



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

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

“Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico
de Cieneguilla en el año 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA:

Soriano Reátegui, Shirley Vanessa

ASESOR:

Mgtr. Huamani Paliza, Frank David

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Patrimonio y Recursos Turísticos

LIMA – PERÚ

2018

PÁGINA DEL JURADO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DEL DESARROLLO DEL PROYECTO DE TESIS N° 004- 2018 / EP- ATH - DPI

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con Resolución Directoral N° 004-2018-UCV-Lima Norte/EP-ATH-DPI de la Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería acuerdan:

PRIMERO:

Aprobar por unanimidad ()
Aprobar por mayoría (X)
Desaprobar ()

El Desarrollo del Proyecto de Tesis presentado por el (la) estudiante: **SORIANO REATEGUI SHIRLEY VANESSA**, denominado:

"EVALUACIÓN DE LA CONCIENCIA TURÍSTICA DE LOS ACTORES EN EL ESPACIO TURÍSTICO DE CIENEGUILLA EN EL AÑO 2018"

SEGUNDO: Al culminar la Sustentación, el (la) estudiante obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
11	ONCE	POR MAYORÍA

Presidente (a) DRA. MIRANDA GUEVARA BERTHA GLADYS

Miembro (a) MGTR. GARCIA IPANAQUE LUISA

Miembro (a) MGTR. GARCIA CABRERA CLARA



Los Olivos, 05 de diciembre de 2018

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

DEDICATORIA

A mis padres por haberme impulsado a seguir adelante a pesar de los obstáculos que se presentaron en mi camino, porque gracias a ellos estoy logrando cada una de mis metas; y a mi abuelita que estará presente en todos los momentos de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios que hace posible cada uno de mis sueños, por esa fortaleza y confianza que hace que tenga en mí misma, por guiar cada paso que doy y estar conmigo en todo momento. Gracias por bendecirme y darme esa fuerza para seguir luchando y alcanzar mis objetivos.

A mis padres quienes me brindan todo su apoyo y motivación, porque son la razón por la que me esfuerzo cada día más y se sientan orgullosos de cada uno de mis logros.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Soriano Reátegui Shirley Vanessa con DNI N° 47786436, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el procedimiento de la Oficina de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaña al informe de investigación es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en el presente informe son auténticos y veraces.

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

Lima, 10 de diciembre del 2018.



Soriano Reátegui Shirley Vanessa
DNI: 47786436

PRESENTACIÓN

La presente investigación pretende determinar el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018, para ello el presente estudio está estructurado en siete capítulos, por consiguiente, se narrará cada uno de ellos, así como su contenido.

En el capítulo I, se presenta y se fundamenta la investigación, el cual está conformado por la realidad problemática, trabajos previos, además se contextualiza las teorías relacionadas al tema, así como la formulación del problema de investigación, justificación del estudio y el objetivo general y específicos de la investigación.

En el capítulo II, se describe el método de la investigación, que contiene el diseño de la investigación, variables, operacionalización, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.

En el capítulo III, se narra los resultados del trabajo de campo, producto del procesamiento de los instrumentos de la investigación.

En capítulo IV, se presenta la discusión de los resultados encontrados. La cual se ha realizado tomando en cuenta los resultados hallados, se contrastarán los resultados con el problema y objetivos de la investigación, trabajos previos y bases teóricas para la elaboración de críticas en la investigación.

En el capítulo V, se aborda las conclusiones, para conocer si se alcanzó los objetivos correspondientes y seguidamente en el capítulo VI, se presenta las recomendaciones de la investigación.

Y finalmente, en el capítulo VII, se exponen las referencias, seguidamente de los anexos de la investigación.

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática.....	14
1.2. Trabajos previos	16
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	21
1.3.1. Turismo y conciencia turística.....	21
1.3.2. Enfoques teóricos de la conciencia	23
1.3.3. Turismo y actores turísticos.....	25
1.3.4. Turismo cultural	26
1.3.5. Participación en actividades turísticas	28
1.3.6. Conocimiento del potencial turístico	29
1.3.7. Sentido de pertenencia.....	31
1.3.8. Espacio turístico de Cieneguilla	33
1.4. Formulación del problema.....	35
1.4.1. Problema general	35
1.4.2. Problemas específicos	35
1.5. Justificación del estudio	35
1.6. Objetivos	36
1.6.1. Objetivo general	36
1.6.2. Objetivos específicos.....	36
II. MÉTODO	37
2.1. Diseño de investigación.....	38

2.2. Variables, operacionalización.....	38
2.3. Población y muestra	40
2.3.1. Población.....	40
2.3.2. Muestra y muestreo	41
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	42
2.4.1. Técnicas de recolección.....	42
2.4.2. Instrumento de recolección.....	43
2.4.3. Validez del instrumento.....	43
2.4.4. Confiabilidad.....	43
2.5. Métodos de análisis de datos	44
2.6. Aspectos éticos.....	44
III. RESULTADOS.....	45
IV. DISCUSIÓN	50
V. CONCLUSIONES.....	57
VI. RECOMENDACIONES	59
VII. REFERENCIAS	61
ANEXOS	66
ANEXO 1.....	66
ANEXO 2.....	67
ANEXO 3.....	68
ANEXO 4.....	71
ANEXO 5.....	73
ANEXO 6.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

	Páginas
Tabla 1. Niveles de la mente	24
Tabla 2. Matriz de operacionalización.....	39
Tabla 3. Problema de investigación.....	40
Tabla 4. Población de estudio.....	40
Tabla 5. Muestra y muestreo	41
Tabla 6. Segmentación de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla	41
Tabla 7. Evaluación de expertos.....	43
Tabla 8. Estadísticas de fiabilidad	44
Tabla 9. Conocimiento del potencial turístico	46
Tabla 10. Participación en actividades turísticas	47
Tabla 11. Sentido de pertenencia.....	48
Tabla 12. Conciencia turística	49

ÍNDICE DE FIGURAS

	Páginas
Figura 1. Conocimiento del potencial turístico	46
Figura 2. Participación en actividades turísticas	47
Figura 3. Sentido de pertenencia	48
Figura 4. Conciencia turística.....	49
Figura 5. Encuesta a comerciante de Makrotiendas.....	71
Figura 6. Encuesta a comerciante de Av. Nueva Toledo	71
Figura 7. Encuesta a comerciante del Mercado de Cieneguilla	71
Figura 8. Comerciante del Mercado de Cieneguilla	71
Figura 9. La Fogata Club Resort.....	71
Figura 10. Boulevard de Cieneguilla.....	71
Figura 11. Rancho Aventura Park	72
Figura 12. Club 108.....	72
Figura 13. Granja 21 Restaurant Campestre	72
Figura 14. Tiendas de los alrededores del Boulevard	72
Figura 15. Comisaría de Cieneguilla	72
Figura 16. Restaurante Parque Molle	72

