientos y el turismo gastronómico.....	30
Tabla 15: Prueba Rho de Spearman para la variable valores y el turismo gastronómico .....	31
Tabla 16: Prueba Rho de Spearman para la variable actitudes y el turismo gastronómico .....	32

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar la influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Catacaos, provincia de Piura, 2022. La metodología usada fue de enfoque cuantitativo, del tipo básica con un diseño no experimental, correlacional transversal, con una muestra de 381 habitantes de la localidad, utilizando una encuesta y como instrumento el cuestionario para ambas variables con un total de 15 ítems, el cual fue validado por tres expertos en la carrera y en el tema, cuyo resultado después de ser aplicado, es que si existe influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico, teniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positivo medio, de lo cual concluimos que es importante que se fomente la cultura turística en la ciudad de Catacaos de esta forma fortalecer el turismo gastronómico, y lograr incrementar el número de visitas de turistas.

**Palabras clave:** Cultura turística, turismo, gastronómico.

## **Abstract**

The present investigation had as general objective, to determine the influence of the tourist culture in the development of gastronomic tourism in the city of Catacaos, province of Piura, 2022. The methodology was used of a quantitative approach, of the basic type with a non-experimental design, cross-sectional correlation, with a sample of 381 inhabitants of the town, using a survey and as an instrument the questionnaire for both variables with a total of 15 elements, which was validated by three experts in the career and in the subject, whose result after be applied, is that if there is an influence of the tourist culture in the development of gastronomic tourism, having an average positive Spearman's Rho production coefficient, from which he concludes that it is important to promote the tourist culture in the city of Catacaos de In this way, strengthen gastronomic tourism, and achieve an increase in the number of tourist visits.

**Keywords:** Tourist culture, tourism, gastronomic.

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los destinos donde se desarrollan sus recursos naturales y culturales, incluida la gastronomía, juegan un papel importante. El turismo gastronómico también se asocia a diferentes culturas. Como resultado de esto, cada país, e incluso cada ciudad o departamento, tiene su propia gastronomía, y esto es una de las cosas que lo diferencian en el turismo.

Además, cabe señalar que la cocina es parte de la cultura de cada país, pues se conservan los métodos de preparación conservando sus tradiciones e historia. Para los peruanos su gastronomía es muy importante por su autenticidad, por lo que el sector turístico la ha incorporado a la estrategia para atraer el interés por la cultura peruana y otros lugares de interés. La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITUR) mencionó que, dado que la gastronomía es suficientemente atractiva para los turistas, se considera que es el principal motivo de viaje; por tanto, es un elemento estratégico eficaz para el desarrollo de los destinos turísticos. (2018)

Hay varios lugares y regiones en Portugal que están en la ruta turística gastronómica, como la región de Minho; región de Alentejo; comida de cuento de hadas; o la región del Duero. En algunos lugares encontrarás turistas por comida y turistas que viajan por otros motivos. Por ejemplo, si un turista residente en Lisboa decide ir a comer a un restaurante, que es el principal motivo de su viaje, es un turista gastronómico. Una persona que viaja por turismo y tiene la oportunidad de degustar comida en el mismo restaurante que un turista de Lisboa es un turista que prefiere visitar diferentes lugares en lugar de lugares gastronómicos. Oliveira (2018)

Actualmente hay tres puntos gastronómicos de referencia en el mapa de América Latina: Buenos Aires, Ciudad de México y Lima. Estas ciudades utilizan su vasto espacio para reunir ideas dentro de sí mismas. Los que intentan cocinar, así como los que quieren comer lo que cocinan, se darán cita aquí. Los nuevos chefs están interesados en los restaurantes antiguos, pero estos restaurantes siguen existiendo, porque la demanda ya es grande, diversa y absolutamente necesaria. Le siguen São Paulo y Santiago, con similar dinámica. Bogotá y Río

de Janeiro no están muy lejos. Siete de ellos conforman el 86% de la lista: casi todos. Galindo (2018)

La pandemia ha causado un impacto catastrófico de desempleo y hambre en la economía nacional e internacional. Las actividades económicas más afectadas incluyen: el sector turístico, comercio minorista, manufactura, exportaciones, alimentos y bebidas, etc. (Navarro, 2022) En pandemia, muchas empresas grandes y pequeñas de los sectores de la alimentación y el turismo tendrán que reestructurarse o cerrar. Esto se aplica a muchos pequeños y medianos restaurantes, tabernas o tiendas de comestibles desde la producción hasta el consumo final (Duque, 2021). Esta realidad es la misma que en todos los continentes, incluida América Latina, que se encuentra en el apogeo de su expansión. En América Latina antes de describir cuántas sociedades culinarias han resurgido, es importante saber cómo funciona este sector en el continente. Si bien es cierto que hay muchas cadenas de restaurantes extranjeros en la zona, hay restaurantes familiares y tradicionales indistinguibles de las sucursales locales. De hecho, a muchos se les prohíbe cobrar tarifas que los consumidores rara vez cobran. Wekookmarketing (2021)

Por sus características, la crisis por el COVID 19 ha golpeado duramente a la industria culinaria peruana y la ha obligado a tomar nuevas medidas por factores sanitarios y financieros; esto generó cambios en el comportamiento social, la gestión y la planificación, esta importante área necesita ser reactivada para contribuir al turismo y hotelería, algunas limitaciones se han mantenido en el tiempo y el sector gastronómico tiene que adaptarse a las limitaciones impuestas. debido a. estado. Paredes & Alberca (2020)

Piura se considera como la mejor gastronomía que posee el norte del Perú, esta cocina goza de una amplia historia, de diversidad y tradición en sus sabores. En la ciudad de Catacaos ya se pudo apreciar diversidad de eventos gastronómicos y culturales, este distrito hoy en día en Piura, está muy enfocado en ellos.

En consecuencia, de ello, esta investigación está orientada para apoyar y dar respuesta al estudio de ambas variables en ejecución de nuestra investigación, para la cual se formuló la siguiente interrogante ¿Cómo influye la

cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Catacaos – Piura en el año 2022?

La indagación ha sido justificada de la siguiente forma: La justificación social nos permitió explicar la cultura y el turismo de los habitantes de la localidad, para proponer ciertas acciones para mantener un alto nivel de acogida por parte de turistas. La justificación metodológica permitió recabar información generando nuevos aportes para posteriores averiguaciones en relación con la unidad temática estudiada. La justificación práctica permitió plantear los diferentes puntos de vista que tienen los visitantes y los turistas en cuanto a nuestras dos variables de estudio, ya que esto ayuda a solucionar inconvenientes o además a proponer procedimientos que al llevarlos a la práctica van a resolver un definido problema.

Es por ello que se eligió este tema para conocer más sobre la cocina tradicional de Catacaos, para conocer sus orígenes y todo lo relacionado con su cocina para que luego podamos desarrollar una propuesta única culinaria y centrarse solo en las tradiciones del barrio en el que participan los turistas. Para poder dar respuesta a esa interrogante es que se creyó conveniente establecer como objetivo general: Determinar la influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022, por consiguiente se establecieron también en este caso tres objetos específicos, determinar la influencia que existe entre los conocimientos, los valores, las actitudes y el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos - provincia de Piura en el año 2022.

Para elaborar el análisis respectivo de información, se estableció como hipótesis general, si existe influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022, y como hipótesis específicas, si existe influencia entre los conocimientos, valores, actitudes con el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos provincia de Piura en el año 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Magri (2018) cuyo objetivo en este estudio es conocer la dimensión sociocultural de la sustentabilidad del turismo gastronómico en la ciudad de Uribelarrea entre los años 2017 y 2018. Se utilizó una investigación descriptiva exploratoria – no experimental, con un enfoque mixto, cualitativa y cuantitativamente, se realizaron cuatro modelos diferentes de entrevistas para diferentes campos, las cuales fueron dirigidas a cuatro expertos en el tema, concluyendo que entre los motivos por los que los turistas visitan Uribelarrea destaca el culinario. Por lo cual concluyen que su motivo principal es la comida, pero es igualmente importante que pasen el día en familia y/o con amigos y, aunque menos importante, disfruten del verde y el campo.

Dunia (2018), en el cual explicó si influyen entre si la identidad cultural y el turismo gastronómico a nivel teórico y también señalar los efectos cognitivos resultantes en la búsqueda de información. Los datos se realizan sobre el concepto de identidad cultural del que surgió, existe una fuerte relación entre el contexto de creación de cultura local y las actividades turísticas a través de las oportunidades que les brinda el Turismo para revitalizar, modificar o incluso destruir la cultura local.

