



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS

**Actitud frente al turismo rural comunitario en estudiantes
del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del
Carmen, Cieneguilla, 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN EDUCACIÓN SECUNDARIA
EN LA ESPECIALIDAD DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO**

AUTORA

Leissy Esther Saavedra Cajahuaringa

ASESOR

Mgtr. José Omar García Tarazona

**PROGRAMA DE COMPLEMENTACIÓN PEDAGÓGICA Y
TITULACIÓN**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Innovaciones pedagógicas

LIMA, PERÚ

2017

Página del jurado

Dr. Hernán Cervantes Lino Gamarra

Presidente

Mgtr. Elvira Emperatriz León Torres

Secretario

Mgtr. García Tarazona José Omar

Vocal

A Dios, por su amor eterno. A mi familia que, con su paciencia, apoyo y comprensión, hizo posible la superación de cualquier adversidad. Ambos constituyen la principal motivación para la elaboración de esta tesis.

Agradecimiento

A Dios, por brindarme la oportunidad de seguir superándome, tanto en lo profesional como en lo personal. A mis amados padres, mi esposo y mi hijo, quienes representan mi fortaleza para seguir adelante. A la Universidad César Vallejo, por acogerme en sus aulas y formarme con profesional en Educación. A mis profesores del Programa de Complementación Pedagógica y Titulación, por sus valiosas enseñanzas durante este tiempo.

Declaratoria de autenticidad

sYo, Leissy Esther Saavedra Cajahuaringa, con DNI n° 44284573, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Educación, Escuela de Posgrado, declaro bajo juramento que toda la documentación que presento en esta investigación es veraz y auténtica.

Por otro lado, declaro también bajo juramento que todos los datos e información presentados en el presente estudio son auténticos y veraces.

Por tal motivo, asumo la responsabilidad y las sanciones que correspondan ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada en esta tesis, razón por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de esta prestigiosa casa de estudios.

Lima, 11 de julio de 2017

Leissy Esther Saavedra Cajahuaringa

DNI n.° 44284573

Presentación

Señores miembros del jurado calificador:

En cumplimiento con las normas del Reglamento de Grados y Títulos para optar el título de Licenciado en Educación, por la Universidad César Vallejo, pongo a vuestra consideración la tesis titulada *Actitud frente al turismo rural comunitario en estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017*.

En esta investigación se ha realizado una descripción de los resultados hallados en torno a la medición de la variable Actitud, respecto de sus tres dimensiones: cognitiva, afectiva y conductual.

La información se ha organizado en seis capítulos, de acuerdo al esquema de investigación propuesto por la Universidad. En el capítulo I, se presenta el planteamiento del problema. En el capítulo II, se considera el marco referencial. En el capítulo III, se describen las variables. En el capítulo IV, se plantea el marco metodológico. En el capítulo V, se muestran los resultados. En el capítulo VI, se considera la discusión. Finalmente, se brindan las conclusiones, recomendaciones, las referencias y los anexos de la investigación.

La autora

Índice

	pág.
Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Lista de tablas.....	ix
Lista de figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xiii
Introducción.....	xiv
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Realidad problemática.....	2
1.2 Formulación del problema.....	5
1.2.1 Problema general.....	5
1.2.2 Problemas específicos.....	5
1.3 Objetivos.....	6
1.3.1 Objetivo general.....	6
1.3.2 Objetivos específicos.....	6
1.4 Justificación.....	7
1.4.1 Justificación teórica.....	7
1.4.2 Justificación práctica.....	8
II. MARCO REFERENCIAL	
2.1 Antecedentes.....	11
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	11

2.1.2 Antecedentes nacionales.....	13
2.2 Marco teórico.....	16
III. VARIABLE	
3.1 Identificación de la variable.....	34
3.2 Descripción de la variable.....	34
3.2.1 Definición conceptual.....	34
3.2.2 Definición operacional.....	34
3.3 Operacionalización de la variable.....	35
IV. MARCO METODOLÓGICO	
4.1 Tipo de estudio y diseño de investigación.....	37
4.2 Población.....	38
4.3 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	39
4.4 Validez y confiabilidad del instrumento.....	42
4.5 Procedimiento de recolección de datos.....	44
4.6 Métodos de análisis e interpretación de datos.....	45
V. RESULTADOS	
5.1 Presentación de resultados.....	47
VI. DISCUSIÓN	
Discusión de resultados.....	52
Conclusiones.....	54
Recomendaciones.....	56
Referencias.....	58
Apéndices.....	62

Lista de tablas

	pág.
Tabla 1. Matriz de operacionalización de la variable.....	35
Tabla 2. Distribución de la población.....	39
Tabla 3. Validación de juicio de expertos.....	42
Tabla 4. Confiabilidad de Actitud.....	43
Tabla 5. Variable Actitud frente al turismo rural comunitario.....	47
Tabla 6. Resultados de la dimensión cognitiva.....	48
Tabla 7. Resultados de la dimensión afectiva.....	49
Tabla 8. Resultados de la dimensión conductual.....	50

Lista de figuras

	pág.
Figura 1. Variable actitud.....	47
Figura 2. Dimensión cognitiva.....	48
Figura 3. Dimensión afectiva.....	49
Figura 4. Dimensión conductual.....	50

Resumen

La presente investigación titulada *Actitud frente al turismo rural comunitario en estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017*, tiene como propósito comprobar el nivel de actitud en los estudiantes respecto de las tres dimensiones de la variable: cognitiva, afectiva y conductual.

La metodología empleada en la elaboración de esta tesis estuvo centrada en un enfoque cuantitativo. Es una investigación de tipo básica que usa el método descriptivo. El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 24 estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, en Cieneguilla. Se ha utilizado la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, cuya finalidad fue obtener información respecto de la actitud de los estudiantes frente al turismo rural-comunitario.

Entre los resultados obtenidos respecto de la variable actitud, se aprecia que el 25% (6) de estudiantes ha manifestado tener una actitud favorable frente al turismo rural-comunitario, mientras que el 75% (18) de los estudiantes ha revelado tener una actitud neutra. Estos resultados responden al objetivo de determinar cuál es la actitud de los estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla. Sin embargo, es de gran importancia para el desarrollo del turismo rural-comunitario, debido a que busca valorar lo nuestro y a promover la identificación de sus habitantes con sus atractivos turísticos. Estos datos servirán para posteriores estudios, pues brinda información importante

acerca del porcentaje de estudiantes que aún demuestran una actitud indiferente o de rechazo frente a este tipo de turismo.

Palabras clave: actitud, turismo rural comunitario.

Abstract

The present research is titled: Attitude towards rural-community tourism in students of 5th grade of the Educational Institution Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017. In the development of the research the aim was to check the level of attitude in students Taking into account the three dimensions of the variable: cognitive, affective and behavioral.

The methodology used in the development of this thesis was focused on a quantitative approach. It is a basic research using the descriptive method. The design of the research is non-experimental cross-sectional. The population has been composed of 24 students from 5th grade of the educational institution Virgen del Carmen in Cieneguilla. The survey technique was used as well as the instrument through a questionnaire whose purpose was to obtain information regarding students' attitude towards rural-community tourism.

Among the results obtained, with respect to the attitudinal variable, we can see that 25% (6) of students have shown a favorable attitude towards rural community tourism, while 75% (18) of students have revealed to have a Neutral attitude These results respond to the objective of determining the attitude of the students of 5th grade of the educational institution Virgen del Carmen in Cieneguilla. However, it is of great importance for the development of community-based rural tourism, which seeks to value our own and the identification of its inhabitants, and for subsequent studies, have a precise data about the percentage of students who still show an indifferent attitude or rejection in front of this type of tourism.

Key words: attitude, community rural tourism.

Introducción

La presente investigación toma como referencia al rol fundamental que tiene la actitud en la etapa escolar adolescente, pues el resultado favorable, neutro o desfavorable de la misma ha de determinar la afinidad o la indiferencia de los estudiantes frente al turismo rural-comunitario de su localidad. Por tal motivo, la finalidad de este estudio es determinar el nivel de actitud de los estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla.

En ese sentido, el informe final de esta investigación se encuentra organizado en seis capítulos. El capítulo I describe la realidad problemática, seguida de la formulación del problema, la justificación y los objetivos. El capítulo II contiene el marco referencial, los antecedentes del estudio y el marco teórico. El capítulo III expone los aspectos de la variable en estudio y la forma en que se operacionaliza. El capítulo IV detalla el marco metodológico, la metodología que ha sido empleada, el tipo de estudio, el diseño de investigación, la población, la técnica, el instrumento de recolección de datos, la validación, la confiabilidad del instrumento, los procedimientos de recolección de datos y los métodos de análisis y de interpretación. El capítulo V muestra los resultados que responden a los objetivos planteados al inicio de la investigación, mientras que el capítulo VI presenta la discusión respecto de los datos obtenidos. Finalmente, se brindan las conclusiones, las recomendaciones, las referencias y los anexos de la investigación.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Realidad problemática

El turismo rural comunitario es considerado como una actividad turística que se desenvuelve en el medio rural, de modo planeado y razonable, apoyada en la colaboración de las localidades constituidas en beneficio de la localidad, siendo la cultura rural un elemento clave del producto (Mincetur, 2015, párr. 2).

Es evidente que la actividad turística favorece a muchas localidades a nivel internacional, nacional y local; por lo tanto, se trata de un recurso que genera inclusión social y oportunidad de desarrollo económico a familias rurales a través de sus productos o servicios.

Por otro lado, los exponentes del llamado turismo rural internacional son conformados por Francia, con su tour de Fromage; España, con la ruta del vino en las Rías Baixas de Galicia; e Italia, específicamente en la zona del volcán Etna en Sicilia, en cuyas faldas los lugareños implementaron una ruta de búsqueda y recojo de hongos en la montaña. (Roig, 2014, párr. 1).

De acuerdo a lo manifestado en el párrafo anterior, se puede precisar que Europa es posiblemente el territorio del planeta con mayor progreso en la ejecución de alternativas de turismo rural. Sin embargo, aún falta trabajo por gestionar y generar actividades de desarrollo.

El Perú es un país pluricultural y multilingüe, con un enorme patrimonio arqueológico y arquitectónico. Los recursos anteriormente mencionados se constituyen en contextos favorables para el incremento financiero nacional a través del turismo rural, incluso en lugares

abatidos económicamente. El turismo rural en nuestro país puede ofrecerle al turista una extraordinaria práctica vivencial e interactiva con los atractivos de la localidad, aparte de estimular la valoración del patrimonio nacional.

Cabe resaltar, por otro lado, que el objetivo general del turismo rural comunitario es favorecer el desarrollo económico del Perú desde las zonas rurales. (Mincetur, 2015, párr. 4). En este sentido, el turismo rural-comunitario ha generado que muchas familias se beneficien debido a que sus comunidades cuentan con diversidad en recursos naturales y atractivos culturales, elementos que las convierten en un territorio con gran viabilidad para el progreso y surgimiento de numerosas actividades.