RESUMEN

El presente trabajo de investigación buscó determinar el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla, formulando la pregunta sobre ¿Cuál es el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?. Así mismo, se consideraron las dimensiones sobre el conocimiento del potencial turístico, participación en actividades turísticas y el sentido de pertenencia; basándonos en diversas fuentes de trabajos previos relacionados al tema, de igual manera, se recurrió al uso de teorías para fundamentar objetivamente esta investigación; para ello se aplicó un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y de diseño no experimental, en la cual aplicamos la técnica de la encuesta a los actores involucrados en la actividad turística de Cieneguilla, representada por una muestra de 122 actores. Los resultados que se obtuvieron mostraron que el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla es medio, puesto que, la mayoría de los actores se muestran dispuestos a participar en actividades que contribuyan al desarrollo turístico de su localidad, por otro lado, se requiere del apoyo de la Municipalidad de Cieneguilla, para la elaboración de un Plan de concientización turística, que permita la ejecución de programas, que involucren la participación de todos los actores involucrados.

Palabras claves: Conciencia turística, potencial, participación, pertenencia.

ABSTRACT

The present research work sought to determine the level of tourist awareness of the actors in the tourist space of Cieneguilla, asking the question about what is the level of tourist awareness of the actors in the tourist space of Cieneguilla in 2018?. Likewise, the dimensions on knowledge of tourism potential, participation in tourism activities and the sense of belonging were considered; Based on various sources of previous work related to the subject, likewise, we resorted to the use of theories to objectively support this research; For this, a quantitative approach of applied type and non-experimental design was applied, in which we applied the technique of the survey to the actors involved in the tourist activity of Cieneguilla, represented by a sample of 122 actors. The results that were obtained showed that the level of tourist awareness of the actors in the tourist area of Cieneguilla is medium, since, most of the actors are willing to participate in activities that contribute to the tourism development of their locality, on the other hand, it requires the support of the Municipality of Cieneguilla, for the elaboration of a Tourism Awareness Plan that allows the execution of programs that involve the participation of all the actors involved.

Keywords: Tourist awareness, potential, participation, belonging.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Desde el punto de vista internacional, el Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR, 2016), realizó un informe de gestión sobre el programa de conciencia turística en las regiones del país de Chile, donde se mencionó que a lo largo del año 2016 se habían realizado 140 talleres, siendo el 41% capacitación a escolares; ya que a través de ello se buscaba destacar la importancia de la actividad turística para el desarrollo del país; promoviendo de tal manera el interés por la preservación de sus recursos y mostrando una conducta de cuidado hacia su patrimonio natural y cultural. Este programa desarrollado por el SERNATUR se aplicó desde años anteriores, donde no sólo aborda este tipo de temas sino también la sensibilización de las personas sobre lo que indica el Código de Ética Mundial del Turismo, donde incluye temas como la creación de una oferta turística que permita el acceso a personas con movilidad reducida y concientizar sobre temas como la explotación sexual comercial infantil. Es importante destacar el compromiso de los profesionales de SERNATUR, puesto que cada año continúan capacitando a los pobladores de cada región de Chile y les transmiten conocimiento e incentivan a entender el aporte cultural que conlleva la actividad turística. Durante el año 2016, este programa se enfocó en tres grupos: Jóvenes, alumnos y docentes; quienes fueron el grupo con mayor cantidad de personas capacitadas, representado por el 41.3% del total nacional; otro grupo importante fue el de los empresarios y trabajadores; y adultos mayores, con quienes se buscó mejorar la experiencia de ellos mismos y de quienes los visitan. No obstante, se busca generar un mayor progreso en el país, por lo que se requiere mayor financiamiento y aumento de los fondos regionales para ejecutar más campañas y talleres enfocados directamente a la conciencia turística puesto que generalmente estos fondos son destinados para otro tipo de programas; y del mismo modo, que no sólo se capacite a estos tres grupos sino que también se incluya a las comunidades quienes buscan fortalecer y adquirir conocimientos, ya que ven en el turismo una posibilidad de desarrollo económico para sus localidades.

En nuestro país, el Plan Estratégico de Turismo (PENTUR) 2008 – 2018 señala que el Perú posee una gran biodiversidad, así como, riqueza cultural y natural por lo cual el sector turístico ha mantenido un crecimiento continuo en los últimos años; con un incremento del 8% durante el año 2018; convirtiéndose así en un motor de desarrollo

social y económico, dado que el turismo aporta el 4% al PBI nacional; siendo capaz de contribuir a la inclusión social, la reducción de la pobreza, entre otros factores. Pese al crecimiento turístico en el Perú, aún nos falta mucho por desarrollar esta industria, ya que, carece de políticas, inversiones en infraestructura y una cultura turística que permita entender su importancia como ingreso nacional, regional y local; y esto se debe a que el gobierno no ha tomado como prioridad el desarrollo turístico en el país y a esto se le suma que el país presenta debilidades y diversos problemas como la inseguridad, contaminación ambiental, pésimos hábitos de limpieza e higiene, entre otros problemas que afectan a este sector y que, sin embargo, sigue en constante crecimiento. Por ello es que en el PENTUR al 2025 se presenta como objetivo fortalecer el crecimiento y posicionamiento del Perú en el mercado nacional como destino sostenible y competitivo; para reforzar esta idea el MINCETUR, de manera conjunta con las entidades públicas, privadas y las comunidades, trabaja articuladamente para fomentar e impulsar esta actividad, promoviendo la sostenibilidad del turismo mediante campañas de promoción de buenas prácticas ambientales y manuales técnicos para implementar los destinos turísticos. Asimismo, se requiere el desarrollo de una conciencia turística para lograr un turismo sostenible, puesto que MINCETUR busca fortalecer la cultura turística en los ciudadanos y destacar la importancia de la actividad turística en el ámbito local y nacional, haciendo énfasis en los actores turísticos quienes están vinculados a la planificación y gestión del destino, estimulando el trabajo conjunto de la localidad con el fin de fortalecer la identidad local y nacional.

Por otro lado, el distrito de Cieneguilla se ha convertido en uno de los principales lugares para relajarse, compartir momentos agradables y realizar diversos deportes de aventura, que permiten despejar la mente gracias al clima favorable que presenta, además de su cercanía a Lima motivando la afluencia de los visitantes. Sin embargo, se evidencia la carencia de cultura, conciencia, cooperación, asociatividad y las dificultades para la creación de empresas, así como, el deterioro de los recursos naturales y ecosistemas, que se encuentran contaminados a causa del arrojado de desechos sólidos por parte de los mismos pobladores. De otra parte, es preciso señalar que el área de turismo de la Municipalidad de Cieneguilla presenta ciertos puntos débiles que no han permitido que este se pueda consolidar como un destino turístico competitivo y sostenible, y es que dentro de esta área la mayoría de colaboradores no disponen de los conocimientos necesarios para llevar a cabo el desarrollo turístico de Cieneguilla, es por

todo ello que se considera imprescindible evaluar el nivel de conciencia turística de todas aquellas personas que están vinculadas a este sector como las que están relacionadas indirectamente, todos ellos son denominados como actores turísticos que son quienes deben actuar con respecto a esta problemática que afecta al distrito y a los recursos que este posee, puesto que son los actores turísticos, quienes mantienen la identidad de la localidad y son partícipes de la dinámica sociocultural y económica del distrito.