Jiménez (2019) donde determinaron segmentar los visitantes que van a la ciudad de Córdoba, Andalucía (España), decidieron estudiar una revisión científica especial de la literatura basada en la motivación gastronómica del visitante, de la cual tomaron una muestra de cuatro. El reconocimiento de la UNESCO, tres de los cuales son tangibles y uno intangible, en este caso concluye que el turismo gastronómico se toma como los visitantes viajando pueden experimentar, integrar y profundizar el conocimiento de la región a partir de las tradiciones, la historia, la cultura y las costumbres. así como la importancia del turismo gastronómico está dada principalmente por el alto potencial económico que genera este tipo de turismo. Son viajeros interesados en conocer nuevas culturas, con alta capacidad de gasto y gran impacto en la cadena de valor turística.

A nivel nacional, Gil (2020) en su investigación, pretende describir el turismo gastronómico en la comunidad de Urquillos. El método de investigación

es cuantitativo, descriptivo y no empírico. Las características de la variable turista gastronómico quedan descritas en detalle tal y como se muestran en la unidad de análisis, sin que se realicen cambios intencionados en la variable. Contaron con un resumen de libros, documentos, disertaciones, artículos profesionales, etc. para fundamentar nuestra investigación en un marco teórico. Se concluyó que el 51,4% de las personas encuestadas cree que el turismo gastronómico no es suficiente, el 5,3% cree que la realización de esto se es suficiente y el 71% piensa que los productos no lo son suficiente para el turismo comunitario gastronómico. Por ello se propone incrementar el conocimiento y capacitación para promover la gastronomía de Urquillos con el fin de motivar a los turistas a visitar la ciudad.

Huaranga & Montalvol (2020) El objetivo fue definir estos recursos distritales, se realizó un estudio de tipo aplicativo con un enfoque similar, con un nivel que describe el enfoque cuantitativo y un marco bibliográfico para el cualitativo, la herramienta utiliza la investigación y la entrevista, aplicada a los 200 turistas y entrevista a expertos en dulces tradicionales de Tarma. Los resultados muestran que los dulces tradicionales de Tarma son conocidos pero muchas veces no están disponibles, las personas aceptan su método de preparación porque no es adecuado para faltarle el respeto debido al método tradicional de producción, por lo que es importante incluirlos para obtener un problema. y la popularidad de las escuelas, donde organizan ferias y concursos de artesanos y establecen asociaciones siguiendo las tradiciones y la expansión individual, y las entidades importantes son las universidades y organizaciones de trascendencia cultural.

Acosta & Cornejo (2021) busca diseñar un plan de estratégico de marketing para apoyar el turismo gastronómico en el restaurant El Rocoto en Lima, teniendo un método descriptivo y explicativo, no experimental y futurista. En este sentido, se ha identificado un área de mercado estratégica, en la que los principales consumidores son parejas jóvenes y familias completas en general incluidos los niños; para lo cual concluyó que en cuanto a los factores de éxito, se debe prestar atención a la alta calidad de los productos ofrecidos, el posicionamiento de la marca, los precios premium y el uso de la tecnología; se ha determinado el tamaño del mercado objetivo para servir a más de 516

personas; esta propuesta representa una orientación de alimentación saludable a través de un huerto orgánico, en el cual la calidad del servicio o producto es superior al de la competencia.

En el ámbito local, Vegas (2018) El presente estudio busca determinar los beneficios de la gastronomía para el turismo en el distrito de Piura, así como determinar el desarrollo y ética de los servicios gastronómicos que se ofrecen, en general, para determinar los beneficios del turismo gastronómico en el distrito de Piura. Entre los resultados se encontró el aporte de la gastronomía al turismo en el distrito de Piura, donde se encontró que el desarrollo de la gastronomía ha incrementado el número de restaurantes establecidos; y de igual forma dinamizar el turismo en el distrito de Piura al incrementar el número de arribos, pernотaciones y la estabilidad de visitantes nacionales y extranjeros.

Oblea (2019) tiene como propósito general identificar los alimentos tradicionales que se presentan en el distrito de Catacaos, el método de estudio realizado es de tipo cualitativo, no experimental, y su población en este caso son los habitantes de Catacaos, donde se aplica una encuesta a una cantidad determinada, donde se puede concluir que la gastronomía de Catacaos se refleja en su historia, oferta, tecnología. y preparación de alimentos.

Labrin (2021) pretende realizar una propuesta de planificación urbana estratégica para mejorar el desarrollo del turismo gastronómico en Catacaos, Piura, Perú, 2020. Este es un estudio descriptivo no experimental que explica que se extrae un enunciado de muestra. la participación de los funcionarios municipales, cuyos resultados muestran que es necesario implementarlos con los requisitos de calidad necesarios, para que las autoridades se animen a desarrollar y planificar la contribución del turismo gastronómico en la ciudad.

Algunas teorías relacionadas al tema se han tomado las siguientes:

Cultura turística: Son actitudes, conocimientos y valores que fortalece la identidad, promueve un mejor trato al turista extranjero y nacional, además apoya y protege el patrimonio, además reconoce al turismo como un mecanismo para el desarrollo sostenible. (Montenegro, 2021) Busca sensibilizar el turismo, para el desarrollo local y nacional, promover la participación junto al sector privado y

público, y lograr el desarrollo y renovación del turismo sostenible. (Salazar y otros, 2020)

Aguirre (2019) lo toma como los valores que preservan el amor por la cultura e inspiran su proyección alrededor del mundo. Al adoptar una cultura turística, se han preparado para la oportunidad de llegar a los turistas, en busca de calidad, su experiencia e ingresos mejoran la calidad de vida, dividida en varios elementos importantes.

Fernández (2018) identifica que la cultura turística ha adquirido un cuerpo de conocimientos y valores adquiridos por los turistas y anfitriones de los destinos y que, a través de su práctica, además de una serie de actitudes y costumbres, ha apoyado la promoción y el crecimiento de este.

Alcántara & Garcia (2018) Este término debe incluirse con el fin de concientizar a los residentes y servidores turísticos, para que la cultura turística separe los recursos naturales, equipos económicos y de personas y la sociedad pueda desarrollarse en el turismo.

En tal sentido, El término cultural y turístico consiste en dos palabras de cultura y turismo, presentando el concepto de cultura de la sociedad con estándares, costumbres y valores, expresándolo en busca de satisfacción. (Instituto de Gestion y Cultura Artistica, 2022)

Preparación: Es una actividad profesional específica, actualizada diariamente que nos capacita para interactuar más con los viajeros.

Servicio: Acogedor, eficiente y poco interesante, solo busca complacer al turista. Ante todo, un servicio honesto y profesional.

Calidad: Garantizar siempre la satisfacción de cuantos tengan relación con nuestro trabajo.

Profesionalismos: Reflejando que no importa cuán simples o modestas sean las cosas que hacen, la calidad y el servicio que brindan aún son calificados como ejemplares por los turistas. Aguirre (2019)

En cuanto al alcance de la cultura turística, contiene un camino ascendiente al desarrollo sostenible y según la Secretaria de Turismo (SECTUR)

son los resultados: Primero, la difusión de que se reflejan en una mayor comprensión del turismo y sus consecuencias positivas, incluida la evaluación y gestión adecuada del patrimonio turístico. (Huamani & Huaman, 2018) que En segundo lugar, combina diferentes servicios que se pueden adaptar al entorno y la identidad de los anfitriones, lo que permite un servicio más eficiente a los turistas, lo que puede generar muchos flujos de visitantes. (Rodríguez, 2021) Tercero, los beneficios de las diferentes especies que surjan apoyarán la integración de los destinos turísticos y sus productos, apoyando así la sostenibilidad de la comunidad. Alvarez (2021)

Así mismo Marin (2019) A partir de este concepto y su descripción de la primera dimensión de la cultura turística, el **conocimiento** es sobre la geografía, historia, fuentes, causas y efectos del turismo; características del lugar, métodos y técnicas de prestación de servicios en turismo.