Cieneguilla es un distrito turístico y ecológico ubicado al sur este de Lima. En la actualidad, en este lugar se vienen desarrollando trabajos de investigación del *Qhapaq Ñan*. También se están ejecutando labores de sensibilización con las poblaciones aledañas para avalar la sostenibilidad del proyecto y el resguardo del patrimonio cultural.

A pesar de ser un distrito en cuyo contexto se pueden aprovechar actividades turísticas, existe un gran desconocimiento por parte de la población -sobre todo por parte de los estudiantes- de la cultura turística. Este desconocimiento se debe a la pésima tarea realizada por los mandos distritales y a la escasa sensibilización e identificación de los lugareños en implantar la actividad turística como un medio de progreso para sus familias, e intensificar de la mejor forma la riqueza local.

Ante esta situación, la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla ha implementado una tarea de sensibilización a sus estudiantes de 5.º de secundaria, en las áreas de ciencias sociales y en todas las áreas posibles, donde un cierto número de estudiantes se sienten realmente identificados y con buena actitud mientras que otros no muestran ningún tipo de interés durante las visitas, salidas y exposición del docente.

Aun tratándose de una institución particular, cuya población estudiantil no es tan numerosa, se ha considerado sumamente necesario e importante no esperar que el problema se incremente aún más, pues ya se aprecia una falta de identificación, sensibilidad y valoración frente al turismo rural comunitario, incluso una cierta indiferencia ante evidencias que se refieren a la protección y apreciación de los recursos culturales.

Por lo mencionado en el párrafo anterior, podemos concluir que si la problemática perdura y el turismo rural-comunitario no se realiza de modo apropiado, podríamos correr el riesgo de que nuestras raíces e historia sufran cambios que puedan afectar el desarrollo, e incluso que estos emprendimientos no alcancen el progreso del turismo rural-comunitario.

Es esto lo que, en última instancia, buscamos aportar en el contexto social y turístico donde realizamos nuestro trabajo. Todo auténtico educador es consciente de la complejidad de la labor docente, más todavía cuando los estudiantes cada día valoran y se identifican más con otras culturas y costumbres que con la suya propia, lo cual constituye una seria amenaza a nuestra identidad nacional.

Por lo tanto, una de las propuestas de solución a la problemática planteada es el desarrollo de un trabajo turístico integrador y comprensivo, el cual cuente con el apoyo activo de toda la comunidad que se encuentran interesada en la actividad turística, además de las actitudes y buenas gestiones políticas de las autoridades. La suma de estos factores generará mayores beneficios económicos para lograr una calidad de vida razonable.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general:

¿Cuál es el nivel de actitud frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017?

1.2.2 Problemas específicos:

¿Cuál es el nivel de actitud cognitiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017?

¿Cuál es el nivel de actitud conductual frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017?

¿Cuál es el nivel de actitud afectiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general:

Describir el nivel de actitud frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017.

1.3.2 Objetivos específicos:

Describir el nivel de actitud cognitiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017.

Describir el nivel de actitud conductual frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017.

Describir el nivel grado de actitud afectiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017.

1.4 Justificación

Según Méndez (como se citó en Cruz, 2015, párr. 2), la justificación de la investigación puede ser de carácter teórico, práctico o metodológico.

1.4.1 Teórica

La forma céntrica de la localidad peruana, tan igual que su economía, casi siempre cuenta con los mismos lugares turísticos: Arequipa, Huaraz, Chiclayo, Cuzco, Iquitos, Lima, Ica, Puno y Trujillo. A pesar de haber permuta cultural y fortalecimiento de nuestras raíces, además de realzar la calidad de vida del lugareño, nos falta comprensión de la concepción financiera del turismo; solo de esta manera podremos realizar una toma de decisiones oportunas, las que ayudarán a desarrollar actitudes disciplinarias dirigidas a mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Justificamos la realización de este trabajo, porque mediante el estudio y profundización del tema de la actitud frente al turismo rural-comunitario se pretende dar a conocer a los estudiantes una nueva alternativa de turismo, con el fin de sensibilizar y originar una nueva reflexión en torno a la variable de nuestro estudio.

Por otro lado, muchas de las investigaciones en el ámbito de la psicología social revelan el valor del estudio de las actitudes, ya que su comprensión compone potencialmente un punto de inicio para alcanzar, a largo plazo, una transformación de las conductas.

1.4.2 Práctica

Sin lugar a dudas, el turismo contribuye con el progreso de la calidad de vida de los lugareños de las comunidades. Así, este trabajo de investigación es considerado conveniente debido a la importancia del tema con los pobladores y, sobre todo, en la etapa de formación escolar. Los resultados que se adquieran servirán para conocer cuál es el grado de actitud predominante en los estudiantes frente al turismo rural comunitario; en base a dicha averiguación, se podrán efectuar estudios posteriores que permitan modificar las conductas neutras o desfavorables, y a comprobar las causas reales de la aparente indiferencia frente al turismo rural-comunitario.

En la actualidad, el turismo es una actividad que genera ingresos económicos tanto a nivel internacional, nacional como local, y es un instrumento para obtener diversos tipos de desarrollo, como el aumento del empleo, preservación del patrimonio cultural e incremento de la pequeña compañía.

A nivel social, la actividad turística implica la participación activa de la población, pues los distintos proyectos permitirán el desarrollo sostenible de la localidad, a través de servicios de alojamiento, alimentación y recreación para el turista. Estas actividades deben ser

de calidad y atractivas tanto para el turista internacional, nacional y local, debido a que busca salir de su rutina por un breve tiempo con una pequeña inversión.

1.4.3 Metodológica

La metodología empleada en esta investigación es de tipo básica, con un nivel descriptivo. El presente estudio pretende medir el grado de actitud de un grupo de estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla. En este sentido, se busca que este trabajo sirva como base para posteriores estudios, en los cuales se aplique la misma metodología de investigación, pues en la actualidad resulta de mucha importancia que los docentes y los estudiantes manejen información de lugares que se puedan visitar en su comunidad, y así desarrollen al máximo los conocimientos y actitudes frente a un turismo rural-comunitario en crecimiento.

II. MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

En las indagaciones realizadas para la elaboración del presente estudio no se ha encontrado la cantidad suficiente de antecedentes, ni internacionales ni nacionales, que hagan referencia concretamente a la variable de estudio y su contexto. Motivo por el cual se ha tomado en cuenta información igual de relevante, pero que no hace referencia directamente al mismo objeto de estudio. Sin embargo, existen varias investigaciones que tocan el tema del turismo y la actitud de los estudiantes de acuerdo a sus distintos lugares de procedencia.

2.1.1 A nivel internacional

Díaz y Pérez (2009), en su investigación denominada *Identidad regional: Un estudio en grupos de jóvenes de Pinar del Rio, Cuba*, se plantearon el objetivo de establecer el proceso de apropiación de la identidad regional en jóvenes educandos universitarios. El estudio fue de tipo cualitativo y tuvo como muestra a 50 estudiantes de tercero y cuarto año de la carrera Socioculturales, a quienes se aplicó la encuesta respectiva. Los resultados establecen que los estudiantes adquieren apropiación de la identidad regional por una cadena de contenidos autovalorativos que inciden en una autoestima positiva, independencia social, expresiones de estima hacia los pobladores de la región, palabras que demuestra afectos de cariño de los pinareños con su contexto sociocultural y la satisfacción de ayudar a los demás. Finalmente, se concluyó que los estudiantes se identifican con su región y la apropian. Esta valoración positiva alimenta la decencia y la jactancia por pertenecer a Pinar del Rio. Por otro lado, también se observó que los jóvenes perciben que su historia no cuenta con sucesos políticos

que tienen las otras regiones, pero ante el paisaje, el sentido de identidad es fuertemente valorado, a diferencia de otras regiones.

Por su parte, Valenzuela (2007), en su tesis titulada *Estrategias e instrumentos para el desarrollo sostenible del turismo rural*, manifiesta que los efectos negativos o positivos brotan conforme se van estableciendo los proyectos. Con el pasar del tiempo, se ha podido revelar que la clave del éxito de los proyectos turísticos, y principalmente rurales, reside en la programación, formación e inspección de dichos proyectos, los cuales deben tener en consideración los reglamentos y normas que procuren el bienestar de todos a través de un desarrollo sostenible. Dicho desarrollo puede ser posible no solamente a través de la planificación y organización de proyectos, sino también del empleo de herramientas y equipos que estén de acuerdo a la realidad del turismo rural de cada región. Teniendo en consideración que cada región tiene sus propias peculiaridades, la aplicación de estas herramientas deben adaptarse al medio en el que se desarrollan.

Soto, Vergara y García (2006), en su investigación denominada *Cultura turística en el Puerto de Veracruz*, se plantearon como objetivo determinar la relevancia de la cultura turística en los niños del 4.º, 5.º y 6.º grado de las escuelas primarias de Veracruz. Su investigación fue de tipo descriptiva y explicativa, con un diseño pre experimental. La muestra estuvo conformada por 338 estudiantes, a quienes se aplicó una encuesta diseñada para el recojo pertinente de información. La averiguación tuvo como resultado que los infantes encuestados aprecian de manera individual y diferente la cultura turística; no todos tienen el mismo grado de conocimiento, por lo tanto, el aprecio y la forma de identificarse con el patrimonio natural de su localidad varían de acuerdo a la personalidad de cada uno y se

encuentra en proceso de evolución. También se identificó que la población es el principal representante social que influye en el conocimiento turístico de los niños a través de los medios de comunicación. Por otra parte, se logró conocer que para que los niños de nivel primaria se sientan identificados con la sociedad a la que pertenecen, es necesario conocer el patrimonio natural y cultural de su comunidad.

2.1.2 A nivel nacional

Gastulo (2011) desarrolló una tesis con el objetivo de determinar las principales características de la identidad lambayecana y proponer un programa de turismo escolar vivencial en los estudiantes del 5.º grado de secundaria de la I. E. Juan Manuel Iturregui de Lambayeque. Su investigación tuvo un diseño de estudio mixto (cualitativo y cuantitativo), con fases exploratoria y descriptiva, y de diseño secuencial. Su muestra estuvo conformada por 37 alumnos, a quienes se les realizó una entrevista y posteriormente se les aplicó un cuestionario. Los resultados demuestran que existe un gran sentido de identidad, dado que el 73% de los alumnos reveló sentirse orgulloso de ser lambayecano, mientras que el 27% expresó lo contrario; en lo referente al área territorial, el grado de conocimiento es bajo; en cuanto a conciencia turística, se obtuvo que el 49% de los estudiantes expresan sus anhelos de mostrar a los demás que Lambayeque es distinto a lo que se piensa desde fuera, mientras que el 51% cree lo contrario; finalmente, en lo concerniente al conocimiento de las potencialidades turísticas de la región Lambayeque, este fue positivo, pues claramente se manifiesta que sí existe conocimiento, ya que 68% opina que Lambayeque es una ciudad que

debe ser popular y conocida por personas de fuera, a diferencia del 32% que piensa lo contrario.