1.2. Trabajos previos

Con la finalidad de reunir información sobre la variable de investigación, se ha revisado trabajos realizados por otros investigadores, dentro de los cuales se destacan:

Gulfira (2017) realizó una investigación en Indonesia, la cual tituló “Conciencia turística y conocimiento local: Vista a la comunidad de Wanayasa”, con el objetivo de examinar las diferentes percepciones de los residentes sobre su papel en la sensibilización hacia el turismo e investigar su influencia en el conocimiento percibido de turismo sostenible. Para lo cual esta investigación fue de tipo exploratoria, utilizando como técnica la encuesta y llegando a usar como instrumento el cuestionario. Al finalizar este estudio, se obtuvo como conclusión que la población de la localidad de Wanayasa, ubicada en Indonesia, reconoce y admite la necesidad de ser involucrada en el proceso de toma de decisiones en turismo. No obstante, este estudio descubrió que la profesión no podía utilizarse para diferenciar la conciencia turística de los residentes, ya que no se encontraron diferencias entre los encuestados que trabajan en el turismo y los que no lo hacen. Ambos grupos también mostraron el mismo nivel alto de conocimiento de los principios del turismo sostenible. Como vacío de esta investigación se puede mencionar que en su muestra consideró dos grupos, las personas involucradas directamente a la actividad turística y las personas que laboraban en otro tipo de actividades; a diferencia de esta investigación donde también se incluyen esos dos grupos además de estar considerado el interés por parte de las autoridades.

Lekaota (2017) elaboró una investigación titulada “Awareness and education about sustainable tourism in Katse and Mohale tourism development areas in Lesotho (Conciencia y educación sobre el turismo sostenible en el desarrollo turístico en katse y Mohale áreas en Lesotho)” en Sudáfrica, con el objetivo de medir el nivel de

conocimiento y conciencia de las comunidades sobre el turismo. Para ello, se aplicó un tipo de investigación cuantitativa, con un tipo de muestreo por conveniencia, así también para la recolección de datos se utilizó como instrumento el cuestionario, a través de la técnica la encuesta. Finalmente, a través de este estudio se logró observar que las comunidades en su mayoría carecían de conocimientos sobre el turismo. De igual manera, se evidenció que los beneficios obtenidos por la actividad turística no eran distribuidos equitativamente entre los residentes, así como algunos de ellos no sabían diferenciar entre los tipos de turistas, brindando como resultado una mala experiencia al turista. Como vacío de esta investigación, podemos encontrar que esta investigación no presenta la muestra ni las preguntas del instrumento que aplicó; además de que el tipo de muestreo utilizado en esta investigación no permite obtener resultados óptimos.

Cameron (2016) realizó una investigación titulada “Tourism Awareness and its impact on conservancy management strategies in Namibia: A Case Study Of The Tsiseb Conservancy (Conciencia turística y su impacto en la conservación y estrategias de gestión en Namibia: Un Estudio De Caso De La Conservación De Tsiseb)” en Tanzania; cuyo objetivo fue identificar y examinar los elementos que intervienen en la conservación de la conciencia entre las comunidades locales en el área de estudio. Para ello, esta investigación fue de tipo cualitativa y cuantitativa, con un tipo de muestreo intencional y utilizando como instrumento para la recolección de datos el cuestionario. Este estudio concluyó que se requiere mejorar las capacidades y formación de los pobladores para mejorar los niveles de conocimiento y contribuir al desarrollo de la comunidad, ya que, no se lograron los objetivos propuestos. Como vacío de esta investigación se puede mencionar que el investigador antes de realizar su trabajo de campo debió indagar un poco más sobre el grado de cultura que presentaba esta comunidad, ya que la mayoría se mostraba indispuesta a participar de sus encuestas.

Hassanein (2014) realizó una investigación titulada “Evaluating Study for Elements Affecting Tourism Awareness in Jordan: Applied on Aqaba and Wadi Rum Areas (Estudio de evaluación de elementos que afectan la concientización turística en Jordania: aplicados en el área de Aqaba y Wadi Rum)” elaborada en Egipto; con el objetivo de establecer los elementos que afectan a la conciencia turística, así como evaluar el nivel y tipo de educación en las áreas de estudio. Para ello, se aplicó el método analítico – descriptivo con enfoque cualitativo y tipo de muestreo aleatorio simple. Este estudio concluyó que se refleja una relación positiva entre el nivel de

educación y su contribución hacia la sensibilización en las áreas de estudio. Como vacío de esta investigación, se requiere ampliar un poco más su marco teórico, así como, dar a conocer las recomendaciones más relevantes.

Vega (2017) desarrolló su proyecto de investigación en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, la cual se tituló “Análisis de la conciencia turística en los agentes turísticos del centro histórico monumental del distrito de Huanipaca, año 2014”; esta investigación tuvo como objetivo conocer como es la conciencia turística de los agentes turísticos del centro histórico del distrito de Huanipaca, año 2014. En cuanto al tipo de investigación utilizado fue descriptivo aplicando el método deductivo. Con relación a las técnicas empleadas para esta investigación, se menciona la encuesta y el análisis documental. Este estudio concluyó que la conciencia turística de los agentes turísticos es inadecuada. Evidenciándose nivel educativo secundario con poco conocimiento de los recursos y atractivos turísticos. Asimismo, los agentes turísticos han mostrado su compromiso, respeto, y vocación en brindar un buen servicio turístico. Como vacío de esta investigación, podemos mencionar que le faltó recabar información o incluir dentro de su instrumento temas sobre capacitación en cuanto a la conservación de los recursos o interés por parte de la misma municipalidad.

Huamán (2016) desarrolló una investigación en la Universidad de Huánuco, la cual se tituló “Conciencia Turística y Conservación del Complejo Arqueológico Tantamayo del distrito de Huamalies provincia de Huánuco”; cuyo objetivo fue analizar la forma en que afecta la conciencia turística sobre la preservación de este complejo arqueológico. En este estudio, se utilizó un enfoque cuantitativo, con un diseño correlacional y como técnicas la entrevista y método bibliográfico – Histórico. Este estudio concluyó en que tanto la conciencia turística como el conocimiento influyen en la preservación de este complejo arqueológico, así como también, el apoyo de las organizaciones las cuales influyen positivamente. Como vacío podemos encontrar que, al establecer su tipo de muestra, no sólo debió enfocarse en los pobladores, sino que también debió considerar a las autoridades como parte de su población y del mismo modo a aquellas empresas que brindan servicios turísticos.