De la segunda dimensión tomamos, **valores**: para Orellana (2020) son principios que rigen el compromiso, la misión y visión con los clientes. Los valores son primordiales en la cultura turística porque hacen sentir al turista como en casa, todo ello a través de un conjunto de valores que identifican a la comunidad receptora en los diversos destinos turísticos que visitan los turistas. tales como: determinación, perseverancia, disciplina, honestidad, ética, orgullo, respeto, responsabilidad y dedicación, amabilidad, cortesía, eficiencia, carácter, profesionalismo. (Rauda, 2018)

Por otro lado, se menciona los objetivos en los que se basa la cultura turística, se tiene:

Sensibilizar sobre la complejidad del turismo y sus múltiples funciones.  
Involucre a diferentes

Involucrar a diferentes proveedores de servicios de viaje, cree situaciones que coincidan con las necesidades de los visitantes y establezca protocolos de bienestar.

Y en cuanto a la tercera dimensión, que es **actitudes**, según Castilla (2009) son evaluaciones las cuales tienen función de adquisición de conocimientos. Por eso, cuando conocemos a una persona nueva, lo primero que tenemos que hacer es desarrollar y apreciar una actitud hacia ella. En otras

palabras, evaluaremos a esta persona. La información que emane de este juicio nos permitirá simplificar y ordenar el mundo. Por lo tanto, las actitudes pueden entenderse como conocimientos sociales basados en experiencias, creencias y sentimientos. (Esquivel y otros, 2021)

**Turismo gastronómico:** El interés por el turismo gastronómico ha crecido en los últimos años con apoyo local a la identidad regional, el patrimonio tradicional y el crecimiento económico. Debido a sus ventajas competitivas, es que cada día hay más destinos en el mundo que se consolidan como destinos de turismo gastronómico. López & Hernández (2021)

La OMT también lo define como actividad turística, se caracteriza por la experiencia turística de alimentos, y actividades relacionadas. Así como experiencias gastronómicas tradicionales y auténticas, este puede incluir varias actividades (2020). Así mismo, según la World Food Travel Association (2020) nos comenta que el turismo gastronómico, no es comida y bebida, más bien es el acto de viajar, para buscar el sabor de un lugar, y llevarse a través de éste, un sentido del destino.

Primero, expliquemos que gastronomía es el conocimiento racional, un campo de conocimiento interdisciplinario que estudia e innova los procesos químicos, culturales, físicos, químicos, sociales y económicos que permiten a los visitantes cultivar, preparar, distribuir y consumir alimentos saludables que afectan sus cuerpos y su bienestar físico, mental y social. (Bermeo y otros, 2020) Por tanto, el turismo gastronómico es un producto turístico de gran movilidad, que se desarrolla ampliando las posibilidades lúdicas e intelectuales que aportan o pueden aportar productos culinarios locales de alta calidad. Así mismo López & Hernández (2021), se indica que los objetivos que engloban el turismo gastronómico, son:

Aprende y experimenta nuevos alimentos de otras regiones.

Introducir a los visitantes a las especialidades de nuestra región.

Conoce los diferentes ingredientes y métodos de preparación

Por otro lado, Curiel (2018) se menciona los tipos de turismo gastronómico, las cuales son:

Turismo interno gastronómico: Está destinado a residentes de cualquier país, ya que únicamente viajan dentro de la misma localidad con el propósito de disfrutar productos y consumirlos, así como de sus experiencias e inspiración culinaria favorable y nutritiva. Cegaho (2019)

Turismo externo gastronómico Es para personas que no residan dentro de un país, cuyo propósito es consumir y adicionalmente consumir y adicionalmente disfrutar de productos, servicios y experiencias (Martorell, 2020)

Turismo emisor gastronómico: Es por las personas de un país que viajan a otro país con el objetivo principal de consumir y disfrutar de sus productos, servicios, experiencias e inspiración culinaria favoritos y complementarios. (Quintero, 2020)

Turismo internacional gastronómico: Incluye viajes nacionales y viajes al exterior con el objetivo principal de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones culinarias como prioridad y complemento. (Madrazo, 2020)

También se incluye el concepto de turismo sostenible, definido como una guía para el crecimiento de prácticas de turismo sostenible y gestión, aplicable a las diversas formas de turismo de diversos destinos, incluido el turismo de masas y varios sectores turísticos. Los principios de sostenibilidad abordan los aspectos económicos, ambientales, sociales y culturales del desarrollo del turismo. OMT (2019)

También se denomina **patrimonio gastronómico**, al que se considera un elemento de comunicación cultural, que expresa las propias tradiciones culturales y características naturales de la zona. Cocina y cocinas suponen una relación inseparable entre la vida rural y el sector servicios. Forne (2017)

Por último, la **producción** turística, tiene como objetivo popularizar un destino turístico. Cualquier actuación realizada con vistas a la identificación del lugar. Para ello, es importante definir objetivos promocionales, es decir, cómo queremos que los turistas lo perciban. Asimismo, es importante considerar la inversión financiera y el tiempo que uno requiere para los resultados que logramos tener. Casanovas (2019)

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1. Tipo de investigación

El estudio del tipo básica, puesto que se incrementará los conocimientos científicos acerca de las variables, en base a un marco teórico; de lo opuesto busca incrementar la inteligencia para ofrecer contestación a los cuestionamientos o para que dichos nuevos conceptos logren aplicarse en otros estudios. Para Pereyra (2020) es descriptiva-correlacional, ya que analizó la incidencia que tienen los valores y se tomará a las mismas personas en ambas variables aplicando una encuesta.

Según Sampieri y otros (2016), La investigación descriptiva, permite describir situaciones y eventos en detalle, es decir, qué es un evento, cómo se manifiesta e intenta identificar características importantes de grupos, personas, empresas o cualquier evento que se encuentre dentro del alcance del análisis, en cuanto a lo correlacional, este identifica la relación entre dos o más variables en estudio.

##### Diseño de investigación

En cuanto al diseño investigación, se tomó a un diseño no experimental, porque no se estudiaron las variables, solo observaciones.

Según Ramos y otros (2018) no se manipulan intencionadamente las variables y se estudian claramente los eventos en su evolución en su contexto natural, describiendo o analizando las variables y si influyen entre sí.

#### 3.2. Variables y operacionalización

El presente estudio está constituido por dos variables:

**Variable independiente:** Cultura turística

Definición conceptual: Según Montenegro (2021), son actitudes, conocimientos y valores que fortalece la identidad, promueve un mejor trato al turista extranjero y nacional; también apoya y protege el patrimonio y reconoce al turismo como un mecanismo para el desarrollo sostenible.

Definición operacional: Es el conocimiento previo que tienen los visitantes por cierta característica del entorno al que llegan.

Dimensiones e indicadores: Conocimientos (historia, tradiciones y recursos turísticos), valores (misión, visión y compromiso) y actitudes (amabilidad, eficiencia, cortesía)

**Variable dependiente:** Turismo gastronómico

Definición conceptual: La OMT (2020) definido como misión turística, la cual se caracteriza por la experiencia de viaje de un visitante está relacionada con alimentos, productos relacionados y actividades.

Definición operacional: Actividad que realizan los turistas para llegar a un lugar, y probar ciertos platos o productos netos de la localidad.

Dimensiones e indicadores: Turismo (recursos del entorno y oferta turística), patrimonio gastronómico (insumos locales), sostenibilidad (interacción) y producción (presentación de platos y oferta de platos tradicionales).

### 3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

#### 3.3.1. Población

Según Hernández & Bautista (2018) es un hecho general a estudiar, en el que las unidades tienen características similares, estudiadas y aportan datos de investigación. Así también Quezada (2021) comenta que la población es un conjunto de individuos o elementos con características similares específicas sobre los cuales se pretende extraer conclusiones. Mientras que la muestra es la parte de la población seleccionada y donde se miden y observan las variables. En este caso, tomaremos como población de 20 a 59 años de edad de la ciudad de Catacaos.

**Tabla 1:** Población censada urbana y rural según distrito 2017.

PROVINCIA	2017
	TOTAL
Catacaos, 20-59 años	38 401

*Fuente: Censo 2017, INEI.*

#### 3.3.2. Muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Para encontrar la muestra, utilizaremos la siguiente formula:

**Dónde:**

n: Tamaño de muestra

N: Población (38 401)

E: Margen de error (0.05)

p: Proporción que tiene la característica de interés (0.5)

q: Proporción que no tiene la característica de interés ( $p-q=0.5$ )

z: Nivel de confianza (1.96)

$$n = 381$$

Nuestra muestra fue conformada por 381 personas del distrito de Catacaos de las edades de 20 a 59 años de edad.