Por otro lado, Carranza y Luján (2010), en su investigación titulada *Comunicación e identidad cultural en los adolescentes del caserío de Conache, distrito de Laredo, provincia de Trujillo, región La Libertad*, se planteó como objetivo general identificar cuáles son las prácticas comunicacionales que intervienen en la construcción de la identidad cultural de los adolescentes en Conache, basado en un enfoque culturoológico. El diseño de estudio fue de tipo cualitativo, para el cual se empleó el método etnográfico. La muestra estuvo conformada por 30 estudiantes del 1.º al 5.º de secundaria de la I. E. 80869 Almirante Miguel Grau Seminario. A este grupo, cuyas edades fluctúan entre los 11 y 19 años, se le aplicó una encuesta a modo de entrevista. La investigación muestra que la interacción de los adolescentes con sus progenitores y familiares, establece la existencia de estándares culturales tradicionales, con algunas características socioculturales urbanas que se añaden en su identidad. También señalan la gran influencia que causan los medios de comunicación en la adquisición de maneras de expresión oral, agrados y particularidades en el arreglo personal; sin embargo, el empleo de estos medios de comunicación es importante para el logro de sus objetivos académicos, familiares y sociales. En definitiva, las prácticas comunicacionales que interceden en la cimentación de la identidad cultural en los adolescentes del caserío de Conache, se basan en las interrelaciones familiares, ya que la gran mayoría de ellos tienen una estrecha comunicación y confianza con sus progenitores. Por otro lado, en lo concerniente al uso de medios de comunicación tradicionales, la mayoría de los adolescentes prefieren la televisión y la radio, y en cuanto a las nuevas tecnologías, la mayoría posee y usa celulares, fundamentalmente para satisfacer las necesidades de comunicación familiar, pero optan por

preferir la computadora por ser necesaria en el cumplimiento de sus obligaciones y deberes escolares.

Por su parte, Gil y Tuesta (2005) ejecutaron un proyecto de investigación en la ciudad de Chiclayo, con el objetivo de llevar a cabo la aplicación de un diseño curricular diversificado del área de Historia Regional para mejorar la identidad cultural lambayecana en los estudiantes del 2.º grado de secundaria de la I. E. Federico Villareal. La investigación corresponde a un diseño cualitativo del tipo investigación- acción, que admite solucionar complicaciones prácticas identificadas en los estudiantes. Su muestra estuvo integrada por 207 alumnos en total (104 varones y 103 mujeres), cuyas edades fluctúan entre 12 y 14 años. A este grupo se les aplicó una encuesta diagnóstica que permita conocer la identidad cultural de los estudiantes. Este proyecto radicó en la planificación de una propuesta curricular con dinamismos perfeccionados en el aula y otras actividades que se ejecutaron extracurricularmente, el cual contó con la colaboración no solo de los estudiantes, sino también de los profesores, familiares y otras instituciones educativas del ámbito local. Los resultados conseguidos expresan una preferencia de mejora de la identidad cultural, manifestándose en el logro de contenidos, cualidades y conductas visibles de los alumnos en las diferentes actividades planificadas en esta averiguación. Entonces, la aplicación del Diseño Curricular Diversificado del área de Historia Regional, permitió mejorar significativamente la identidad cultural lambayecana en los estudiantes.

2.2. Marco teórico

2.2.1 La actitud

En las ciencias humanas, la actitud es un tema bastante estudiado y posee una heterogeneidad de conceptos. A continuación, brindaremos algunos de sus postulados.

Rosenberg y Hovland (citados por López, Martín, Rodríguez, Aguayo y Sánchez, 2002), mencionan que la actitud es una predisposición que lleva a la persona a responder frente a ciertas formas de estímulo con algún tipo de respuesta (p. 33). Esta definición constituye la base de muchas averiguaciones que examinan a profundidad el estudio de las actitudes.

Según Secord y Backman, (citados en León y otros, 1964), “la actitud concierne a irrefutables regularidades de las emociones, ideologías y preferencias de un sujeto a actuar hacia algún aspecto del medio” (p. 13). En otras palabras, la actitud va a depender no solo del entorno, sino también de cada persona de acuerdo a los sentimientos que albergue y los pensamientos y la predisposición que pueda mostrar frente a cualquier situación.

Por otro lado, Fishbein y Ajzen (citados en Bolívar, 1995) asumen que “la actitud es una preferencia asimilada para expresar voluntariamente, de modo favorable o desfavorable, sus preferencias respecto del objeto de la actitud” (p. 72). De acuerdo a lo manifestado, se entiende que la actitud es la voluntad o preferencia que tiene cada individuo de modo consiente, y que puede ser propicia de acuerdo a la situación.

Del mismo modo, Allport (1935) menciona que “una de las enunciaciones que han valido de referencia para la actitud, es la de un periodo mental de disposición para reconocer que ejerce un predominio directo sobre la conducta respecto de los contextos con los que se relaciona” (p. 843). Esta definición refiere que el individuo tiende a reaccionar de maneras distintas, dependiendo de la situación o realidad presentada.

Según Cook y Selltiz (citados en Summers, 1976), “la actitud es una habilidad primordial que intercede en la determinación de las creencias, sentimientos y acciones de aproximación-evitación del sujeto en relación a una cosa” (p. 16). En tal sentido, la actitud se establece fundamentalmente por algunos factores determinantes como las ideologías, sentimientos e incluso acciones frente a una situación o realidad determinada.

Por otro lado, Marín (1976) menciona que la actitud “es la disposición intacta del individuo para reaccionar ante determinados valores” (p. 69). Esta afirmación nos hace comprender que la actitud está en constante cambio porque nuestras formas de manifestarlos dependerán mucho de los bienes o productos que nos ofrecen o que se encuentran a nuestra disposición.

Para Thurstone (como se citó en Summers, 1976), “la definición de actitud denota la adición total de ideologías y emociones, prejuicios o distorsiones, nociones preconcebidas, opiniones, desconfianzas, intimidaciones y convicciones de un sujeto acerca de cualquier asunto concreto” (p. 158).

Todas las definiciones anteriores conciben a la “actitud” como la manera de comportarse frente a algo o alguien. Podemos expresarnos, reaccionar, mantener una postura adecuada o inadecuada; todo lo que mostremos al exterior será muestra de la actitud inherente a cada ser humano, único e irrepetible.

En este sentido, Kidder y Campbell (citados en Summers, 1976) complementan que “una muchedumbre de términos aparentemente no relacionados como pulsión obtenida, fe, reflejo condicionado, firmeza, prudencia, estereotipia, valencia, son sinónimos funcionales del concepto de actitud” (p. 13). Frente a esta diversidad de términos, podemos afirmar que la actitud se aprende día a día, se desarrolla y se adapta de acuerdo a la personalidad de cada individuo y a la situación en la que este se ve inmerso.

Según Petty y Cacioppo (como se citó en León y otros, 1998), “la definición de actitud hace referencia a una emoción general, permanente positivo o negativo, hacia algún individuo, cosa o problema” (p. 118). Basándonos en este concepto, cada ser humano tiene la cualidad de reaccionar, de una u otra manera, de acuerdo al contexto que se presenta.

Por otro lado, “las actitudes son las prácticas según las cuales el individuo está bien o mal dispuesto hacia sí mismo y hacia otro ser; son las maneras que se tiene para actuar ante los valores. En fin, son los resultados del predominio de los valores en nosotros” (Alcántara, 1988, p. 9). Entonces la actitud es esa predisposición del individuo para actuar bien o mal ante otro individuo o sociedad. Claramente se resalta la importancia del carácter unitario del ser humano, cuyas creencias, sentimientos y quehaceres lo hacen responsable de sus actos.

Para Eagly y Chaiken (citados en Morales, 1999), “la actitud es una predisposición psicológica que se manifiesta mediante la valoración de una entidad (u objeto) concreta con cierto nivel de favorabilidad o desfavorabilidad” (p. 194). Bajo esta perspectiva, la actitud puede evaluarse desde una tendencia psicológica; de este modo cada individuo podrá analizar su carácter ante distintas situaciones o realidades, conociendo que los resultados no siempre van a ser favorables.

Por otro lado, “las actitudes son componentes que interceden en una acción, una tendencia comportamental obtenida hacia alguna cosa o contexto” (Bolívar, 1995, p.72). Esta definición nos permite comprender que no podemos calificar la actitud de una persona como una característica perpetua, debido a que los individuos pueden actuar de forma positiva o negativa, de acuerdo a las circunstancias.

Según Schunk (1997), “las actitudes son dogmas internos que intervienen en los actos particulares y que expresan características como la generosidad, la honestidad o los hábitos de vida saludables” (p. 392). Es decir, la actitud del individuo varía de acuerdo a una serie de factores que influyen fuertemente en importantes comportamientos; así como pueden sacar un lado negativo de nosotros, también pueden mostrar sentimientos de afecto que estén acorde a nuestros valores y sentimientos.

Según lo propuesto por Morris (1997), “una actitud es una organización respectivamente estable de credos, emociones y predisposiciones hacia algo o alguien que constituye el objeto de la actitud” (p. 608). Ciertamente, la actitud es el florecer de sentimientos y creencias que tenemos; esto se demuestra en cada una de nuestras acciones.

Por su parte, Martínez (1999) complementa lo siguiente respecto de la actitud.

La definición de actitud hace referencia a las concepciones fundamentales relativas a la naturaleza del ser humano, involucra ciertos elementos morales o humanos y exige una responsabilidad propia; se define como una predisposición o tendencia firme a percibir y reaccionar en un sentido. (p. 181)

De acuerdo a lo señalado, podemos deducir que, efectivamente, la actitud se construye, se adopta, se aprende y se demuestra constantemente a través de nuestra reacción ante cualquier situación, considerando el respeto, confianza, tolerancia, etc. Eso significa que no podemos juzgar a un individuo en una sola muestra de actitud negativa, pues tal vez no siempre se comporte de esa manera.

Por otra parte, Sanmartí y Tarín (1999) añaden que “hablamos de actitud cuando nos describimos a una generalidad hecha a partir de observar reiteradamente un mismo tipo de conducta. Generalmente, detrás de un conjunto de actitudes se pueden identificar valores” (p. 56). Entonces no podemos generalizar nuestra actitud bajo una sola percepción, pues necesitamos ver en repetidas ocasiones el mismo comportamiento para así poder evaluar una actitud, la misma que debe tomar en consideración la familia, la sociedad y los valores.

Para Morales (2000), la actitud es una “tendencia aprendida, no inherente y estable, aunque puede cambiar y reaccionar de una manera valorativa, favorable o desfavorable ante

una cosa, individuo o situaciones determinadas” (p. 24). Bajo esta perspectiva, podemos considerar que no se nace con una actitud predeterminada y mucho menos es hereditaria, todo lo contrario, es aprendida a lo largo de las situaciones que se nos presenta; estas pueden ser aceptadas o rechazadas y dependerán del grupo, individuo, entorno social o cultural.