Mendoza (2015) desarrolló su tesis en la Universidad San Martín de Porres, la cual tituló “La puesta en valor de la Huaca Puellana y su repercusión en la conciencia turística de la comunidad de Miraflores”. Esta tesis tuvo como objetivo identificar las

estrategias que permitan desarrollar el valor de la Huaca Pucllana y la manera en que esta influya en la conciencia turística de los pobladores de Miraflores. Cabe mencionar, que la investigación fue de corte transversal, correlacional, del diseño no experimental, también es observacional y descriptivo; además, para la elaboración de esta tesis se empleó la técnica del muestreo aleatorio simple. Las técnicas utilizadas fueron las encuestas y entrevistas. Se concluye que: Se evidencia un escaso nivel de conciencia turística por parte de los pobladores de este distrito, el cual se debe principalmente a la ausencia de conocimiento sobre la importancia del turismo. Como vacío podemos encontrar que esta investigación se basó en indagar el origen de los impactos ambientales generados en la Huaca Pucllana, así como analizar la conciencia de los pobladores, sin embargo, considero que también debió indagar el motivo del poco interés que muestran los pobladores, así como la ausencia de conocimiento sobre planes de concientización.

Ríos y Ferreyra (2014) desarrollaron una tesis en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, titulada “Caracterización de la identidad iquiteña. Propuesta de Programa de Turismo Escolar, Estudiantes del 1° de Secundaria de la I.E.P.S.M. Rosa Agustina Donayre de Morey, Iquitos 2014”, para la obtención del título profesional de licenciado en educación con mención en ciencias sociales. Esta investigación tuvo como objetivo principal dar a conocer las principales características que presentan los iquiteños para fortalecerla en los estudiantes de este centro educativo. Asimismo, la investigación fue de tipo cualitativo de nivel exploratorio y descriptivo con diseño transeccional, utilizando el método no experimental. Así también, en esta investigación la población estuvo conformada por los alumnos del primer año de secundaria de la Institución Educativa “Rosa Agustina Donayre” de Iquitos, para lo cual se utilizó una muestra de tipo no probabilística por conveniencia conformada por 67 estudiantes. Por otro lado, la técnica que se empleó en la recolección de datos para esta variable fue: la encuesta. Finalmente, se identificaron las principales características de la identidad Iquiteña, de donde se concluyó que, con respecto a la conciencia de dominio de espacio de la identidad iquiteña, esta representa un 54%; el nivel de conciencia turística en los estudiantes está representada por un 56%; el sentido de pertenencia se muestra adecuado con un 71% y por último las características de la identidad iquiteña y fortalecimiento con un 57%. Como vacío podemos encontrar que esta investigación utilizó un tipo de muestreo por conveniencia, por lo que considero que pudo haber utilizado otro, a fin de

obtener mejores resultados; asimismo, considero que su muestra pudo ser mayor si es que hubiese abarcado la totalidad de los estudiantes, ya que, en sí, su investigación busca fortalecer la identidad local y nacional de una parte de su población.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Turismo y conciencia turística

El turismo durante los últimos años se ha convertido en una actividad económica que ha permitido la generación de empleo y ha despertado el interés por la conservación del medio ambiente, recursos turísticos, ecosistemas y culturas vivas que se han ido perdiendo con el paso de los años. De esta manera se ha ido logrando que cada vez más personas, incluidos pobladores y turistas puedan desarrollar esta actividad de una manera más concientizada y mantengan los atractivos turísticos en adecuado estado de conservación. Este grado de responsabilidad promueve un desarrollo sustentable para una posterior elaboración y uso de productos que no perjudiquen el medio ambiente. Es por eso que la sociedad actual y futuras generaciones dependen de un cambio de mentalidad que debe ser influenciado por los medios de comunicación y educación donde se enfatice una responsabilidad ecológica.

Al respecto, la Organización Mundial de Turismo (citado en Dos santos, 2013) señala que:

El turismo tiene efectos en la economía (...), en la población local de los lugares visitados y en los visitantes (...). Debido a estos diversos impactos (...) y la gran cantidad de empresas turísticas involucradas y que en ciertas ocasiones también pueden ser afectados por el turismo, es necesario aplicar medidas a nivel global con el fin de lograr una adecuada gestión y supervisión del turismo (...). (p. 15)

Con el fin de poner en práctica políticas o establecer acuerdos nacionales o internacionales que respondan a las necesidades de los visitantes y anfitriones de las regiones, procurando el bienestar de la comunidad y la conservación de los recursos, la integridad cultural y la diversidad biológica.

Por otro lado, la conciencia turística está asociada al respeto y amabilidad que se muestra ante los visitantes y turistas, siendo estos uno de los principales factores por los que la gente acude a los destinos turísticos, puesto que consideran que un buen trato influye en la decisión para visitar un destino o recomendarlo; además de mostrar una imagen positiva del lugar. Es así que se establece una relación entre los residentes y visitantes, las personas involucradas en las diversas actividades turísticas y la percepción que este origina ante los demás; de esta manera, se permite la aceptación del turismo en la localidad donde tanto los pobladores, entidades públicas y privadas,

gobiernos regionales y turistas, promueven esta actividad que genera beneficios para la población, además de contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural, y la valorización de los atractivos con los que dispone la localidad, creando así una identidad producto de una construcción cultural debido a la conciencia turística que va creciendo progresivamente, comprendiendo que el turismo contribuye al desarrollo de su región y creando en los pobladores una actitud positiva frente a los visitantes y mostrando respeto ante su patrimonio y entorno (Varisco, Benseny y Padilla, 2016).

Mieres (como se citó en Malca, 2012) señala y define a la conciencia turística como el estado mental que hará posible que las personas que residen en una región o localidad posean la capacidad para fomentar y difundir la conservación de sus bienes y servicios turísticos situados en su territorio.

Con el propósito de dar a conocer sus atractivos turísticos y riquezas con la que dispone su región; se considera imprescindible elaborar planes y programas de concientización que permitan captar nuevos clientes y hacer del territorio un destino idóneo para el visitante; cabe mencionar que el turista de hoy en día cada vez es más exigente y busca la satisfacción de sus necesidades en su totalidad considerando como principal factor la calidad de servicio que recibe.