**Criterios de inclusión:** Personas entre 20 a 59 años del distrito de Catacaos, como se muestra y se sectoriza en la investigación de Esquivel y Castro (2019), quien toma como muestra a personas de 18 a 60 años.

**Criterios de exclusión:** Personas que no estén en el rango de edad de 20 a 59 años de edad del distrito de Catacaos.

### 3.3.3. Muestreo

La técnica de muestreo que emplearemos, es la del muestreo probabilístico aleatorio, ya que los habitantes que formaran parte de este estudio, han sido seleccionados bajo la misma probabilidad. (Gomez & Gomez, 2019)

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Hernández y otros (2016) define identificar técnicas y fuentes para recolectar información, como documentos o hechos que el investigador está buscando, y permitirle recolectar la información. También muestra que la tecnología es el método utilizado para recopilar información, este especifica: fuente primaria y fuente secundaria.

Según Bernal (2016) Una herramienta es cualquier recurso, dispositivo o formato que, utilizado para adquirir, registrar o almacenar información.

Se puede definir la encuesta, siguiendo a Hernández y Bautista (2018) son las técnicas que utilizan un conjunto estandarizado de procedimientos de investigación en los que se recopilan y analizan datos continuos de una muestra de casos que representan una población o universo más grande para estudiar, describir, predecir y/o interpretar números fragmentarios.

Hernández y Bautista (2018) define sobre cuestionario es una pregunta donde el investigador se enfoca en ciertos aspectos y está sujeto a ciertas condiciones, la pregunta debe ser muy clara, puede venir en dos formas: abierta y cerrada, si responde sí o no y responde al conductor, la pregunta es cerrado abierto y sentencia del demandado. En este caso, se tomó como técnica a una encuesta, la cual sirvió para recolectar los datos de los encuestados de mi población objetivo, y como instrumento se utilizó un cuestionario en el cual se sintetizo preguntas adecuadas teniendo como objetivo nuestros indicadores para conocer sobre nuestra propuesta empleada; así como también usaremos una guía de observación para ver las necesidades que se tienen.

Para la validez se consideró el juicio de tres expertos en administración en turismo y hotelería, cada uno de los cuales calificó la coherencia de cada ítem, conociendo el tema del estudio a realizar. (Anexo 3)

Para la confiabilidad, se utilizó el Alfa de Cronbach, para medir la precisión del instrumento, para el cual se empleó una muestra piloto a 15 personas, para verificar que el instrumento está bien planteando, lo cual resulto tener un alfa de Cronbach de 0,745. (Anexo 4)

### **3.5. Procedimientos**

En el presente estudio, se estructura en dos fases:

La primera, es la parte teórica, donde se tuvo en cuenta varias técnicas de investigación, en donde se buscó en su inicio la problemática de nuestro estudio, revisando bibliografías, identificando nuestras variables, la cuales fueron cultura turística y turismo gastronómico, sobre nuestra variable independiente tenemos las siguientes dimensiones que fueron: conocimientos, valores y actitudes; y sobre nuestra variable dependiente: turismo, patrimonio gastronómico, sostenibilidad y producción. De las cuales cada dimensión cuenta con sus indicadores respectivos para estudio.

La segunda fase, constituye al aspecto metodológico, donde se analizó la influencia de la cultura turística en el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos, en el cual medimos la variable a partir de sus dimensiones e indicadores. Además, se realizó la operacionalización de variables la cual sirvió como apoyo para elaborar nuestro cuestionario, a su vez se determinó el tamaño

de muestra en donde se toma 381 habitantes de la ciudad de Catacaos, de 20 a 59 años de edad. Las técnicas e instrumentos que se usaron para recolectar nuestros datos fueron una encuesta, en el cual finalmente el estudio de nuestros resultados de la encuesta aplicada.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Hernández, Fernández, y Bautista (2018) menciona que la interpretación y los estudios de los datos recolectados en las maneras de análisis de enfoque cuantitativo se hace sobre la matriz, donde se utiliza un programa informático, en este caso se realizó mediante el programa estadístico IBM SPSS V25, donde se realizó el análisis descriptivo e inferencial para llegar a conseguir las tablas que se han usado en la investigación.

### **3.7. Aspectos éticos**

Se realizó utilizando artículos académicos, disertaciones, revistas y libros virtuales. Porque estas fuentes son confiables. Por otro lado, durante el proceso de desarrollo se destacaron las ideas del autor, se citaron con precisión con estilo APA, se consideraron en desarrollo y se abordó la relación entre los autores. De igual manera, se solicitará una carta de autorización a la institución, donde se indicará que la información recabada se mantendrá en estricta confidencialidad, será utilizada únicamente con fines de aprendizaje.

#### IV. RESULTADOS

En primer lugar, se presentan de forma estructurada los resultados obtenidos de la investigación. Inicialmente, se presentaron resultados de estadística descriptiva para comprender en qué nivel se encontraban las variables de la cultura turística y el turismo gastronómico, e integrar cada dimensión del mismo, a partir de un conjunto de preguntas que constituían cada dimensión, una de ellas. Todo esto permite imaginar el estado situacional de las personas del distrito de Catacaos en relación con este tema, quienes en general prefieren los equipos móviles.

Por tanto, se clasifican las respuestas obtenidas en cada uno de los ítems que componen las dimensiones y variables, y se procesan estadísticas descriptivas utilizando medidas de frecuencia.

Tabla 2: Variable cultura turística

		Frecuencia	Porcentaje
Cultura turística	Si	294	77.2%
	No	85	22.3%
	Tal vez	2	0.5%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

#### **Interpretación**

En la tabla 3 se muestra el nivel en el que se encuentra la cultura turística según las opiniones expresadas en las preguntas correspondientes a dichas variables en la herramienta, tal es el caso de las personas del distrito de Catacaos, donde se encuentra mayoritariamente en respuestas si (77.2%), los encuestados afirmaron que existe una cultura turística porque cuando el turista les pregunta donde expenden los platos típicos de gastronomía, ellos los mencionan y les recomiendan donde se puede consumir, pero el 22.3% indicó como respuesta no, porque en su gran mayoría de los entrevistados de la Catacaos son migrantes y no conocen la gastronomía propia de la ciudad y el 0.5% afirman que tal vez, porque algunos han escuchado por algunos pobladores lugar que platos típicos son y recomiendan a algunos.

Tabla 3: Dimensión conocimientos

		Frecuencia	Porcentaje
Conocimiento	Si	130	34.1%
	No	249	65.4%
	Tal vez	2	0.5%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **Interpretación**

En la tabla 4 se muestra el nivel de en el que se encuentra sobre el conocimiento de la cultura turística de las personas del distrito de Catacaos, donde se encuentra mayoritariamente en respuestas no (65.4%), puesto que los encuestados en este caso, en su mayoría son visitantes de otras localidades de la ciudad, y no tienen un conocimiento amplio sobre ello, sin embargo el 34.1% sostuvo que es sí, debido a que son turistas con previo conocimiento o hasta residentes de la ciudad, y el 0.5% afirman que tal vez, han escuchado algunas cosas sobre la cultura en Catacaos.

Tabla 4: Dimensión valores

		Frecuencia	Porcentaje
Valores	Si	308	80.8%
	No	71	18.6%
	Tal vez	2	0.5%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **Interpretación**

En la tabla 5 se muestra el nivel de en el que se encuentra sobre los valores hacia la cultura turística de las personas del distrito de Catacaos, donde se encuentra mayoritariamente en respuestas si (80.8%), debido a que, si recomendarían visitar el distrito de Catacaos, sin embargo, el 18.6% sostuvo que es no, debido a que encontraron algunas diferencias que no los caracterizaba dentro de la ciudad, y el 0.5% afirman sería muy poco probable lo recomienden.

Tabla 5: Dimensión actitudes

		Frecuencia	Porcentaje
Actitudes	Si	292	76.6%
	No	46	12.1%
	Tal vez	43	11.3%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **Interpretación**

En la tabla 6 se muestra el nivel de en el que se encuentra sobre las actitudes hacia la cultura turística de las personas del distrito de Catacaos, donde se encuentra mayoritariamente en respuestas si (76.6%), debido a han sentido un buen trato por parte de los habitantes del distrito de Catacaos, sin embargo el 12.1% sostuvo que es no, debido a que encontraron algunas diferencias con los moradores dentro de la ciudad, y el 11.3% afirman que tal vez quizás no han tenido interacción directa con los habitantes de la ciudad.