Según Muchielli (2001), “una actitud es una disposición general del modo de ser de un actor social (individuo o grupo) ante ciertos elementos del mundo (llamados objetos nodales)” (p. 151). En otras palabras, la actitud está orientada al factor social en el que vivimos, pues ciertos elementos del mundo intervienen en formar nuestra actitud, coincidiendo así con muchas definiciones que otros autores han mencionado.

Sobre este punto, Lozano (2015, pp.19 – 20.) menciona que se pueden deducir una sucesión de aspectos primordiales de la orientación multitudinaria que expresa las actitudes en función de sus discrepancias individuales y sociales. Enfatiza entre estos aspectos:

1. Las actitudes son obtenidas. Todas las personas llegan a determinada situación con una reseña de interacciones asimiladas en contextos anteriores (Tejada y Sosa, 1997, p. 2). De este modo, una actitud se considera una serie de manifestaciones conductuales obtenidas a través de la costumbre de nuestra vida individual o grupal, la misma que mostramos cuando se nos presenta una determinada situación.
2. Envuelven un gran compromiso cariñoso y apasionado que irradia nuestras aspiraciones, energía y emociones. Haciendo referencia a emociones que se irradian en nuestra forma

de proceder, recalcando las costumbres subjetivas que los determinan entre los estados íntimos y externos del contexto.

3. La mayor parte de los conceptos se enfocan en el ambiente evaluativo de las actitudes, relacionándolas con reflexiones o apreciaciones que transportan la representación del individuo y que involucran actos de aprobación o desaprobación hacia él mismo.
4. Las actitudes simbolizan contestaciones de forma elegible ante valores que se inspeccionan, califican, admiten o refutan. Las actitudes están encaminadas hacia algo o alguien, es decir, simbolizan entes en términos evaluativos de ese algo o alguien. Según Eagly y Chaiken (como se citó en Morales, 1999), “cualquier objeto que se puede cambiar en cosa de pensamiento también es susceptible de transformarse en objeto de actitud” (p. 195).
5. Las actitudes son apreciadas como dimensiones múltiples, pues contienen un variado espíritu de respuestas tanto de índole afectuosa, cognitiva y conductual.
6. Las actitudes son prácticas internas y no pueden ser exploradas verdaderamente, sino a través de sus contestaciones visibles.
7. La trascendencia social de las actitudes puede ser concluyente en los planos particular, individual y social. Las actitudes se pronuncian mediante expresiones llenas de elementos evaluativos, como un suceso social que es considerado en un período y tiempo determinados.

8. Las actitudes componen aprendizajes que son asimilados, reorientados e incluso transformados; en una palabra, instruidas por otro individuo o sociedad.
9. Las actitudes están relacionadas íntimamente con el comportamiento, pero no es la conducta misma; demuestran una predisposición a la acción, se puede mencionar que poseen un carácter preconductual.
10. Las actitudes deben tener en cuenta elementos colindantes a ellas como los valores, los sentidos, la destreza, la costumbre, entre otros. Las actitudes se distinguen de los valores en el grado de los credos que las componen; los valores hacen referencia a cosas o contextos, mientras que las actitudes se ciñen en cosas, individuos o contextos determinados.

Por estas razones expuestas, las actitudes, a pesar de ser uno de los pilares de la psicología social, han ido alcanzando un gran estudio e implicación en el campo educativo.

2.2.2. Dimensiones de la actitud

Las actitudes, como objeto de estudio, son complementadas por ciertos elementos que los estudiosos de la psicología social han denominado componentes. Sin embargo, cabe resaltar que a lo largo de la historia no se ha encontrado igualdad de ideología entre los investigadores, lo cual se demuestra en la existencia de diversas teorías.

Rosenberg y Hovland (como se citó en López, Martín, Rodríguez, Aguayo y Sánchez, 2002) mencionan que las actitudes poseen tres componentes básicos: el cognitivo (hace referencia a las creencias que se poseen del objeto), el afectivo (entiende los sentimientos de agrado o desagrado en relación al objeto) y el conductual (que se puede visualizar en las intenciones de conducta) (p. 33).

Por otro lado, Pacheco (1989) manifiesta que, ciertamente, los componentes de las actitudes son tres; dos coinciden con lo ya mencionado y uno es diferente de lo propuesto en los estudios. Se trata de los componentes cognoscitivos, afectivos y motivacionales (p. 20).

Por su parte, Nevid (2010) sostiene que la mayoría de los psicólogos sociales consideran que el constructo actitud está integrado por tres elementos: 1. Las cogniciones (hace referencia al conjunto de creencias), 2. Las emociones (sentimientos de lo que le agrada o desagrada) y 3. Las conductas (inclinaciones a actuar de forma positiva o negativa) (p. 597).

En la presente investigación se tomará como referencia la teoría de Rosenberg y Hovland. Este postulado permitirá estudiar la actitud de los estudiantes frente al turismo rural comunitario a partir de sus tres componentes ya señalados: el cognitivo, el afectivo y el conductual.

a) Componente cognitivo

Según Roiel (2006, párr. 2), la actitud cognitiva hace mención al grupo de creencias de la persona. Es la información que la persona posee sobre el objeto, lo que sabe o cree saber

sobre él, su modo de personalizarlo y las clases en las que lo incluye. Para intervenir en esta actitud es necesario contribuir a nuevos conocimientos y experiencias en el individuo.

No obstante, existe una controversia de causa entre actitud e información. De alguna manera, nuestra actitud es influenciada por la información que recibimos. Por otro lado, la forma en la que recibimos la información depende mucho de la actitud que mostremos, por ejemplo, al desconocer o desnaturalizar la información que recogemos al enfrentarlas con nuestras creencias ya determinadas.

Pérez y Gardey (2012) mencionan que el progreso cognitivo se enfoca en los procedimientos sabios y en las conductas que derivan de estos procesos. Este perfeccionamiento representa la voluntad de los individuos por comprender la situación y desenvolverse en la sociedad, motivo por el cual los seres humanos nos adaptamos al ambiente (párr. 3).

En otras palabras, el componente cognitivo, conocido también como desarrollo cognoscitivo, está relacionado con el conocimiento que un individuo va adquiriendo gracias a las experiencias y a toda la información que adquiere; esto le ayudará a incorporarse e interactuar en sociedad, no solo en la que está acostumbrada, sino también en otro tipo de ambiente.

Según Morris y Maisto (2001), “los psicólogos emplean el término cognición para designar todos los procesos con los cuales adquirimos y usamos información” (p. 223). En este sentido, el autor asocia el término cognitivo a la comprensión, conocimiento y creencias

intelectuales que el individuo tiene de cualquier cosa, ambiente, acontecimiento o componente.

Sobre el componente cognoscitivo, Krech, Crutchfield y Ballachey (citados en Chuquiruna, 2017) manifiestan lo siguiente:

Es un grupo organizado de conocimientos, creencias, expectativas y opiniones que posee un individuo sobre un determinado objeto. Los mencionados conocimientos constituyen juicios de valor, es decir, una valoración positiva o negativa del objeto en cuestión. Influyen en este componente las creencias que tiene un individuo respecto de las formas adecuadas o inadecuadas de reaccionar frente a un objeto (p. 40).

De acuerdo a lo referido, es importante mencionar que en el contexto actual las creencias y costumbres de antaño se están perdiendo; a través de ciertos prejuicios los jóvenes se dejan influenciar por terceras personas. Entonces se hace necesario poner mayor énfasis en que los estudiantes adquieran desde pequeños un conjunto de conocimientos fundamentados en valores y creencias; de este modo el individuo reaccionará de manera favorable ante sus propias realidades.

b) Componente afectivo

Krech, Crutchfield y Ballachey (citados en Chuquiruna, 2017) sostienen que las emociones y sentimientos que se presentan en relación a determinados objetos determinan la forma en que

pueden ser percibidos. Este aspecto emotivo es el que confiere a la actitud su propiedad motivadora y persistente (p. 41).

En otras palabras, las reacciones de un individuo frente a un objeto, ya sea agradable o desagradable, bonito o feo, no dependen exactamente del objeto en sí, sino de la actitud que el individuo adoptará al reaccionar ante tal objeto de acuerdo a sus ideales, opiniones, creencias, pensamientos y conocimientos.

El componente afectivo de una actitud, por lo tanto, se relaciona con la presencia de confianza, iniciación y afecto. Este último se presenta como un componente emocional. Según Robbins y Timothy (2009), el afecto es el fragmento sensacional o emocional de una actitud (p.75). Efectivamente, el componente afectivo es una muestra de predisposición, interés, apoyo, atención, cooperación que un individuo muestra ante otro individuo, objeto u ser vivo de una manera desinteresada.

Por otro lado, Tobón (2010) menciona que “el componente afectivo incluye apertura mental, disposición e interés, sensibilización, personalización y cooperación de la información” (p. 48). Con esta referencia, podemos explicar que el componente afectivo genera interés por aprender y conocer más, ya sea de un individuo, objeto o animal, manifestando nuestra predisposición mental de interés hacia algo que queremos obtener, proteger o alcanzar, lo cual nos genera un sentimiento de pertenencia desinteresada.

Minguet (1995) señala que el componente mayormente estudiado en muchas décadas fue el cognitivo. Sin embargo, en los últimos tiempos se está dando mayor importancia al componente afectivo (p. 59).

Por su parte, Gargallo, Pérez, Sierra, Sánchez y Ros (2007) afirman que el componente afectivo es considerado como primordial y propio de la actitud (p. 1). Esto es confirmado por muchos otros autores en psicología social, quienes demuestran que el componente afectivo es el que nos orienta a obtener más conocimientos y a actuar de manera positiva en el medio en el que vivimos.

c) **Componente conductual**

El componente conductual de una actitud está constituido por un conjunto de manifestaciones públicas y expresiones verbales que un individuo muestra en la sociedad. Según Robbins y Timothy (2009), el componente del comportamiento de una actitud hace referencia al propósito que el individuo tiene de desenvolverse de alguna manera frente a otro individuo u objeto (p. 75). En este sentido, el componente conductual va intervenir en la intención, disposición o predisposición que un sujeto demuestra hacia un objeto o cosa. Esto simplemente será la reacción que evidenciaremos en un determinado momento de nuestra manera de actuar.

Para Krech, Crutchfield y Ballachey (1972), la conducta considera el conjunto de pensamientos o preferencias para actuar de cierta manera frente al objeto. También se puede

mencionar que es una predisposición a actuar, un instinto inconsciente que dirige al individuo a comportarse de una forma definitiva; en esto se distingue de la intención, la que se queda solamente en acción consciente y voluntaria (p. 153).

Los componentes de la actitud se encuentran estrechamente relacionados. Ninguno es más importante que el otro; son complementarios. El aprendizaje del ser humano ha avanzado tanto que el hombre no solo es capaz de pensar y actuar, sino también de sentir y albergar emociones que le impulsen a conseguir sus metas. De este modo, los individuos se comportan de acuerdo a sus conocimientos, sentimientos y actitudes.