Al respecto, Balbuena (2002) menciona que:

El desarrollo de la conciencia turística compete al público en general y no solo a aquellas empresas quienes prestan estos servicios turísticos, puesto que, todo aquel que se interese en el turismo, podría obtener beneficios hacia su localidad o región; por lo que es imprescindible establecer estrategias que impulsen la mejora de la conciencia turística en la población local. (p. 4)

Por ello es indispensable potenciar no sólo el conocimiento de aquellos que están directamente vinculados a la prestación de servicios turísticos, sino también de los pobladores, estudiantes, incluso de las autoridades pertinentes, a fin de transmitir actitudes y comportamientos favorables que contribuyan al desarrollo turístico, puesto que a través de ellos se logrará una mejor difusión sobre los recursos situados en la localidad y a la vez ofrecer mejores estándares de calidad, al mismo tiempo de lograr la valorización y conservación de los recursos.

Tal y como lo menciona Arria (citado en Malca, 2012) la conciencia turística involucra las actitudes y comportamientos de los pobladores pertenecientes a una

localidad o región, quienes brindan hospitalidad, un trato amigable y cálido hacia los turistas, transmitiéndoles sus conocimientos e identidad del lugar que visitan, y mostrando a través de sus conductas una imagen positiva del territorio y permitiendo una convivencia cordial.

Estas conductas reafirman el modo de ser de las personas, ya que un comportamiento adecuado frente al turista podría permitir una posterior visita o que el lugar sea recomendado; por ello es necesario conocer de la cultura del país y enriquecer los conocimientos acerca de la historia de los antepasados para poder responder de manera adecuada a las dudas de los turistas.

Por otro lado, Navarini (2008) señala que:

La conciencia turística es imprescindible ya que busca un cambio de actitud en el residente frente al turista. En otras palabras, los habitantes dejan de tener una actitud pasiva y una participación escasa que simplemente espera, y se convierte en un verdadero actor y protagonista del desarrollo del turismo cultural en su localidad. (p.34)

El apoyo de los residentes contribuye al desarrollo turístico de la localidad, ya que una población dispuesta a brindar un servicio adecuado a los visitantes y a la vez hospitalaria se convierte en un factor crítico para el éxito del sector turístico. Por ello es de suma importancia que exista armonía entre los intereses de la población y de las autoridades, ya que de lo contrario no se podría ofrecer un turismo de calidad. Es así que se considera necesario tener en cuenta la opinión de la población para la elaboración del plan de desarrollo turístico, puesto que son ellos quienes deben percibir la industria turística como beneficiosa para el desarrollo y bienestar de su comunidad.

1.3.2. Enfoques teóricos de la conciencia

Piaget (citado en Rafael, 2007) desarrolla la teoría cognoscitiva, donde explica el desarrollo del niño en las diferentes etapas de su vida, la manera en que evolucionan sus patrones de aprendizaje tratando de entender lo que sucede a su alrededor y construyendo nuevas conductas. Esta teoría se basó en 4 etapas: etapa sensomotora, preoperacional, de operaciones concretas y de operaciones formales. Asimismo, Piaget explica que la conducta de los individuos pasa por cada una de las etapas de manera inalterable, donde cada etapa depende de la anterior, adquiriendo en cada una de ellas nuevos conocimientos y generando cambios en su capacidad para razonar.

Por otro lado, Freud (1917) señala que la mente del ser humano está dividida en tres niveles: el preconscious, el consciente y el inconsciente, los cuales influyen en el comportamiento y personalidad de cada persona. Asimismo, sostiene que la presencia de fuerzas internas, es decir, el inconsciente es quien dirige el comportamiento basado en pensamientos, emociones o recuerdos.

Tabla 1. *Niveles de la mente*

Consciente	Preconscious	Inconsciente
Este aspecto le permite a nuestra mente pensar y actuar de forma racional, formado por todo lo que percibe a través de los sentidos y la parte interna del ser humano como sus recuerdos y emociones. En esta fase la mente permite tomar decisiones que logran tener un control de nuestra vida, influyendo en nuestro carácter, personalidad y forma de ser, puesto que son producto de nuestros deseos y no manejado por los impulsos.	Es aquel nivel formado por vivencias, pensamientos y sentimientos que pueden estar disponibles en la conciencia cuando sea necesario a través de un esfuerzo de atención, puesto que han sido olvidados transitoriamente o mediante un olvido voluntario. Una de sus funciones de este nivel es censurar o reprimir aquellos deseos o comportamientos que son desconocidos por nuestra parte, ya que de alguna manera el inconsciente está actuando por nosotros.	Es el nivel donde se encuentran aquellas emociones, vivencias, pensamientos y conflictos que han sido reprimidos porque producen sensaciones desagradables (sufrimiento, dolor, ansiedad) cuando se los recuerda; por ello son reprimidos y se encuentran ocultos en el inconsciente; sin embargo, influye en nuestra conducta a pesar de no estar conscientes de ello.

Fuente: Introducción al psicoanálisis. (Freud, 2011)

Si bien ambas teorías explican sus punto de vista sobre la conciencia, cabe destacar que Piaget a través de su teoría cognoscitiva, señala que la conciencia va evolucionando durante el desarrollo de las diferentes etapas del ciclo de vida del ser humano, ya que en cada etapa el ser humano va adoptando diferentes patrones de aprendizaje y construyendo nuevas conductas que modifican su comportamiento y manera de pensar, basado principalmente en la percepción de objetos y de la interacción con ellos además de aprender a través de sus propias experiencias.

1.3.3. Turismo y actores turísticos

El turismo es considerado como uno de los sectores que se ha ido desarrollando de manera progresiva durante los últimos años, pero que sin embargo ha requerido mano de obra especializada en el rubro para poder garantizar la calidad de los servicios prestados. La inversión en la capacitación de actores turísticos se ha convertido en una estrategia que ha permitido la inclusión social y la distribución equitativa de los ingresos obtenidos a través del turismo.

Es por ello que se considera fundamental la participación de los actores locales, que conjuntamente al apoyo de entidades tanto públicas como privadas desarrollen acciones que concienticen a los ciudadanos en cuanto al turismo. La comunidad se siente identificada con sus costumbres y comparte sus valores y cultura a los visitantes, pero está se ve perjudicada ante la presencia de culturas externas. Por otro lado, con respecto al medioambiente, la contaminación compromete el futuro de la localidad.

Es así que, la formación de los actores es imprescindible para mejorar sus conocimientos y capacidades, pero para lograrlo se necesita interrelacionar ciertos aspectos; la gente debe conocer sus problemas y necesidades teniendo en cuenta los recursos y posibilidades que posee a fin de poder transformar su realidad; en cuanto a la participación, los actores deben socializar para poder transmitir y compartir sus conocimientos y a la vez mejorarlos. Para lograr esta interrelación es necesario realizar una intervención en la comunidad con el propósito de que se sientan comprometidos con el desarrollo del turismo y puedan actuar desde otra perspectiva haciendo frente a los conflictos.