Tabla 6: Variable turismo gastronómico

		Frecuencia	Porcentaje
Turismo gastronómico	Si	334	87.7%
	No	47	12.3%
	Tal vez	0	0%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **Interpretación**

En la tabla 7 se muestra el nivel en el que se encuentra el turismo gastronómico según las opiniones expresadas en las preguntas correspondientes a dichas variables en la herramienta, tal es el caso de las personas del distrito de Catacaos, donde se encuentra mayoritariamente en respuestas si (87.7%), los encuestados afirmaron que existe turismo gastronómico puesto que si han visitado por propio afecto a la ciudad, pero el 12.3% sostuvo que es no, porque

en su gran mayoría de los entrevistados de la Catacaos han visitado la ciudad de paso, o han tenido una parada antes de llegar a su lugar de visita.

Tabla 7: Dimensión turismo

		Frecuencia	Porcentaje
Turismo	Si	87	22.8%
	No	264	69.3%
	Tal vez	30	7.9%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **Interpretación**

En la tabla 8 se muestra el nivel de en el que se encuentra sobre el turismo de las personas del distrito de Catacaos, donde se encuentra mayoritariamente en respuestas no (69.3%), debido a han sentido un buen trato por parte de los habitantes del distrito de Catacaos, sin embargo, el 22.8% sostuvo que es sí, debido a que encontraron algunas diferencias de los turistas que llegaron dentro de la ciudad, y el 7.9% afirman que quizás no han tenido un gusto por el turismo en la ciudad.

Tabla 8: Dimensión patrimonio gastronómico

		Frecuencia	Porcentaje
Patrimonio gastronómico	Si	353	92.7%
	No	13	3.4%
	Tal vez	15	3.9%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **Interpretación**

En la tabla 9 se muestra el nivel de en el que se encuentra sobre el patrimonio gastronómico de las personas del distrito de Catacaos, donde se encuentra mayoritariamente en respuestas si (92.7%), debido a que les ha gustado los diferentes patrimonios turísticos de la ciudad, sin embargo, el 3.4% sostuvo que

es no, debido a que no llegaron visitar el patrimonio gastronómico de la ciudad, y el 3.9% afirman que tal vez.

Tabla 9: Dimensión sostenibilidad

		Frecuencia	Porcentaje
Sostenibilidad	Si	349	91.6%
	No	32	8.4%
	Tal vez	0	0%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **Interpretación**

En la tabla 10 se muestra el nivel de en el que se encuentra la sostenibilidad según las opiniones expresadas en las preguntas correspondientes a dichas variables en la herramienta, tal es el caso de las personas del distrito de Catacaos, donde se encuentra mayoritariamente en respuestas si (91.6%), puesto que mantienen una sostenibilidad adecuada la ciudad para el turismo, pero el 8.4% pensó que estaba en respuesta no, debido a que no se siente seguro de ello.

Tabla 10: Dimensión producción

		Frecuencia	Porcentaje
Producción	Si	345	90.6%
	No	36	9.4%
	Tal vez	0	0%
	Total	381	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **Interpretación**

En la tabla 11 se muestra el nivel de en el que se encuentra la producción según las opiniones expresadas en las preguntas correspondientes a dichas variables en la herramienta, tal es el caso de las personas del distrito de Catacaos, donde

se encuentra mayoritariamente en respuestas si (90.6%), pero el 9.4% pensó que estaba en respuesta no

Las estadísticas inferenciales y las pruebas de normalidad entre conjuntos de datos para cada variable se analizan a continuación para ayudar a comprender el tipo apropiado de pruebas para probar hipótesis al buscar relaciones entre variables. Por lo tanto, dado que el número total de muestras fue  $> 50$ , se realizaron las estadísticas de Kolmogorov-Smirnov, con base en el siguiente análisis:  $P(\text{sig.}) \leq .05$  La distribución no es anormal (sesgada) y  $Rho \geq .05$  distribución con Spearman  $P(\text{sig})$  aplicado es de estado positivo (simétrico) y aplica correlación de Pearson.

Tabla 11: Prueba de normalidad para variables y dimensiones de acuerdo a Kolmogorov – Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura turística	,476	381	,000
Conocimientos	,415	381	,000
Valores	,492	381	,000
Actitudes	,463	381	,000
Turismo gastronómico	,523	381	,000
Turismo	,382	381	,000
Patrimonio gastronómico	,532	381	,000
Sostenibilidad	,535	381	,000
Producción	,532	381	,000

*Fuente: SPSS, 2022*

### Interpretación

De los resultados de la tabla anterior, podemos saber que, para las variables de cultura turística y turismo gastronómico, junto a sus dimensiones respectivas que las constituyen,  $p(\text{sig.})$  es menor a 0.05, lo que indica que la distribución de los datos es anormal o asimétrica, y la prueba ideal identificada para validar hipótesis de investigación e identificar relaciones es la correlación Rho de Spearman.

Al respecto, el coeficiente Rho de Spearman es medido por ciertos parámetros e interpretaciones, nuevamente para justificar el trabajo, considerando, si  $P(\text{sig.})$

$\geq .05$ , entonces la hipótesis nula  $P(\text{sig.}) \leq .05$  por la hipótesis del investigador es aceptado.

Tabla 12: Rho de Spearman

Grado de correlación	Interpretación
+1,00	Correlación positiva muy alta
+0,75	Correlación positiva considerable
+0,50	Correlación positiva media
+0,30	Correlación positiva baja
+0,10	Correlación positiva débil
0,00	No existe correlación
-0,10	Correlación negativa débil
-0,30	Correlación negativa baja
-0,50	Correlación negativa media
-0,75	Correlación negativa considerable
-1,00	Correlación negativa muy alta

*Fuente: Hernández (2016)*

**Objetivo general:** Determinar la influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022

Tabla 13: Prueba Rho de Spearman para la variable cultura turística y el turismo gastronómico

		Cultura turística	Turismo gastronómico
Rho de Spearman	Cultura turística	1,000	,590**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	381
	Turismo gastronómico	,590**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	381

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

## Interpretación

El p(valor) resultante es 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se descarta la hipótesis nula, la cual es que la cultura turística no influye con el comportamiento del consumidor respecto al turismo gastronómico. También muestra el coeficiente de correlación Spearman, mostrando el grado de influencia que existe entre las dos variables, el valor del resultado es 0.590, lo que significa que la influencia entre las variables cultura turística y turismo gastronómico es un valor positivo medio.

**Objetivo específico 1:** Determinar la influencia que existe entre los conocimientos y el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos -provincia de Piura en el año 2022.

Tabla 14: Prueba Rho de Spearman para conocimientos y el turismo gastronómico

		Conocimien tos	Turismo gastronómico
Rho de Spearman	Conocimiento	1,000	,424**
		Coeficiente de correlación	
	s	Sig. (bilateral)	. ,000
		N	381 381
	Turismo gastronómico	Coeficiente de correlación	,424** 1,000
		Sig. (bilateral)	,000 .
	N	381 381	

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

## Interpretación

El p(valor) resultante es 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se descarta la hipótesis nula, la cual es que los conocimientos no influyen con el comportamiento del consumidor respecto al turismo gastronómico. También muestra el coeficiente de correlación de Spearman, mostrando el grado de influencia que existe entre las dos variables, el valor del

resultado es 0.424, lo que significa que la influencia entre la dimensión conocimientos y turismo gastronómico es un valor positivo bajo.

**Objetivo específico 2:** Determinar la influencia que existe entre los valores y el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos -provincia de Piura en el año 2022.

Tabla 15: Prueba Rho de Spearman para la variable valores y el turismo gastronómico

		Valores	Turismo gastronómico
Rho de Spearman	Valores	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,664**
		N	.
		N	,000
Turismo gastronómico		Coeficiente de correlación	381
		Sig. (bilateral)	,664**
		N	1,000
		N	,000
		381	381

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### Interpretación

El p(valor) resultante es 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se descarta la hipótesis nula, la cual es que los valores no influyen con el comportamiento del consumidor respecto al turismo gastronómico. También muestra el coeficiente de correlación de Spearman, mostrando el grado de influencia que existe entre las dos variables, el valor del resultado es 0.664, lo que significa que la influencia entre la dimensión valores y turismo gastronómico es un valor positivo medio.