2.2.3. Las actitudes y los valores

A continuación, de acuerdo con lo planteado por el Minedu (2007, p. 13), se explicarán las principales actitudes y valores que deben poseer los alumnos.

a) Actitudes morales generales

Definitivamente no son parte del conocimiento o de una información determinada; las actitudes morales tienen que ver más con los instintos que un individuo desea originar, muchos de los cuales son decorosos como la colaboración, el cumplimiento a los derechos humanos, la cooperación, el compromiso, la armonía democrática, entre otros. Se suelen manifestar en la convivencia cotidiana, tanto dentro como fuera de la institución educativa.

b) Actitudes en relación al campo de conocimiento del área

Son actitudes respecto a los saberes adquiridos, son indiscutibles, severos, precisos, despierta el interés por averiguar, indagar e investigar con objetividad. Manifiesta el enfoque sentimental que los educandos desarrollan hacia un área determinada para estimar, respetar, resguardar, proteger. Todas estas actitudes aumentan la motivación y mejora en el rendimiento, proporcionando un clima agradable de interacción.

c) Normas sociales, cívicas de conducta

Grupo de actitudes cívicas que propician la armonía, el acatamiento y la atención a las reglas sociales: hábitos de salud, higiene y limpieza. Estas normas nos representan como seres honestos, debido a que somos seres sociales.

d) Normas prudenciales de uso o empleo

Se orientan a promover prácticas correctas admitidas por la sociedad. Mayormente, lo observamos en los trabajos de campo. Son pautas específicas de actuación. La evaluación de estas actitudes es inmediata, debido a que la conducta es rectificada en el preciso instante en el que no se actúa correctamente.

2.2.4 Turismo rural comunitario

El turismo es un tema tan amplio y complejo de abordar que necesariamente tenemos que segmentarlos de acuerdo a sus características y a su campo de acción. En esta oportunidad nos ocuparemos del turismo rural comunitario. Al respecto, Maldonado (2005) precisó lo siguiente:

El turismo comunitario es una forma de organización empresarial sustentada en la posesión y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con acomodo a prácticas democráticas y solidarias en la labor y en el repartimiento de los bienes creados por la prestación de servicios turísticos, con miras a impulsar encuentros interculturales de calidad con los visitantes. (p. 54).

Por otro lado, el término ecoturismo comunitario va mucho más allá de lo social. Este tipo de turismo requiere de la participación activa de toda la localidad, pues son los pobladores los que llevan el control del desarrollo y administración que favorece el crecimiento de su comunidad.

Denman (2001) brinda la siguiente concepción sobre comunidad:

La definición de la comunidad dependerá de las estructuras sociales e institucionales en la zona de que se trate, pero la definición supone alguna forma de compromiso colectiva y aprobación de los órganos representativos. En muchos territorios, principalmente en aquellos ocupados por pueblos

nativos, existen derechos colectivos sobre las tierras y los recursos. El ecoturismo comunitario deberá impulsar el uso sostenible y la responsabilidad colectiva de estos, pero, igualmente, debe aceptar las iniciativas individuales en la comunidad. (p. 79).

En otras palabras, si el turista es tratado con responsabilidad y aceptación dentro de la comunidad, este fomentará la presencia de una mayor cantidad de turistas en la zona, lo que constituirá un medio de sustento permanente para los lugareños de la comunidad. Por eso se debe querer, respetar y valorar el entorno cultural en el que se vive.

III. VARIABLE

3.1. Identificación de la variable

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003), una variable es una posesión que puede modificar (obtener diversos valores), y cuya variación es posible de calcular (p. 72).

Nuestra variable es la siguiente: Actitud frente al turismo rural-comunitario.

3.2. Descripción de variable

3.2.1. Definición conceptual

Rosenberg y Hovland (1960, como se citó en López, Martín, Aguayo y Sánchez, 2002) sostienen que “la actitud es una predisposición a responder ante alguna clase de estímulos con cierta clase de respuestas” (p. 33).

3.2.2 Definición operacional

La operacionalización de la variable Actitud frente al turismo rural comunitario se desarrolló a través de una encuesta en la que se consideró los tres componentes de la variable: cognitivo, afectivo y conductual. Se realizó la sistematización de los datos recogidos de acuerdo a tres indicadores. Según Summer (como se citó en Blanco y Alvarado, 2005), a mayor puntaje más positiva y favorable la actitud hacia el proceso de investigación, y a menor puntaje, la actitud será más negativa y desfavorable; los puntajes intermedios expresan una actitud medianamente positiva, neutra o medianamente negativa. (241).

3.3 Operacionalización de la variable

Tabla n.º 1. Matriz de operacionalización de la variable

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES Y RANGOS POR DIMENSIÓN	NIVELES Y RANGOS POR VARIABLE				
ACTITUD FRENTE AL TURISMO RURAL COMUNITARIO	Actitud cognitiva	Bienestar de la Comunidad	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10.	Definitivamente sí =5 Posiblemente sí = 4 No sé = 3 Posiblemente no = 2 Definitivamente no = 1	Favorable (36 – 50) Neutra (21 – 35) Desfavorable (15- 24)	Favorable (111 – 150)				
		Actitud conductual	Beneficios económicos para la comunidad.	11, 12, 13, 14, 15 16.	Siempre = 5 Casi siempre = 4 A veces = 3 Casi nunca = 2 Nunca = 1		Favorable (36 – 50) Neutra (21 – 35) Desfavorable (15- 24)	Neutra (71 – 110)		
			Actitud afectiva	Conservación del patrimonio construido.	17, 18, 19, 20.		Me agrada mucho =5 Me agrada poco = 4 Me es indiferente = 3 Me desagrada poco = 2 Me desagrada mucho =1		Favorable (36 – 50) Neutra (21 – 35) Desfavorable (15- 24)	Desfavorable (30- 70)

IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1 Tipo de estudio y diseño de investigación

Tipo de estudio

La presente es una investigación básica o fundamental, llamada también pura según lo planteado por Tamayo y Tamayo (1999), pues se respalda en un argumento teórico; su principal intención es revisar los fundamentos. Este tipo de estudio escasamente se preocupa de emplear los descubrimientos, porque considera que eso le compete a otro individuo (p. 41).

Se ha realizado un estudio de tipo descriptivo, pues se propone describir situaciones y eventos, y la forma en que estos se comportan ante determinados fenómenos de los individuos, conjuntos, sociedades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Hernández *et al.*, 2003, p. 44).

Por otro lado, Bernal (2010) propone que el estudio de tipo descriptivo no pretende explicar las causas que originan los sucesos, sino solo identificar y describir los niveles del objeto de estudio (p. 113).

Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental, por lo cual no tiene determinación aleatoria, maniobra de variables o conjuntos de igualación (Sousa, Driessnack, y Mendes, 2007, pp. 2-3). En efecto, en la presente investigación solamente se observarán las situaciones

que se presenten en forma natural, sin que el investigador pueda manipular ninguna de las variables.

Así mismo, el presente trabajo es un estudio de corte transversal, pues los datos serán recolectados en un único momento y tiempo, con el propósito de describir, analizar variables e interrelacionarlas en un momento preciso. Es como capturar una fotografía de algún acontecimiento (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 151).

N → OX

Donde:

N = Población

OX = Observación de la actitud frente al turismo rural comunitario

4.2 Población

La población, según Tamayo y Tamayo (como se citó en Franco, 2014), se define como la totalidad del fenómeno a investigar, en el cual la población tiene una misma clase o particularidad y origina los datos de la investigación (párr. 2).

En nuestro estudio, el objeto de investigación está constituido por 24 estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen, en Cieneguilla.

La población está conformada por estudiantes de sexo femenino y masculino, cuyas edades fluctúan entre los 14 y 17 años. En su mayoría viven en el distrito y conocen qué es considerado ecológico y turístico; sin embargo, también se encuentran estudiantes que, a pesar de vivir en los alrededores, no son ajenos a su realidad.

Tabla n.º 2

Distribución de la población compuesta por 24 estudiantes de la institución educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla.

Grado	Sección	Varones	Mujeres	Población	%
Quinto Año	Única	9	15	24	100%
Total =		53	47	24	100%

4.3 Técnica e instrumento de recolección de datos

La técnica usada en esta investigación es la encuesta, y el instrumento, un cuestionario. Este último está formado por un conjunto de preguntas mediante el cual se obtendrán los datos que nos llevarán al logro de nuestros objetivos del estudio (Bernal, 2010, p. 250). El instrumento que se empleará en el presente estudio servirá para medir la actitud frente al turismo rural-comunitario en estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla.

Ficha técnica del Cuestionario sobre Actitud frente al turismo rural comunitario

Técnica:	La encuesta
Instrumento:	Cuestionario cerrado
Nombre:	Cuestionario de Actitud frente al turismo rural comunitario
Autores 1:	Mendoza, Rodríguez y Enciso.
Año:	2013
Autor 2:	José Ramón Cardona (Ítems 5, 9, 10, 16 y 30)
Año:	2012
Adaptación lingüística:	Leissy Esther Saavedra Cajahuaringa
Extensión:	Consta de 30 ítems.
Significación:	<p>El Cuestionario de Actitud frente al turismo rural comunitario contiene tres dimensiones que evalúan las diferentes actitudes que tienen los estudiantes en cuanto al turismo rural comunitario. La dimensión I consta de dos indicadores de diez ítems en total, la dimensión II contiene dos indicadores de diez ítems en total y la dimensión III consta de dos indicadores de diez ítems en total.</p>
Puntuación:	<p>La escala de medición del cuestionario es de tipo Likert, las respuestas que los estudiantes pueden entregar ante cada afirmación son las siguientes: Para la dimensión I: Definitivamente sí (5), Posiblemente sí (4), No sé (3),</p>

Posiblemente no (2) y Definitivamente no (1). Para la dimensión II: Siempre (5), Casi siempre (4), A veces (3), Casi nunca (2) y Nunca (1). Para la dimensión III: Me agrada mucho (5), Me agrada poco (4), Me es indiferente (3), Me desagrada poco (2) y Me desagrada mucho (1).

- Escalas:** Para determinar si la variable Actitud frente al turismo rural comunitario fluctúa entre desfavorable, neutra o favorable, se obtendrán las escalas de la siguiente manera: entre el puntaje mínimo y el máximo posible (30 y 150) se establecen tres intervalos de igual tamaño, dividiendo la diferencia de los puntajes entre tres; a partir del puntaje mínimo se suma el resultado obtenido:
- De 30 a 70 Desfavorable
 - De 71 a 110 Neutra
 - De 111 a 150 Favorable
- Duración:** 25 minutos.
- Aplicación:** Toda la muestra, 24 estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla.
- Administración:** Una sola vez en un determinado momento.
- Monitoreo:** Se realizó la validación de contenido mediante juicio de expertos, y la confiabilidad mediante el índice del Alfa de Cronbach.

4.4 Validez y confiabilidad del instrumento

Según Hernández *et al.* (2010), la validez hace referencia al grado en el que un instrumento mide la variable que se ha propuesto medir (p. 201). Por su parte, Bernal (2010) menciona que la validez indica el nivel con el cual se pueden inferir conclusiones a partir de los resultados obtenidos (pp. 247- 248).