Cabe mencionar, que el turismo siempre ha sido considerado como un fenómeno complejo, debido a la intervención de numerosos actores del sector público y privado quienes al interactuar junto a los recursos turísticos dan origen a lo denominado Sistema Turístico Local. Cuando se hace referencia a actores turísticos se pueden considerar las empresas que brindan servicios turísticos, comerciantes, grupos de interés empresarial, autoridades, entre otros.

Al respecto, en la investigación realizada por Chulla (2011) señala que es importante desarrollar un nivel adecuado de conciencia turística, puesto que permitirá

un turismo sostenible. Asimismo, menciona a los actores involucrados en la actividad turística, en los cuales se debe enfocar el desarrollo de la conciencia turística:

El primer grupo al que hace referencia es al de los pobladores; ante la necesidad por generar una identidad en los pobladores y se sientan identificados con sus recursos para promoverlos y difundirlos. Esto se vincula directamente con los medios de comunicación, ya que a través de ellos se logrará una mejor difusión y alcance de información para la población.

Del mismo modo, considera que, con respecto a los prestadores de servicios, debe existir una buena relación entre las personas mostrando educación y vocación de servicio, es por ello que por medio de la selección del personal y las capacitaciones se busca potenciar sus conocimientos y habilidades para un mejor trato a los visitantes y lograr una mejor orientación profesional.

Finalmente, las autoridades también deben desarrollar una adecuada conciencia turística; con el fin de que muestren actitudes apropiadas que favorezcan el turismo y este pueda contribuir al desarrollo del mismo por medio de la afluencia de turista y visitantes a la región.

1.3.4. Turismo cultural

El turismo cultural es aquel tipo de turismo en el que se incluyen diversos aspectos tanto culturales como económicos, puesto que busca lograr un desarrollo económico en los pueblos y de igual manera lograr una integración social, a través del intercambio de conocimientos, costumbres, estilos de vida, entre otros aspectos; cabe mencionar, que el turismo cultural sostenible, de cierta manera también afecta no sólo a los turistas y población local, sino también al patrimonio tangible e intangible (museos, paisajes, iglesias, etc.).

Es así como, el turismo cultural juega un papel importante dentro de la sociedad, con el fin de dar a conocer y preservar el patrimonio cultural de cada país, dado que el turismo es considerado como actividad económica, capaz de generar ingresos y mejorar la calidad de vida de la población; el turismo cultural es más que eso, ya que el patrimonio es una riqueza que no puede ser renovada y por ende merece ser protegida y valorada.

Por lo tanto, se requiere una gestión adecuada que se encamine en la protección del patrimonio, y no solo fomentar un desarrollo económico sino la preservación de los valores presentes en la sociedad, garantizando el respeto y conservación de los mismos, por medio del intercambio cultural. Es importante en las comunidades fortalecer su identidad, ya que, con el paso de los años, esta riqueza cultural puede haberse visto afectada con la globalización, amenazando las culturas locales.

Por lo mencionado anteriormente, se puede entender que este tipo de turismo puede ser considerado como una oportunidad para recuperar aquel patrimonio material e inmaterial. Cada vez son más las personas que se interesan por este tipo de turismo, el hecho de poder conocer diferentes destinos, arquitectura y cultura, buscando el contacto con otras comunidades; es por todo ello, que la participación de los actores turísticos es fundamental, permitiendo de tal manera mejorar su calidad de vida sin dejar de lado su identidad. El proceso de concientización debe surgir desde los más pequeños logrando así despertar el interés por la actividad turística.

Uno de los principales motivos por lo que los viajeros deciden realizar este tipo de turismo es el hecho de buscar otros horizontes o destinos rodeados de naturaleza, poseedores de historia, circuitos de ruinas, museos. La mayoría de las personas se interesan por participar en nuevas experiencias culturales contribuyendo de tal manera a su conocimiento y llevando consigo un recuerdo materializado de forma que le permita compartirla, demostrando así la prueba de haber estado en el lugar.

Durante los últimos años se ha evidenciado que los principales viajeros han pertenecido a una clase media, lo que hace suponer una distinción entre los consumidores. Sin embargo, esto se ha ido adaptando con el tiempo, las agencias han ido disminuyendo sus precios adaptándose a la demanda y teniendo en cuenta que el turismo cultural no sólo genera nuevas experiencias sino emociones, brindando a las personas la oportunidad de conocer otra realidad desde otra perspectiva.

Los turistas culturales se han caracterizado por presentar un nivel alto de educación donde sus intereses han estado enfocados en el estudio, aunque en ciertos casos la visita hacia los destinos no ha sido seleccionados por el interés en el destino sino por la experiencia que esta puede generar en ellos; es decir, mientras menor sea su motivación por visitar el lugar, mayor será su experiencia al momento de visitar un atractivo cultural, logrando de tal manera una experiencia única.

1.3.5. Participación en actividades turísticas

Según Navarini (2008) en una de sus investigaciones; señala que toda ciudad está compuesta por tres principales grupos que son la población residente, los propietarios y las autoridades locales; donde cada uno de ellos establece sus propios objetivos respecto al turismo, además, de obtener diferentes beneficios de esta actividad. Es así que, que cada grupo adopta diferentes roles en el desarrollo de la actividad turística en su comunidad. Con respecto a la comunidad, esta debe recibir beneficios que lo motiven a seguir participando de las actividades que realiza su localidad, cabe mencionar que el principal beneficio es lograr el bienestar de la población mejorando su calidad de vida.

Sin embargo, uno de los principales problemas es la falta de información brindada a los residentes, puesto que desconocen la importancia que implica desarrollar y participar de actividades turísticas, así como la importancia del turismo en su comunidad, lo que quiere decir, que carecen de una conciencia turística de lo que proviene del desarrollo del turismo en su propia zona.

Cabe mencionar que, las autoridades deben hacerse presente mediante el impulso de la participación comunitaria en actividades turísticas y culturales; para lo cual se requiere difundir la información a toda la población e incluirlos en los planes de desarrollo turístico; para que tengan conocimientos acerca de los proyectos o programas a ejecutar, motivándolos a la participación activa en el desarrollo del turismo cultural dentro su lugar de residencia.

Finalmente, cabe señalar que las actividades turísticas están conformadas por un conjunto de operaciones que establecen una relación directa o indirecta con el turismo, la cual conlleva a la prestación de servicios turísticos (transporte, alojamiento); es decir; pone a disposición de los visitantes los bienes y servicios que harán más placentera su visita, logrando satisfacer las expectativas de la demanda. Así también, las actividades turísticas implican la creación de nuevos productos turísticos; que se convierten en el motivo por el cual los visitantes buscan le sean otorgados esos servicios durante toda su visita (Ishuiza y Flores, 2008).