**Objetivo específico 3:** Determinar la influencia que existe entre las actitudes y el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos -provincia de Piura en el año 2022

Tabla 16: Prueba Rho de Spearman para la variable actitudes y el turismo gastronómico

			Actitudes	Turismo gastronómico
Rho de Spearman	Actitudes	Coefficiente de correlación	1,000	,675**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		381	381
	Turismo gastronómico	Coefficiente de correlación	,675**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N		381	381

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### Interpretación

El p(valor) resultante es 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se descarta la hipótesis nula, la cual es que las actitudes no influyen con el comportamiento del consumidor respecto al turismo gastronómico. También muestra el coeficiente de correlación de Spearman, mostrando el grado de influencia que existe entre las dos variables, el valor del resultado es 0.675, lo que significa que la influencia entre la dimensión actitudes y turismo gastronómico es un valor positivo medio.

## V. DISCUSIÓN

En cuanto al **objetivo general**, determinar la influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022, se evidenció que en la prueba Rho de Spearman para la variable cultura turística y el turismo gastronómico, que el p(valor) resultante es 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se acepta la cual es que la cultura turística influye con el comportamiento del consumidor respecto al turismo gastronómico. En tal sentido, se determinó que existe un alto nivel de influencia entre la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura. Esta investigación se relaciona con el estudio de Dunia (2018) del cual en sus resultados muestran que existe una fuerte influencia entre la cultura local y las actividades turísticas a través de las oportunidades que les brinda el turismo para revitalizar, modificar o incluso destruir la cultura local.

Como **primer objetivo específico** determinar la influencia que existe entre los conocimientos en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022, se mostró que de acuerdo al coeficiente de Rho de Spearman, en donde el p(valor) resultante es 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis la cual es que los conocimientos influyen con el comportamiento del consumidor respecto a el turismo gastronómico. Este estudio se relaciona con Gil (2020) que en los resultados muestran que el conocimiento y las capacitaciones aportarían en fomentar la gastronomía típica de la comunidad de Urquillos, de esta forma motivar a los turistas a la visita de la ciudad.

En el **segundo objetivo específico** determinar la influencia de los valores en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022, se mostró que de acuerdo al coeficiente de Rho de Spearman, en donde el p(valor) resultante es 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis, la cual es que los valores influyen con el comportamiento del consumidor respecto al turismo gastronómico. Estos resultados se asemejan a Vegas (2018) quien en sus resultados determino los beneficios de la gastronomía para el turismo en Piura, teniendo en cuenta a la ética de los servicios

gastronómicos que se ofrecen para un mayor impacto hacia los turistas y una aceptación en el público gastronómico.

Y como **tercer objetivo específico** las actitudes en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022, se evidencio que en la prueba Rho de Spearman, el p(valor) resultante es 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se descarta la hipótesis nula, la cual es que las actitudes no influyen con el comportamiento del consumidor respecto al turismo gastronómico, para Acosta & Cornejo (2021) los resultados indicaron que las personas tienen actitudes y una orientación hacia la comida saludable, de la localidad y no le gustaría experimentar por platos típicos, en cuanto a la teoría relacionada según Castilla (2009) las actitudes son las evaluaciones que tienen función de adquisición de conocimiento, es cuando conoces y como actúas ante una persona o en este caso, un plato en especial.

## **VI. CONCLUSIONES**

Se determinó que existe un alto nivel de influencia entre la cultura turística y el turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura, por lo que es importante que se fomente la cultura turística en la ciudad de Catacaos de esta forma fortalecer el turismo gastronómico, y lograr incrementar el número de visitas de turistas.

En cuanto a la influencia entre los conocimientos y el turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos Provincia de Piura se determinó mediante el Rho de Spearman que existe un nivel medio de correlación, ya que los moradores de la localidad de Catacaos conocen mucho sobre su cultura turística y esto facilita a la difusión en los visitantes para acudir a su localidad.

Respecto a los valores y el turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos Provincia de Piura, se determinó mediante el Rho de Spearman que existe un nivel medio de influencia, puesto que las personas de la ciudad de Catacaos al recibir turistas les demuestran una gran acogida lo que incentiva al turista a retornar.

Por ultimo se determinó mediante el Rho de Spearman que existe un nivel medio de influencia entre las actitudes y el turismo gastronomico en la Ciudad de Catacaos Provincia de Piura, debido a que las actitudes de los visitantes después de llegar a la localidad es otra respecto a cuando llegan en un inicio.

## VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda, incentivar más la cultura turística en los diferentes restaurantes del distrito de Catacaos, para así tener un mayor índice de visitantes de otras localidades, a los diferentes restaurantes típicos y turísticos de la ciudad. Es importante también, concientizar y capacitar a los locadores que van y visitan los restaurantes y a los colaboradores de la ciudad, para que tengan un conocimiento amplio sobre la cultura gastronómica representativa de la ciudad. A su vez, la influencia de valores, es buena, pero aun falta mejorar en valores a los encargados de los diferentes restaurantes, así como a los moradores del distrito. Se propone a los restaurantes turísticos de Catacaos hacer uso las múltiples herramientas que tiene, para tener un más grande alcance referente a la promoción de sus productos o servicios, debido a que aún la utilización que los restaurantes le brindan a los instrumentos digitales no es tan recurrente.

## REFERENCIAS

- Acosta Reategui, J. M., & Cornejo Pinto, G. E. (2021). PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA FOMENTAR EL TURISMO GASTRONÓMICO A TRAVÉS DEL BIOHUERTO EN UN RESTAURANTE, CIUDAD DE LIMA. *Universidad Señor de Sipan*.
- Aguirre Perez, G. (2019). Manual de Cultura turística. *Programa de asistencias a pequeños hoteles de Centroamerica*.
- Alcantara, M., & García, M. (2018). *Arte y patrimonio cultural*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Álvarez, T. (2021). *Transformaciones socioespaciales provocadas por el turismo*. Colombia: Editorial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica .
- Andreu Casanovas, J. (2019). La Promoción Turística: su evolución y gestión en los destinos. *Visiones del turismo*.
- Association, W. F. (2020). Turismo Gastronómico, una manera innovadora, sabrosa y sostenible de viajar. *WFTA*.
- Bermeo, P., Elizalde, J., & Calle, M. (2020). Traditional gastronomy: tastes and preferences of the inhabitants of the canton Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *Scielo, 16(2)*.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. . Madrid : Pearson Editorial.
- Castilla del Pino, C. (2009). *Conductas y actitudes*. Mexico: Tusquets.
- Cegaho. (2019). Gastronomía y turismo gastronómico. *CEGAHO*.
- Curiel, E. (2018). *Turismo gastronómico y enológico*. Librería-Editorial Dykinson.
- Di Clemente, E., Hernandez Mogollon, J. M., & Lopez-Guzman, T. (2018). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. *Universidad de Extremadura*.
- Dunia Alonso, S. (2018). IDENTIDAD CULTURAL Y TURISMO GASTRONÓMICO. *International journal of scientific management and tourism*.
- Duque, L. (2021). Impacto De La Pandemia Covid -19 En El Sector De Restaurantes De Girardot, Cundinamarca. *Universidad PILOTO DE COLOMBIA*.
- Esquivel, R., Villaseñor, M., & Martínez, A. (2021). Analysis of the tourist culture and benefits for tourism in the magic town of Comonfort, Guanajuato, Mexico. *Redalyc, 4(1)*.
- Fernández, C. (2018). *Patrimonio cultural y Marketing Digital*. Midac, SL.
- Forne, F. F. (2017). Landscapes of Culture: Gastronomy and Culinary Heritage. *Scielo*.