Para validar el instrumento de esta investigación se ha usado la técnica de la opinión de expertos, haciendo uso del informe de juicio de expertos. El instrumento usado ha sido validado por un profesional temático y dos metodólogos.

Tabla n.º 3

Validación de juicio de expertos

N.º	EXPERTO	ESPECIALIDAD
Experto 1	Mgtr. José Omar García Tarazona.	Temático
Experto 2	Mgtr. Sara Marleny Lopez Mallqui	Metodólogo
Experto 3	Mgtr. Lisseth Janeth Guerrero Urbano	Metodólogo

Confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p. 200).

Por otro lado, Bernal (2010) sustenta que la confiabilidad de un cuestionario tiene que ver con la estabilidad de los puntajes logrados por los mismos individuos examinados en diferentes instantes, con iguales cuestionarios (p. 247).

En el presente estudio, se ha empleado la técnica de Alfa de Cronbach para obtener la confiabilidad del instrumento, tomando como punto de partida los datos presentados. Se ejecutó una prueba piloto a un reducido porcentaje de la población total que es el objeto de la investigación. A los resultados, vaciados en una base de datos, se les aplicó el Alfa de Cronbach, a partir de la cual se obtuvo las siguientes estadísticas:

Tabla n.º 4

Confiabilidad de Actitud

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N.º de elementos
,738	30

Se ha calculado la confiabilidad del instrumento de medición de actitudes a través de este procedimiento. El coeficiente de fiabilidad se obtiene a través de un conjunto de procedimientos y fórmulas. Un coeficiente de confiabilidad igual a cero significa que la confiabilidad es nula, mientras que un coeficiente equivalente a uno representa que la confiabilidad es máxima (Hernández *et al.*, 2010, p. 207).

4.5 Procedimiento de recolección de datos

Se realizó la aplicación de la prueba piloto al 46% del total de la población de estudiantes de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla. El cuestionario usado fue validado tanto en la formulación de las preguntas como en el puntaje que le fue asignado a cada una de las mismas.

Posteriormente, se efectuó una nueva visita a la institución educativa para aplicar el cuestionario a los estudiantes de quinto de secundaria, en su respectiva aula. Después de un corto preámbulo, en el cual se les expresó el propósito del cuestionario, se les facilitó las premisas necesarias para el correcto llenado. Algunos estudiantes manifestaron algunas inquietudes, las mismas que fueron levantadas para el óptimo desarrollo de la encuesta.

Mediante la aplicación del instrumento, se almacenó información relevante para medir la variable Actitud frente al turismo rural-comunitario en los estudiantes. El tiempo para aplicar el instrumento fue de 25 minutos, el cual resultó ser suficiente para el correcto llenado del cuestionario, el mismo que fue realizado sin dificultad por los estudiantes.

Los 30 ítems del cuestionario se encuentran distribuidos de acuerdo los tres componentes de la variable. El estudiante fue invitado a responder de acuerdo a una escala de 5 respuestas: Para el componente cognitivo: Definitivamente sí, Posiblemente sí, No sé, Posiblemente no y Definitivamente no. Para el componente conductual: Siempre, Casi siempre, A veces, Casi nunca y Nunca. Para el componente afectivo: Me agrada mucho, Me agrada poco, Me es indiferente, Me desagrada poco y Me desagrada mucho.

4.6 Métodos de análisis e interpretación de datos

Una vez aplicado el cuestionario a los estudiantes, la información almacenada fue sistematizada y luego vaciada en una base de datos. Una vez recolectados los datos, se debe sintetizar, codificar y alistarse para el análisis, transformando las respuestas en símbolos y valores numéricos (Hernández *et al.*, 2010, p. 262).

Los datos correspondientes a la variable y a sus tres componentes se procesaron a través del paquete estadístico SPSS versión 23 (Statistical Package for the Social Sciences o Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales). Finalmente, se efectuó la presentación de los resultados por medio de tablas y figuras.

V. RESULTADOS

5.1 Presentación de resultados

Variable: Actitud

A partir del cuestionario aplicado a los estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla, en la tabla n.º 5 y figura n.º 1 se observa que el 25% (6 estudiantes) presenta una actitud favorable frente al turismo rural comunitario, mientras que el 75% (18 estudiantes) muestra una actitud neutra. Por lo tanto, la actitud de los alumnos frente al turismo rural comunitario es neutra.

Tabla n.º 5

Variable Actitud frente al turismo rural comunitario

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Neutra	18	75,0	75,0	75,0
Favorable	6	25,0	25,0	100,0
Total	24	100,0	100,0	

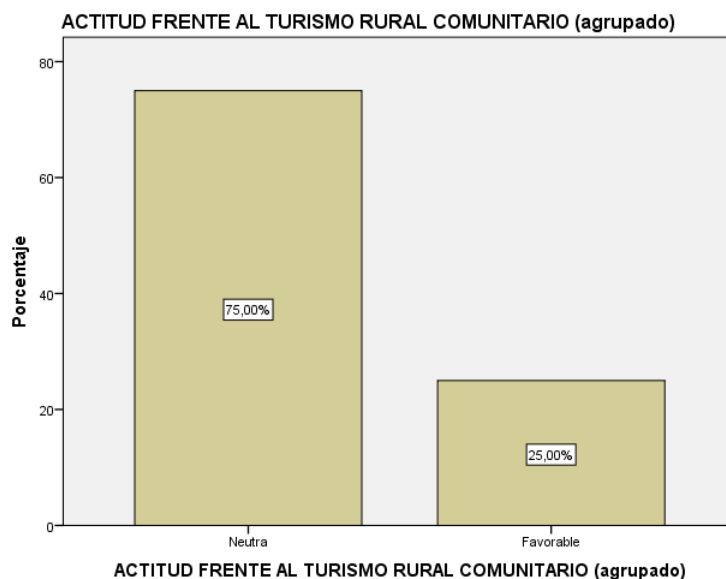


Figura n.º 1: Variable Actitud frente al turismo rural comunitario.

Dimensión cognitiva

A partir del cuestionario aplicado a los estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla, en la tabla n.º 6 y figura n.º 2 se observa que el 87.50% (21 estudiantes) presenta un nivel favorable en cuanto a la dimensión cognitiva y el 12.50% (3 estudiantes) muestra un nivel neutro. Por lo tanto, el nivel de la dimensión cognitiva de su actitud frente al turismo rural comunitario es favorable.

Tabla n.º 6

Resultados de la dimensión cognitiva

Nivel		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutra	3	12,5	12,5	12,5
	Favorable	21	87,5	87,5	100,0
Total		24	100,0	100,0	

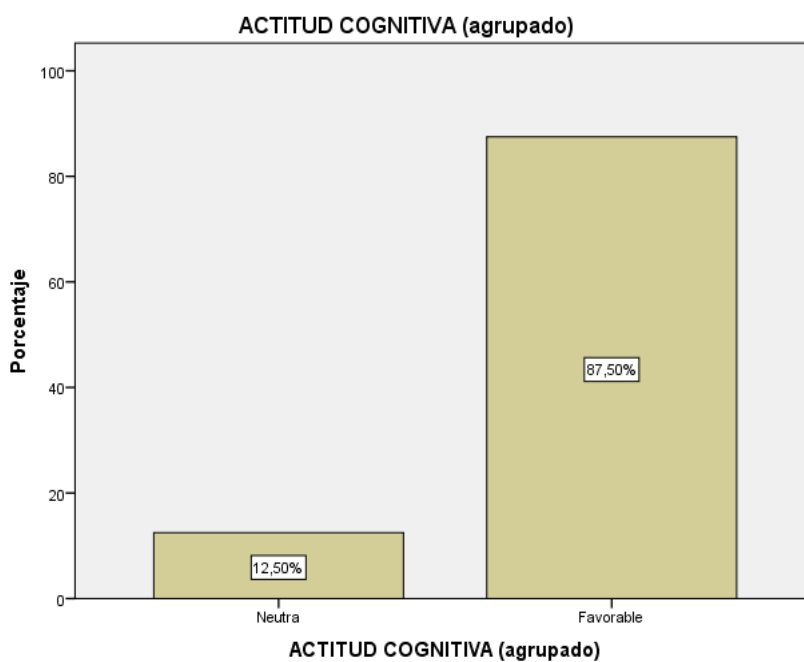


Figura n.º 2: Dimensión cognitiva

Dimensión afectiva

A partir del cuestionario aplicado a los estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla, en la tabla n.º 7 y figura n.º 3 se observa que el 33.33% (8 estudiantes) presenta un nivel favorable en cuanto a la dimensión afectiva y el 66.67% (16 estudiantes) muestra un nivel neutro. Por lo tanto, el nivel de la dimensión afectiva de su actitud frente al turismo rural comunitario es neutra.

Tabla n.º 7

Resultados de la dimensión afectiva

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutra	16	66,7	66,7	66,7
	Favorable	8	33,3	33,3	100,0
Total		24	100,0	100,0	

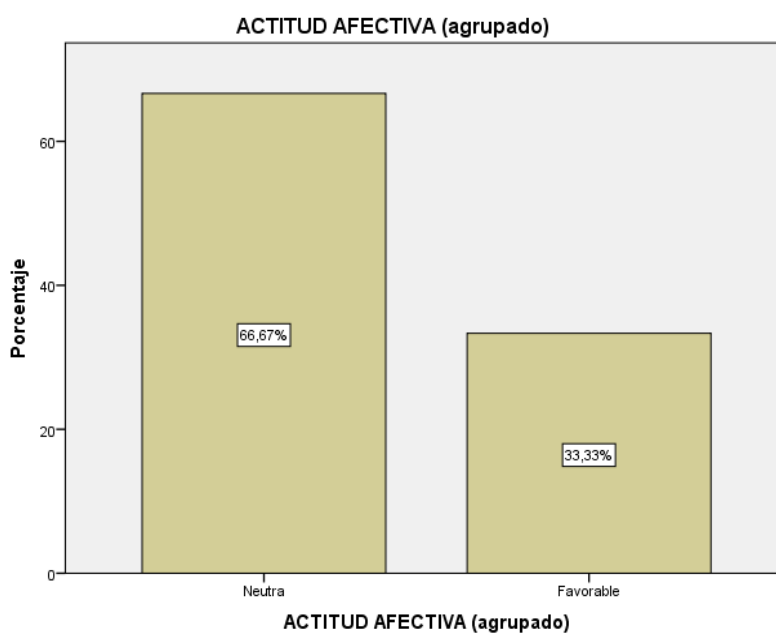


Figura n.º 3: Dimensión afectiva

Dimensión conductual

A partir del cuestionario aplicado a los estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla, en la tabla n.º 8 y figura n.º 4 se observa que el 8.33% (2 estudiantes) presenta un nivel favorable en cuanto a la dimensión conductual; el 79.17% (19 estudiantes) manifiesta un nivel neutro y el 12.50% (3 estudiante) muestra un nivel desfavorable. Por lo tanto, el nivel de la dimensión conductual de su actitud frente al turismo rural comunitario es neutro.