Por ello, es importante elaborar productos y servicios acorde a las necesidades de los visitantes, para que tengan una estadía placentera y así lograr una mayor afluencia de turistas, el ingreso de divisas y nuevos puestos de empleo. Es por eso, que

se necesita un mayor compromiso y participación de la población y autoridades para mejorar ciertos aspectos que permitan obtener más beneficios para la comunidad y seguir motivando a la población con respecto al desarrollo turístico a través de una planificación adecuada que involucre a todos en general.

De lo mencionado anteriormente, se desprenden ciertos indicadores, los cuales serán definidos a continuación:

Compromiso

Es aquella capacidad que posee el ser humano para poder tomar conciencia de la importancia del trabajo que va a desempeñar, contribuyendo voluntariamente al desarrollo y bienestar de su comunidad, convirtiendo las promesas en realidades a través del esfuerzo constante por lograr los objetivos.

Intercambio cultural

Fernández (2008) lo define como aquel encuentro social en el que interactúan ambas partes tanto turistas como residentes y donde a la vez se establece el contacto y comunicación, compartiendo entre ellos nuevas experiencias y formas de ver la realidad desde otras perspectivas.

1.3.6. Conocimiento del potencial turístico

Según Cardona (2012) indica que el nivel de conocimiento que disponga la población acerca de la contribución de la actividad turística resulta fundamental, ya que influye de cierta manera en su actitud frente al turismo. Puesto que, la preocupación por temas locales es de interés para la población, lo que trae consigo riesgos o beneficios para ellos. Como producto de esta preocupación por los impactos negativos del turismo resulta perjudicial ya que presentan actitudes negativas, mientras que los problemas de la sociedad a nivel local dan paso a una mejora actitudinal, dado que consideran se puede solucionar.

El país presenta diversidad de atractivos y recursos turísticos que son desconocidos por la mayoría de la población, tal vez por la falta de información acerca de estos lugares o el escaso interés que le prestan las autoridades para resaltar esa parte importante del país, sin embargo, se aprecia que los turistas y visitantes vienen principalmente a apreciar y conocer aquellos recursos que muchas personas ignoran, y

por ende no muestran preocupación por preservar el patrimonio. Es ahí donde surge la preocupación por destacar la belleza del territorio, comunidad o localidad, a través de la participación activa de la población frente a actividades, talleres o programas culturales; donde se impulse la visita a museos, iglesias, centros culturales, entre otros, y de esa manera conozcan un poco más de lo que se encuentra a su alrededor.

Medina (citado en Ríos y Ferreyra, 2014) señala que el desarrollo de un turismo educativo es una actividad que contribuye a la formación de los estudiantes, promoviendo la interacción de ellos con su entorno, despertando el interés por conocer y ampliar sus conocimientos sobre lo que ubica en su zona y a la vez permitirles forjar y construir su propia conciencia, actitud y opinión sobre lo que observan, convirtiéndolos en personas más conscientes capaces de contribuir al progreso de su sociedad.

Puesto que, el patrimonio debe ser respetado y preservado, para que las futuras generaciones tengan la oportunidad de conocerlos y puedan difundir su cultura. Cabe mencionar, que el estado, gobiernos regionales y locales deben contribuir a través de la elaboración de estrategias que permita a la población acceder a información pertinente sobre los recursos de su localidad y país, a fin de promover la actividad turística y se sientan más identificados e involucrados con lo que los rodea.

Con respecto al conocimiento del potencial turístico, Ginés (citado en Sosa de la Cruz, 2004), señala que “la identificación de potencialidades turísticas consiste en un registro integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas puedan constituir un recurso para el turista” (p. 10).

Esta identificación de potencialidades debe ser un reflejo de la realidad del recurso y al mismo tiempo ser claro y dinámico. Además, el estudio o conocimiento del potencial turístico permitirá establecer estrategias y tomar decisiones adecuadas para la elaboración de un producto turístico. No obstante, cabe mencionar que no todos los lugares pueden recibir gran cantidad de visitantes, por ello es recomendable que el turismo sea planificado y ordenado; para lograr la construcción de un destino y de igual manera crear productos que sean amigables con el medioambiente y la comunidad, pero del mismo modo satisfagan las necesidades de los visitantes y sean sostenibles en el tiempo.

De lo expuesto anteriormente, se desligan ciertos indicadores que serán definidos a continuación:

Servicios turísticos

Espinoza, Enderica y Caicedo (2017) lo definen como aquellos implementos que facilitan la visita turística y permiten conocer el recurso, así como, realizar determinadas actividades dentro de él, con el propósito de generar nuevas experiencias a quienes lo visitan, otorgándole un valor agregado; cabe mencionar, que dentro de estos servicios turísticos se incluyen los servicios básicos.

Accesibilidad

Espinoza, Enderica y Caicedo (2017) lo definen como la capacidad de otorgar a las personas las facilidades para poder llegar a una zona y visitarla sin impedimentos; dentro de la accesibilidad se consideran los accesos al recorrido por el interior del recurso, señalización, acceso a monumentos y puntos de información en cuanto al espacio físico, mientras que con respecto a la comunicación: las expresiones, técnicas de acompañamiento, colores, entre otros aspectos.

Recurso turístico

Son aquellos recursos naturales, culturales y humanos que poseen determinadas zonas con potencial para poder ser visitadas pero que aún no disponen de las instalaciones idóneas para atender a los visitantes, cabe mencionar que un recurso debe motivar el desplazamiento turístico, siendo la motivación uno de los pilares fundamentales del fenómeno turístico.

1.3.7. Sentido de pertenencia

Es importante conocer aquellos lugares recónditos del país, comunidad o localidad, para lograr cambios de actitud y comportamientos en la sociedad; así como generar estrategias en pro del bienestar de la ciudadanía; a fin de sensibilizar a la población a través de programas desarrollados tanto por el estado como de los municipios. Pero principalmente se deben establecer los objetivos y brindar información oportuna para que los anfitriones valoren y protejan su patrimonio, puesto que, con el tiempo, la actividad turística genera impactos económicos y sociales, que no necesariamente son buenos.

Cuando se hace referencia a identidad cultural este se encuentra ligado al sentido de pertenecía hacia un grupo social, con el cual comparten costumbres, creencias, y valores; cabe mencionar que la identidad es generada por aspectos antropológicos como sociológicos, recibiendo influencia externa de manera constante (Molano, 2006).

Según López (como se citó en Ríos y Ferreyra, 2014) indica que la identidad está conformada por todos aquellos elementos comunes que posee una nación, un pueblo o personas; estos elementos pueden ser la religión, costumbre, idioma, entre otros; así también, estos valores o costumbres adoptados por los miembros de una nación, pueden ser religioso, cultural, moral, social, etc. Todos estos elementos forman parte de la identidad nacional.

Sin embargo, la cultura se ve amenazada de cierta manera, puesto que la riqueza cultural del país se está perdiendo a causa de la falta de interés de los ciudadanos, principalmente los niños y jóvenes quienes descuidan este aspecto tan importante, dejando de lado sus costumbres, sus raíces y su pasado.