- Galindo, J. (2018). *Gastronomía latinoamericana: al alza y hacia los lados*. [https://elpais.com/internacional/2018/10/31/colombia/1541005440\\_037028.html](https://elpais.com/internacional/2018/10/31/colombia/1541005440_037028.html)
- Gil Chalco, C. (2020). TURISMO GASTRONOMICO EN LA COMUNIDAD DE URQUILLOS, DISTRITO DE HUAYLLABAMBA - CUSCO 2020. *Universidad Andina del Cusco*.
- Gomez, K., & Gomez, A. (2019). *Muestreo Estadístico Para Docentes Y Estudiantes*. Independently Published.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collardo, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la investigacion*. España: McGraw-Hill Education.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la investigacion*. España: McGraw-Hill Education.
- Hernández, R., Fernández, C., & Bautista, R. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Huamani, A., & Huaman, Y. (2018). Conocimientos Y Beneficios Que Genera La Actividad Turística En Los Pobladores De Puerto Maldonado - 2017. *Repositorio Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios*.
- Huaranga Jara, E. M., & Montalvo Valdez, P. V. (2020). RECURSOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS DEL DISTRITOS DE TARMA . *Universidad Nacional del centro del Perú*.
- Instituto de Gestion y Cultura Artistica. (2022). Turismo cultural. *Emagister*.
- Jimenez Beltra, F. J. (2019). *Análisis de la motivación del turismo gastronómico en el destino cultural de la ciudad de Córdoba*. España: Universidad de Cordova.
- Labrin Caro, J. F. (2021). "PROPUESTA ESTRATÉGICA DE PLANIFICACIÓN URBANA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE CATACAOS EN PIURA, PERÚ, 2020" . *Universidad Nacional de Piura*.
- López, A., & Hernández, R. (2021). *La gastronomía en el marco turístico de los Pueblos Mágicos*. Madrid: Editorial UOC.
- Madrazo, L. M. (2020). *Modelo y procedimiento para la gestión de la demanda de un destino turístico*. Editorial Universitaria.
- Magri Harsich, G. (2018). *La sostenibilidad sociocultural del turismo gastronomico en la ciudad de Uribelarrea*. Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Marin Garcia, A. (2019). Conocimiento. *economipedia*.
- Martorell, F. J. (2020). *urismo post Covid-19: El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Ediciones Universidad de Salamanca.

- Montenegro, W. (2021). *Competitividad turística como motor de desarrollo regional*.
- Navarro, D. (2022). Análisis del impacto de la pandemia en el turismo gastronómico de la ciudad de Madrid. El caso del turismo gastronómico de alto nivel. *Universidad Complutense*.
- Oblea Cruz, C. B. (2019). La Gastronomía tradicional del distrito de Catacaos, Piura en el año 2018 . *Universidad Cesar Vallejo*.
- Oliveira, S. (2018). *La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino*.  
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322011000300012](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300012)
- OMT. (2019). Desarrollo sostenible. *UNWTO*.
- OMT. (2020). Gastronomía. *OMT*.
- Orellana, P. (2020). Valores de una empresa. *economipedia*.
- Paredes, J., & Alberca, F. (2020). *LA COVID-19 Y EL TURISMO EN EL PERÚ. ANÁLISIS Y PROPUESTAS ANTE UN NUEVO ESCENARIO*.  
<http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/241/175>
- Pereyra, L. (2020). *Metodología de la investigación*. Klik.
- Pereyra, L. (2020). *Metodología de la investigación*. Mexico: Klik.
- Quezada, L. (2021). *Metodología de la investigación*. Marcombo.
- Quintero, F. Á. (2020). *Gestión del comportamiento del consumidor turístico*. 3Ciencias.
- Ramos Rodriguez, M., Placencia Lopez, B., & Hernandez Escobar, A. (2018). *Metodología de la investigación científica*. 3Ciencias.
- Rauda, W. (2018). Cultura turística y sus principios básicos. *Etnoturística*.
- Rodriguez, S. (2021). Turismo através da cultura. Contribuição para o desenvolvimento local. *Scielo*, 9(3).
- Salazar, B., Gonzales, A., & Macias, A. (2020). Cultural Tourism and its Social Constructions as a Contribution to the Sustainable Management of Tourist Destinations. *Redalyc*, 12(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>
- Vegas Serrano, K. E. (2018). APORTE DE LA GASTRONOMÍA EN EL TURISMO DEL DISTRITO DE PIURA . *Universidad Particular San Martín de Porres*.

Wekookmarketing. (2021). *La reinención del sector gastronómico en América Latina*. <https://www.wekookmarketing.com/latam/sector-gastronomico-america-latina/>

## ANEXOS

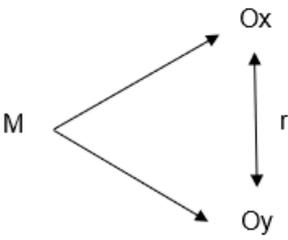
### ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala
Cultura turística	Según el MINCETUR (2019) Es un grupo de reacciones, conocimientos y valores, que fortalece la identidad, promueve el buen trato al turista extranjero y nacional, además apoya la defensa del patrimonio en cada una de sus maneras, y reconoce al turismo como un mecanismo para el desarrollo sustentable.	Es el conocimiento previo que tienen los visitantes por cierta característica del entorno al que llegan.	Conocimientos	Historia	Nominal
				Tradiciones	
				Recursos turísticos	
			Valores	Misión	
				Visión	
				Compromiso	
			Actitudes	Amabilidad	
				Eficiencia	
				Cortesía	
Turismo gastronómico	La OMT (2020) definido como un tipo de tarea turística caracterizada por el hecho de que la experiencia de viaje de un visitante está relacionada con alimentos, productos relacionados y actividades.	Actividad que realizan los turistas para llegar a un lugar, y probar ciertos platos o productos netos de la localidad.	Turismo	Recursos del entorno	
				Oferta turística	
			Patrimonio gastronómico	Insumos locales	
			Sostenibilidad	Interacción	
			Producción	Presentación de platos	
				Oferta de platos tradicionales	

Fuente: Elaboración propia, 2022

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>Técnica e Instrumentos</b>
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Cómo influye la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Catacaos – Piura en el año 2022?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Determinar la influencia que existe entre los conocimientos y el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos -provincia de Piura en el año 2022.</p> <p>Determinar la influencia que existe los valores y el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos -provincia de Piura en el año 2022.</p> <p>Determinar la influencia que existe entre las actitudes y el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos -provincia de Piura en el año 2022.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Si existe influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos provincia Piura en el año 2022,</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>Cuestionario</p>

ENFOQUE, TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	VARIABLES Y DIMENSIONES												
<p><b>Enfoque de investigación:</b> Cuantitativa</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Descriptiva - Correlacional</p> <p><b>Diseño:</b> No Experimental</p> <p><b>Esquema será:</b> M: Muestra Ox = Cultura turística Oy = Turismo gastronómico R = Relación</p> 	<p><b>Población</b> En el presente trabajo de investigación la población estuvo conformada por 38 401 habitantes de la ciudad de Catacaos, entre las edades de 20 a 59 años.</p> <p><b>Muestra</b> Aplicando la fórmula para una muestra finita, mediante un muestro no probabilístico, resulto ser de 318 habitantes.</p> <p><b>Criterio de selección</b> - Personas de 20 a 59 años de edad.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="903 376 1094 474">Variables</th> <th data-bbox="1107 376 1299 474">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="903 483 1101 864" rowspan="3">Variable independiente Cultura turística</td> <td data-bbox="1107 483 1299 685">Conocimientos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1107 694 1299 784">Valores</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1107 792 1299 864">Actitudes</td> </tr> <tr> <td data-bbox="903 873 1101 1366" rowspan="4">Variable Dependiente Turismo gastronómico</td> <td data-bbox="1107 873 1299 990">Turismo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1107 999 1299 1187">Patrimonio gastronómico</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1107 1196 1299 1285">Sostenibilidad</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1107 1294 1299 1366">Producción</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Variable independiente Cultura turística	Conocimientos	Valores	Actitudes	Variable Dependiente Turismo gastronómico	Turismo	Patrimonio gastronómico	Sostenibilidad	Producción	
Variables	Dimensiones													
Variable independiente Cultura turística	Conocimientos													
	Valores													
	Actitudes													
Variable Dependiente Turismo gastronómico	Turismo													
	Patrimonio gastronómico													
	Sostenibilidad													
	Producción													

Fuente: Elaboración propia, 2022

### ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

#### ENCUESTA PARA LA VARIABLE CULTURA TURISTICA DE LA CIUDAD DE CATACAOS 2022

Consentimiento informado:

¿Desea participar y conceder su consentimiento para hacer uso de los datos en la presente averiguación y se publiquen por medio del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo? Por favor marque con una (X) su contestación.	SI	NO
--	----	----

Sexo

- Masculino
- Femenino

Edad: \_\_\_\_\_

Estimado participante:

Reciba usted un cordial saludo, somos estudiantes de la carrera de Administración en turismo y hotelería de la Universidad Cesar Vallejo y la vez invitarlo a responder esta encuesta que tiene como objetivo conocer el conocimiento que tiene usted por la cultura turística de la ciudad de Catacaos. Por lo expuesto en lo anterior se le pide responder con total sinceridad para poder terminar de manera eficiente este proyecto.