Tabla n.º 8

Resultados de la dimensión conductual

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desfavorable	3	12,5	12,5	12,5
	Neutra	19	79,2	79,2	91,7
	Favorable	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

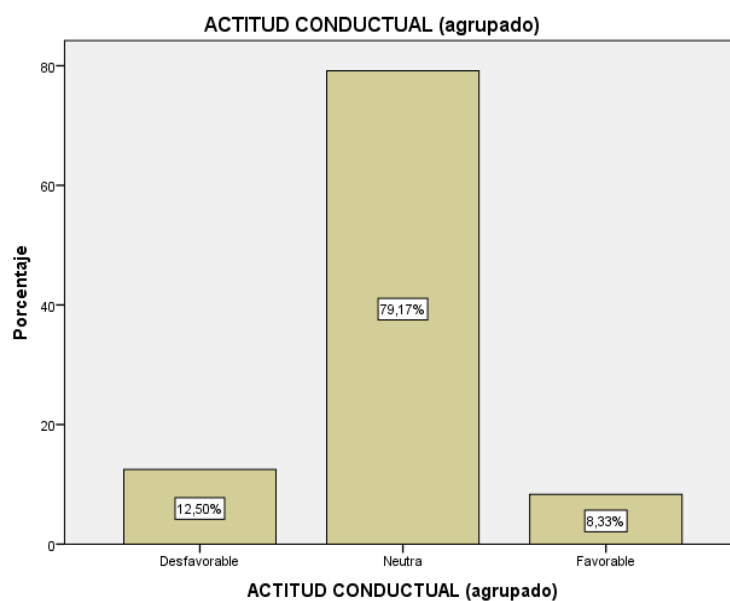


Figura n.º 4: Dimensión conductual

VI. DISCUSIÓN

Discusión de resultados

En esta investigación, se han obtenido resultados que responden al propósito de determinar el nivel de Actitud frente al turismo rural comunitario en estudiantes de 5.º de secundaria de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla. El estudio se ha realizado a través del análisis de las dimensiones de la variable Actitud, la cual se compone de las dimensiones cognitiva, afectiva y conductual.

Con relación al objetivo general de la investigación, el cual consiste en describir el nivel de Actitud frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017, la investigación ha arrojado el siguiente resultado: en la tabla n.º 5 y figura n.º 1, se observa que el 25% presenta una actitud favorable frente al turismo rural comunitario, mientras que el 75% muestra una actitud neutra. De esta manera, se ha identificado en los estudiantes una actitud neutra frente al turismo rural comunitario, lo cual podría deberse a que los estudiantes carecen de información acerca de este tipo de turismo o, en todo caso, desconocen los beneficios y ventajas que esta actividad puede generar para el bienestar de la comunidad y las familias; también podría deberse a que aún son jóvenes y no necesitan trabajar para generar ingresos propios.

Sin embargo, el alto porcentaje de la actitud neutra frente al turismo rural comunitario (75% de estudiantes) corresponde con la situación problemática descrita al inicio de esta investigación, y es que no se trata de identificar un problema cuando este se encuentra plenamente desarrollado; se trata del desconocimiento por parte de la población -sobre todo de los estudiantes- de la cultura turística, de la gestión por parte de los mandos distritales y de

la poca sensibilización e interés de los pobladores en implantar la actividad turística como un eje de desarrollo económico local. Por lo tanto, es necesario actuar de inmediato, pues lo que más se aprecia es la falta de identificación, sensibilidad y valoración frente al turismo rural comunitario, incluso una cierta indiferencia ante evidencias que se refieren a la protección y valoración del patrimonio cultural.

Por otro lado, los resultados de la tesis de Mendoza, Rodríguez, Enciso (2013) revelan que la actitud de la comunidad de Macheros es favorable hacia el turismo y esto se explica con una sobrevaloración gubernamental y social de las bondades del turismo, generando en la colectividad expectativas altas sobre su potencial para mejorar sus niveles de vida. Sin embargo, la evidencia muestra que los recursos naturales no son suficientes para el éxito económico, pues se requiere proporcionar a los visitantes servicios y productos de calidad.

Por tal motivo, al realizar la encuesta a los estudiantes de la institución educativa Virgen del Carmen de Cieneguilla, ellos manifestaron, en su mayoría, una actitud neutra frente al turismo rural comunitario, evidenciando desconocimiento de todas las bondades y atractivos que posee su comunidad, de los cuales deben sentirse orgullosos. Esto revela la importancia de poner énfasis en estos temas en los jóvenes, pues representan el futuro de la sociedad.

Conclusiones

Primera: Respecto del objetivo general, el cual busca describir el nivel de actitud frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen de Cieneguilla, 2017, los resultados obtenidos para la Actitud frente al turismo rural comunitario revelan que el 25% (6) manifiesta una actitud favorable, mientras que el 75% (18) muestra una actitud neutra. De esta manera, se concluye que la actitud de la mayoría de estudiantes es neutra.

Segunda: Acerca del primer objetivo específico, el cual se propone describir el nivel de actitud cognitiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen de Cieneguilla, 2017, los resultados de la encuesta dan a conocer que el 87.50% (21) manifiesta un nivel favorable y el 12.50% (3) muestra un nivel neutro. Por lo tanto, se puede concluir que la actitud cognitiva de la mayoría de estudiantes es favorable.

Tercera: Respecto del segundo objetivo específico, el cual busca describir el nivel de actitud conductual frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen de Cieneguilla, 2017, los resultados de la encuesta demuestran que el 8.33% (2) presenta un nivel favorable; el 79.17% (19) manifiesta un nivel neutro y el 12.50% (3) muestra un

nivel desfavorable. Así pues, la conclusión alcanzada revela que la dimensión conductual de la mayoría de estudiantes es neutra.

Cuarta: En relación al tercer objetivo específico, el cual se propone describir el nivel de actitud afectiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen de Cieneguilla, 2017, los resultados obtenidos revelan que el 33.33% (8) presenta un nivel favorable y el 66.67% (16) muestra un nivel neutro. Por lo cual, se concluye que el nivel de la dimensión afectiva de la mayoría de los estudiantes es neutro.

Recomendaciones

- Primera:** A pesar de que se encontraron algunos estudiantes que presentan una actitud favorable, es inevitable considerar que la mayoría de estudiantes manifiesta una actitud neutra frente al turismo rural comunitario; esto representa un marcado acto de indiferencia frente al turismo rural comunitario. Por lo tanto, se recomienda desarrollar un estudio que conlleve como resultado la modificación de la actitud.
- Segunda:** Los docentes han de tener presente que el 87.50% de estudiantes manifiesta un nivel favorable en la dimensión cognitiva, lo cual quiere decir que están sabiendo llegar a los estudiantes y logrando conectar desde su área los diversos contenidos con el tema de la investigación. Cabe recalcar que los docentes no solo transmiten información para que el estudiante memorice y pueda rendir los exámenes, sino que comunica conocimientos por medio de sus experiencias y sus propias convicciones personales. Evidentemente, no se pretende que los estudiantes valoren lo que los docentes no valoran.
- Tercera:** El turismo rural comunitario es una actividad que va más allá de generar ingresos económicos a la sociedad; de lo que se trata, principalmente, es de revalorar la identidad cultural. Para que esto se realice, es sumamente necesario conocer y amar a la localidad, comunidad y sociedad en la que se vive, a fin de estar familiarizados con la vida cotidiana y el contexto actual. Los docentes pueden

hacer posible que el estudiante ame y realmente se identifique con su comunidad, a través de su participación activa en las actividades que en ella se realicen.

Cuarta: Si bien los resultados demuestran que existe un 8.33% de estudiantes que manifiestan un nivel favorable en la dimensión conductual de su actitud frente al turismo rural comunitario, es muy preocupante ver que hay un 79.17% que muestra un nivel neutro. Por lo tanto, los docentes, junto a los padres de familia y la sociedad, tienen la ardua labor de generar un mayor interés por la comunidad que lo rodea, y realizar las actividades que fomenten interacción de los estudiantes con la comunidad y los turistas. Por esta razón, los docentes, conscientes de la necesidad de actuar debidamente ante esta problemática, deben incluir en sus contenidos el componente conductual, el cual es fundamental para vivir en armonía.

Referencias

- Alcaide, J. (2002). *Alta fidelidad*. Argentina: Jcvalda. Recuperado de <http://www.grandespymes.com.ar/2011/10/19/15-beneficios-de-una-buena-atencion-al-cliente/>.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3.^a ed.). Bogotá: Pearson.
- Blanco, N. y Alvarado, M. (2005). Escala de actitud hacia el proceso de investigación científico social. *Revista de Ciencias Sociales*, 11 (3), 537- 544. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/280/28011311.pdf>
- Brainbridge, C. (s. f.). *Introvertido*. Recuperado de <http://superdotados.about.com/od/glossary/g/introvert.htm>
- Chuquiruna, R. G (2017). *Actitud frente al área de Educación Religiosa en estudiantes de 3.º y 4.º de secundaria de la institución educativa Mariano Melgar n.º 6019, Villa María del Triunfo, 2016* (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Lima.
- Dosil, J. y Tereza-Araujo, A. (2016). Relaciones entre actitudes y práctica de actividad física y deporte en hombres y mujeres. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 16 (3), 67-72. Recuperado de <http://revistas.um.es/cpd/article/view/278441>
- Franco, Y. (2014). *Tesis de investigación. Población y muestra*. Recuperado de <http://tesisdeinvestig.blogspot.pe/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Gargallo, B., Pérez, C., Sierra, B., Sánchez, F. y Ros, I. (2007). Actitudes ante el aprendizaje y rendimiento académico en los estudiantes universitarios. *Revista Iberoamericana de Educación*. Recuperado de file:///C:/Users/0246/Downloads/1537Gargallo.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México D. F.: Mc Graw-Hill. Recuperado de <https://psicologiaexperimental.files.wordpress.com/2010/03/metodologia-de-la-investigacion.pdf>

_____ (2010). *Metodología de la investigación* (5.^a ed.). México D. F.: McGraw-Hill.

Krech, D., Crutchfield, R. y Ballachey, E. (1972). *Psicología social*. Madrid: Biblioteca Nueva.

López, A., Martín, M., Rodríguez, R., Aguayo, R. y Sánchez, M. (2002). Actitudes del personal sanitario del área de partos ante la mujer inmigrante. *Matronas Profesión*, 3 (10), 32-39. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/468788>

Lozano, R. (2015). *Actitudes hacia la sexualidad en los docentes de educación primaria de la provincia de Huancayo* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Recuperada de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4825/1/Lozano_ra.pdf

Méndez, C. (2012). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México D. F.: Limusa

Mendoza, M., Rodríguez, G. y Enciso., M. (2013). Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico. *Revista de Cultura e Turismo*, 7(14), 5-30.

Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5322242.pdf>

Minguet, P. (1995). El componente afectivo en el aprendizaje humano: sentido y significado de una educación para el desarrollo de la afectividad. *Revista Española de Pedagogía*, 53(200), 59-73. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/23765577>

Mincetur.(2015). *Turismo rural y comunitario*. Recuperado de

<http://www.mincetur.gob.pe/producto-turistico/turismo-rural-comunitario/>

Muñoz, D., Aular, J., Reyes, M. y Leal, M., (2010). *Actitud investigativa en estudiantes de pregrado: indicadores conductuales, cognitivos y afectivos*. (Tesis de maestría) Universidad del Zulia Punto Fijo, Venezuela.

Nevid, J. (2010). *Psicología: conceptos y aplicaciones*. México D.F.: Cengage Learning.

Pacheco, F. (1989). *Modificación de actitudes y mentalidades. Comunicación y Medios*,

Recuperado de [file:///C:/Users/0246/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/0246/Downloads/Dialnet-ModificacionDeActitudesYMentalidades-5242732.pdf)

[ModificacionDeActitudesYMentalidades-5242732.pdf](file:///C:/Users/0246/Downloads/Dialnet-ModificacionDeActitudesYMentalidades-5242732.pdf)

Pérez, J. y Gardey, A. (2012). *Definición de cognitivo*. Recuperado de

<http://definicion.de/cognitivo/>

Robbins, S. y Timothy, A. (2009). *Comportamiento organizacional* (13.^a ed.). Recuperado de

https://issuu.com/ivanss3/docs/comportamiento_organizacional_-_ste. México.

- Roiel, V. (2006). *Actitudes* [Mensaje de un blog]. Recuperado de <http://psicologia-social-roiel.blogspot.pe/p/actitudes.html>.
- Royo, M. y Ruiz, M. (2009). Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural. *Cuadernos de Turismo*, 23(1), 217-236. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/70111/67581>
- Santa Cruz, F. (2015). *Justificación de la investigación* [Mensaje de un blog]. Recuperado de <http://florfanyasantacruz.blogspot.pe/2015/09/justificacion-de-la-investigacion.html>
- Sastre, G., Moreno, M. y Timón, M. (1998). *Teoría general de las actitudes*. Recuperado de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8906/02CapituloParteI.pdf>
- Sousa, V., Driessnack, M y Mendes, I. (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. *Revista Latino-am Enfermagem*, 15 (3). Recuperado de http://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/es_v15n3a22.pdf
- Tamayo, M. (1999). *La investigación*. Bogotá: Arfo Editores. Recuperado de <http://www.postgradoune.edu.pe/documentos/mod2investigacion.pdf>.
- Tobón, S. (2010). *Formación basada en competencias*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/904/90430360040.pdf>. Bogotá.
- Valenzuela, L. (2007). *Estrategias e instrumentos para el desarrollo sostenible del turismo rural* (Tesis de licenciatura). Universidad del Istmo, Guatemala.

APÉNDICES

Apéndice 1: Matriz de consistencia. Título: *Actitud frente al turismo rural comunitario en estudiantes de 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017*

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES	MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS																		
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuál es el nivel de actitud frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cuál es el nivel de actitud cognitiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017?</p> <p>¿Cuál es el nivel de actitud conductual frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017?</p> <p>¿Cuál es el nivel de actitud afectiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Describir el nivel de actitud frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Describir el nivel de actitud cognitiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017.</p> <p>Describir el nivel de actitud conductual frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017.</p> <p>Describir el nivel de actitud afectiva frente al turismo rural comunitario que presentan los estudiantes del 5.º de secundaria de la I. E. Virgen del Carmen, Cieneguilla, 2017.</p>	<p>VARIABLE I</p> <p>ACTITUD FRENTE AL TURISMO RURAL COMUNITARIO</p> <p>DIMENSIONES:</p> <p>ACTITUD COGNITIVA</p> <p>ACTITUD CONDULTUAL</p> <p>ACTITUD AFECTIVA</p>	<p>TIPO</p> <p>BÁSICA</p> <p>MÉTODO:</p> <p>DESCRIPTIVO</p> <p>DISEÑO:</p> <p>NO EXPERIMENTAL DE CORTE TRANSVERSAL</p> <p>NIVEL:</p> <p>DESCRIPTIVO SIMPLE</p> <p>ENFOQUE:</p> <p>CUANTITATIVO</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>Estará conformada por un número de 24 estudiantes del 5.º de secundaria de la I.E Virgen del Carmen Cieneguilla, 2017.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Grado</th> <th>Sección</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5.º</td> <td>Único</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Total</td> <td>24</td> </tr> </tbody> </table> <p>MUESTRA</p> <p>Estará conformada por un número de 24 estudiantes del 5.º de secundaria de la I.E Virgen del Carmen Cieneguilla, 2017.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Grado</th> <th>Sección</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5.º</td> <td>Único</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Total</td> <td>24</td> </tr> </tbody> </table> <p>MUESTRA: CENSAL</p>	Grado	Sección	Total	5.º	Único	24	Total		24	Grado	Sección	Total	5.º	Único	24	Total		24	<p>TÉCNICAS:</p> <p>Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS</p> <p>Cuestionario de Actitud frente al turismo rural comunitario.</p>
Grado	Sección	Total																					
5.º	Único	24																					
Total		24																					
Grado	Sección	Total																					
5.º	Único	24																					
Total		24																					

Apéndice 2: Instrumento de medición

CUESTIONARIO DE ACTITUD FRENTE AL TURISMO RURAL COMUNITARIO

Estimado estudiante:

Gracias por su tiempo, el presente documento fue adaptado por el autor y su aplicación será de utilidad para mi investigación, por ello pido su colaboración.

Marca con un aspa (X) o cruz (+) la respuesta que consideres acertada desde tu punto de vista, según las siguientes alternativas.

- 1.- Sexo. Hombre (1) Mujer (2)
- 2.- Edad. 14-15 (1) 16-17 (2)
- 3.- ¿Trabaja en el sector turístico o entra en contacto con los turistas debido a su ocupación?
 Sí (1) No (2)

5	4	3	2	1
Definitivamente sí	Posiblemente sí	No sé	Posiblemente no	Definitivamente no
DS	PS	NS	PN	DN

N°	Ítems	INDICE				
		DS	PS	NS	PN	DN
		5	4	3	2	1
Actitud Cognitiva						
1	El turismo permite que haya más ventas en los negocios de Cieneguilla.					
2	El turismo permite que haya más entrada de dinero en Cieneguilla.					
3	El turismo permite tener un mayor ingreso económico para mi familia.					
4	El turismo contribuye a la mejora de calles y escuelas.					
5	Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).					
6	El turismo trae oportunidades de distracción para los habitantes de Cieneguilla.					
7	La llegada de turistas beneficia a Cieneguilla.					
8	Se toma en cuenta a los habitantes de Cieneguilla para participar en la celebración de la Semana del Patrimonio Cultural.					
9	El sector turístico genera puestos de trabajos buenos y atractivos para los residentes.					
10	El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras sobre todo los fines de semana.					
		5	4	3	2	1

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
S	CS	AV	CN	N

N°	Ítems	INDICE				
		S	CS	AV	CN	N
		5	4	3	2	1
Actitud Conductual						
11	Brindo información de los lugares turísticos de Cieneguilla a los turistas.					
12	Describo como es mi comunidad cuando conozco a una persona.					
13	Siempre que puedo visito los lugares turísticos de la zona.					
14	Participo de las actividades turísticas de mi Comunidad.					
15	Incentivo a los turistas a comprar los productos artesanales de mi Comunidad.					
16	Respeto al turista y valoro su importancia para el desarrollo económico de mi Comunidad.					
17	Limpia su calle para que se vea limpia cuando hay turistas.					
18	Limpia las instalaciones de la zona arqueológica de Huaycan.					
19	Propongo ideas al Municipio local para la llegada de turistas.					
20	Voto en los acuerdos para designar al Presidente de la Cámara de Turismo de Cieneguilla.					

5	4	3	2	1
Me agrada mucho	Me agrada poco	Me es indiferente	Me desagrada poco	Me desagrada mucho
MAM	MAP	MEI	MDP	MDM

N°	Ítems	INDICE				
		MAM	MAP	MEI	MDP	MDM
		5	4	3	2	1
Actitud Afectiva						
21	Me interesa Cieneguilla como destino turístico.					
22	Me complace ver la llegada de turistas a Cieneguilla.					
23	Me emociona el contacto con los turistas.					
24	Es un placer platicar con los turistas.					
25	Disfruto la celebración de la semana del Patrimonio Cultural.					
26	Me complace participar como guía turística en la zona arqueológica de Huaycán.					
27	Me gusta proponer ideas para el Municipio local para la llegada de turistas.					
28	Me interesa participar como orientador turístico de Cieneguilla.					
29	Me complace votar por los acuerdos para designar al Presidente de la Cámara de Turismo de Cieneguilla.					
30	Me alegra la afluencia de turistas durante los meses de invierno a mi comunidad.					

Apéndice 3: Base de datos

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE ACTITUD FRENTE AL TURISMO RURAL COMUNITARIO																																					
Alum no	Sex o	Eda d	Trab aja	Dimensión 1										Dimensión 2										Dimensión 3						Tot al	TD 1	TD 2	TD3				
				Cognitiva										Conductual										Afectiva													
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2					2	2	2	3
1	2	2	2	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3	4	3	2	1	1	5	5	3	4	5	3	3	3	2	105	39	30	36
2	1	2	2	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	1	2	3	1	1	1	1	5	3	3	3	5	3	1	1	1	1	85	40	19	26
3	2	1	2	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	1	1	1	5	5	4	3	5	3	1	1	1	5	104	41	30	33	
4	2	2	2	4	4	4	2	2	2	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	1	1	1	4	103	36	30	37
5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	101	40	24	37
6	2	2	2	4	4	5	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	3	1	1	1	1	5	4	4	4	5	4	1	1	1	1	97	40	27	30
7	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	1	1	1	5	5	5	4	5	4	1	1	1	1	97	40	25	32
8	2	2	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	3	3	2	2	3	3	1	1	1	1	5	5	5	4	5	4	1	1	1	1	89	37	20	32
9	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	2	2	2	1	1	2	5	5	4	4	5	4	2	3	3	3	104	42	24	38
10	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	146	50	50	46	
11	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	4	4	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	133	50	33	50
12	1	2	2	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	1	4	1	1	1	1	1	74	39	10	25	
13	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	5	5	4	5	5	2	2	3	3	3	102	41	24	37
14	1	2	2	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	5	4	3	2	3	3	3	1	1	5	5	5	3	5	3	1	1	1	1	98	39	29	30
15	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	50	50	50
16	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	115	40	31	44
17	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	1	1	1	1	87	32	30	25
18	2	1	2	5	5	5	3	3	4	3	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	5	5	3	3	5	3	1	3	1	1	104	41	33	30
19	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	1	1	1	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	101	38	25	38

20	1	2	1	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	2	1	1	1	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	118	46	27	45
21	2	1	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	2	1	1	5	5	4	4	5	3	1	1	1	1	97	38	29	30
22	1	2	1	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	2	2	2	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	118	44	34	40
23	2	1	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	5	5	5	5	4	3	3	3	1	1	105	39	31	35
24	1	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	3	3	3	1	1	104	39	30	35