#### Instrucciones

- **Leer detenidamente cada pregunta**
- **Marcar con una equis (x) la respuesta que usted crea conveniente**

1. ¿Conoce usted sobre las tradiciones de Catacaos, y los principales atractivos que posee?

1. Si

2. No

3. Tal vez

2. ¿Se siente identificado con las tradiciones de Catacaos al visitarlo?

1. Si

2. No

3. Tal vez

3. ¿Cuántos atractivos turísticos actualmente conoce de la ciudad?

1. Solo uno

2. Dos

3. Más de dos

4. ¿Cuenta a sus amigos sobre los atractivos que ha visitado en Catacaos?

1. Si

2. No

3. Tal vez

5. ¿Siente que vale la pena recomendar Catacaos por sus atractivos?



## ENCUESTA PARA LA VARIABLE TURISMO GASTRONOMICO DE LA CIUDAD DE CATACAOS 2022

Consentimiento informado:

¿Desea participar y conceder su consentimiento para hacer uso de los datos en la presente averiguación y se publiquen por medio del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo? Por favor marque con una (X) su contestación.	SI	NO
--	----	----

Sexo

- Masculino
- Femenino

Edad: \_\_\_\_\_

Estimado participante:

Reciba usted un cordial saludo, somos estudiantes de la carrera de Administración en turismo y hotelería de la Universidad Cesar Vallejo y la vez invitarlo a responder esta encuesta que tiene como objetivo conocer el conocimiento que tiene usted por el turismo gastronómico de la ciudad de Catacaos. Por lo expuesto en lo anterior se le pide responder con total sinceridad para poder terminar de manera eficiente este proyecto.

### Instrucciones

- **Leer detenidamente cada pregunta**
- **Marcar con una equis (x) la respuesta que usted crea conveniente**

1. ¿Qué aspectos de la oferta turística motivaron su visita a Catacaos?
  - a) Recursos naturales
  - b) Gastronomía local
  - c) Clima cálido
2. ¿Considera usted que los insumos locales utilizados en Catacaos convierten a su gastronomía en atractiva?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez
3. ¿Ha sentido una buena interacción en la atención cuando le presentaron los platos típicos en Catacaos?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez

4. ¿Los restaurantes que ha visitado le han brindado una atención de calidad?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez
  
5. ¿En los restaurantes que visito, le ofrecieron una diversidad de platos típicos?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez
  
6. ¿Regresaría a Catacaos para disfrutar de su oferta gastronómica?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez

¡Muchas gracias por la cooperación!

## ANEXO 3: JUICIO DE EXPERTOS



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

Trujillo, 16 de julio de 2022

**Apellido y nombres del experto:** La Riva Vegazzo, Iván

**DNI:** 17914382      **Teléfono:** 948484501

**Título/grados:** Maestría

**Cargo e institución en que labora:** Universidad Nacional de Trujillo, Universidad Privada del Norte,

Universidad Señor de Sipán

**Título:** "Influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos - Provincia de Piura 2022"

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		
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		

Iván La Riva Vegazzo  
DNI 17914382

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

Lima, 18 de octubre de 2022

Apellido y nombres del experto: **ANCELMO GARCIA GARCIA**

DNI: **01146518** Teléfono: **956410578**

Título/grados: **LICENCIADO EN ADMINISTRACION EN TURISMO/MAESTRO EN DIRECCIÓN Y CONSULTORIA TURISTICA**

Cargo e institución en que labora: **DOCENTE TIEMPO COMPLETO / UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

\*título de la tesis\*

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?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	<b>X</b>		CUMPLE CON EL PROPOSITO DE LA INVESTIGACIÓN

SUGERENCIAS: EL INSTRUMENTO PUEDE APLICARSE EN LA PRESENTE INVESTIGACIÓN



FIRMA DEL EXPERTO

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

Lima, 10 de noviembre de 2022

Apellido y nombres del experto: **DEL AGUILA GARCIA BETTY JANNET**

DNI: **18209036** Teléfono: **988833993**

Título/grados: **LIC. EN ADM. EN TURISMO / MAG. GESTION PUBLICA**

Cargo e institución en que labora: **DOCENTE TIEMPO COMPLETO/ UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

"título de la tesis"

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		
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: \_\_\_\_\_



BETTY J. DEL AGUILA GARCIA

18209036

#### ANEXO 4: Prueba piloto Alfa de Cronbach

<b>Estadístico de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa basada en elementos estandarizados	N de elementos
,742	,745	15

*Fuente: Base de datos SPSS, 2022*

## ANEXO 5: Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

Título del proyecto de Investigación: Influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo gastronómico en la Ciudad de Catacaos - Provincia de Piura 2022

Autores: Gallo Salazar, Ana Claudia

Maza Nunura, Angella Carolina

Escuela profesional: Administración en Turismo y Hotelería

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Catacaos, Piura, Perú

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
<b>I. Criterios metodológicos</b>				
<b>1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.</b>	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
<b>2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.</b>	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
<b>II. Criterios éticos</b>				
<b>1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.</b>	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
<b>2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV).</b>	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
<b>3. Ha incluido el ítem del consentimiento informado en el instrumento de recojo de datos.</b>	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----

---

Mgtr. Macha Huamán  
Roberto  
**Presidente**

---

Dr. Fernández Bedoya Víctor  
Hugo  
**Vicepresidente**

---

Dra. Ramos Farroñán  
Emma Verónica  
**Vocal 1**

---

Mgtr. Huamaní Paliza Frank  
David  
**Vocal 2 (opcional)**

## ANEXO 6: CARTA DE AUTORIZACION A LA EMPRESA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### ANEXO 3 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la Organización	RUC: 1071161108
La Cabaña	
Nombre del Titular o Representante legal	Jessica Galan Montano
Nombres y Apellidos: Jessica Galan Montano	DNI:

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7°, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo <sup>(\*)</sup>, autorizo [ ], no autorizo [ ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
"Demanda Turística y Estrategia de Marketing Digital en los Hospedajes del Distrito de Lamas en el año 2022"	
Nombre del Programa Académico:	
Administración en Turismo y Hotelería	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Ofelia Nicole Perez Calle	77048922
Evelyn Paola Rosales Arroyo	71087979

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

#### Lugar y Fecha:

Firma:   
(Titular o Representante legal de la Institución)

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7°, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el agente o director de la organización, para que se divulgue la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, para el caso necesario describir sus características.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ANEXO 3 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV  
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN  
LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización	RUC:
KARIMAR'S	10714424592
Nombre del Titular o Representante legal	
Miriam Galán Montero	
Nombres y Apellidos:	DNI
	411442459

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7°, literal T del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo <sup>1</sup>, autorizo [ ] no autorizo [ ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
"Demanda Turística y Estrategia de Marketing Digital en los Hospedajes del Distrito de Lamas en el año 2022"	
Nombre del Programa Académico:	
Administración en Turismo y Hotelería	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Ofelia Nicole Perez Calle	77048922
Evelyn Paola Rosales Arroyo	71087979

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma:   
(Titular o Representante legal de la Institución)

<sup>(1)</sup> Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7°, literal T: Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mencionar bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, según el Caso 001-2022-VI-UCV, en donde se resolvió con el gerente y director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en las propuestas de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## ANEXO 7: FOTOGRAFÍAS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Fotografía 1: Encuesta a comensal, restaurante “La casona”



**Fuente:** Toma fotográfica, restaurante “La Casona”

**Descripción:** Se observa una comensal del restaurante donde se aplicó la encuesta

## Fotografía 2: Investigadoras encuestando



**Fuente:** *Elaboración propia*

**Descripción:** *Investigadores, aplicando el cuestionario en un restaurante de la ciudad de Catacaos, para identificar conocimientos sobre la cultura turística y el turismo gastronómico.*



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CABEL RABINES JESSICA DEL PILAR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "INFLUENCIA DE LA CULTURA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE CATACAOS-PROVINCIA DE PIURA 2022", cuyos autores son GALLO SALAZAR ANA CLAUDIA, MAZA NUNURA ANGELLA CAROLINA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11.00%, 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 la 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.

PIURA, 14 de Noviembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CABEL RABINES JESSICA DEL PILAR <b>DNI:</b> 18207193 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1882-4441	Firmado electrónicamente por: JCABELR el 30-11- 2022 23:02:00

Código documento Trilce: TRI - 0440262