Al respecto Navarini (2008) menciona que “[...] “comunidad” es sinónimo de integración de lo diferente, pero voluntariamente compartido. Es importante para las sociedades fortalecer identidades que sean fuente de cohesión y reconocimiento” (p. 28).

Lo que quiere decir, que es necesario desarrollar la conciencia de la población y lograr el auto reconocimiento e identidad con su propia cultura, mostrar respeto y orgullo de las riquezas que posee; cabe mencionar, que el turismo trae consigo la globalización que amenaza las culturas locales, por ello es necesario aprovechar los aspectos positivos de la actividad turística, que genere beneficios y promueva la participación de la comunidad.

Al respecto Chávez (como se citó en Pasache, 2012) refiere que la participación social es un proceso donde los individuos se comprometen, coordinan, son responsables y toman decisiones con la finalidad de alcanzar un objetivo en común.

Resaltando de tal manera, la importancia de la participación social, puesto, que los miembros de una comunidad asumen un papel activo y es a través de la toma de decisiones que establecen acuerdos y estrategias para lograr sus metas, intereses y

beneficios en favor de la comunidad. Promoviendo el desarrollo de habilidades sociales con el fin de mejorar el nivel de democracia en la sociedad.

De lo mencionado anteriormente, se desprenden ciertos indicadores, los cuales serán definidos a continuación:

Cuidado ambiental

Es el adecuado manejo y aprovechamiento de los recursos para evitar daños irreparables, es por ello que se requiere un trabajo conjunto para minimizar los impactos ambientales y desarrollar una conciencia ambiental a través del uso de productos menos contaminantes y perjudiciales para el medio ambiente.

Hospitalidad

Es la capacidad de acoger con amabilidad y cortesía a quienes visitan un lugar, el respeto que se transmite hacia el visitante y el hecho de poder brindarles los servicios necesarios durante su estadía y poder satisfacer sus necesidades más básicas, la hospitalidad es un aspecto importante, puesto que la mayoría de las personas se muestra agradable frente a turistas o visitantes, ya que se espera lo mismo por parte de ellos.

1.3.8. Espacio turístico de Cieneguilla

El distrito de Cieneguilla se ubica muy cerca de la ciudad de Lima, a una distancia de 23 Km al sur - este del mismo, en la parte media baja del Río Lurín, lugar en el que se produce variedad de frutas y verduras, que son comercializadas por los pobladores de la zona. Por otro lado, debido al clima semicálido que presenta, permite el crecimiento de la caña brava y el carrizo; siendo materias primas fundamentales para los pobladores de Chontay, quienes a través de ellos practican la cestería. Cabe mencionar, que este lugar es muy visitado no sólo por su clima, sino también por sus zonas boscosas y de recreación que posee, además, de haber sido declarado como "Distrito Ecológico".

Asimismo, este distrito presenta diversos recursos turísticos, pero que sin embargo, hasta la fecha solo ha sido inventariado el Centro Arqueológico Huaycán de Cieneguilla por el mismo Ministerio de Cultura; dejando de lado otros recursos tales como: el Sitio Arqueológico Huaycán Alto, sitio arqueológico de Molle, el Qapac Ñan – Chontay, la Iglesia San José, entre otros.

De otra parte, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2007), señaló que entre las principales actividades económicas que desarrolla este distrito, se encuentran el comercio, el sector construcción, el turismo representado por un 10.1%, mientras que la agricultura, se ubica en el último lugar. (INEI, 2007).

Al respecto, el IV Censo Nacional Económico (INEI, 2008), en Cieneguilla el comercio representa la actividad económica con mayor número de establecimientos. Sin embargo, los servicios relacionados al sector turístico son considerados como la segunda actividad que desarrolla el distrito. Cabe mencionar que el sector construcción representa el 11.2%; cuyas actividades involucran la construcción de negocios turísticos.

Por otro lado, el turismo recreativo es el principal generador de cadenas hoteleras y alojamientos, conjuntamente a la gran variedad de restaurantes, los cuales ofertan diversos platos típicos de las tres regiones del país. Además, es a través de estas empresas que la población mayoritariamente joven hace de esta actividad su principal fuente de trabajo.

El sector agropecuario ubicado en el noveno puesto. Según el IV Censo Nacional Agropecuario (2012), realizado por el INEI, en el distrito se evidencian 180 áreas agrícolas, las cuales en su mayoría son trabajadas sin ningún método tecnificado; mientras que solo un 15% de ellos fueron trabajadas por algún tipo de tecnología agrícola (Plan de Desarrollo Local Concertado, 2012, p.87).

Con el propósito de lograr un crecimiento y desarrollo en el distrito, la Municipalidad de Cieneguilla ha aplicado ciertos métodos a fin de diversificar sus productos y estos puedan ser comercializados a través de una feria agropecuaria llamada “De la chacra a la olla”, lugar en el que se ofertan los productos cosechados por los mismos pobladores; así como los productos agroindustriales. Cabe señalar, que la elaboración de sus productos es sumamente natural, libre de pesticidas e insecticidas, los mismos que son ofrecidos en la Ecoferia que es realizada cada fin de semana por el mismo municipio.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cuál es el nivel de conocimiento del potencial turístico de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018?

¿Cuál es el nivel de participación en actividades turísticas por parte de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?

¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia que poseen los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?

1.5. Justificación del estudio

Esta investigación está dirigida a los actores del distrito de Cieneguilla, específicamente a los trabajadores; puesto que son ellos quienes se encuentran vinculados al sector turístico y por ende merecen conocer todo lo que compete y afecta al desarrollo turístico del distrito en el que laboran, para así despertar el interés y compromiso de los pobladores con su localidad; cabe mencionar que en el área de estudio existe deterioro de los recursos naturales puesto que ellos mismos arrojan desechos sólidos que destruyen la cubierta vegetal; además de la falta de conservación y conocimiento de sus recursos turísticos; y la carencia de personal especializado en este sector, quienes puedan brindar cierta información a los visitantes y de igual manera incentivar la participación en actividades turísticas. El objetivo fundamental será evaluar el nivel de conciencia turística, teniendo en cuenta que contribuye en gran medida al desarrollo del distrito y una mejora en las actitudes y comportamientos de los actores frente a los recursos que poseen, mostrando respeto y compartiendo sus conocimientos acerca de su comunidad y transmitan una imagen positiva ante los visitantes.

Asimismo, esta investigación surge con el fin de beneficiar al distrito, principalmente los niños y jóvenes quienes necesitan reafirmar esa identidad y compromiso con su localidad, del mismo modo se verán beneficiadas aquellas empresas

ligadas a la actividad turística, quienes obtendrán mejoras económicas en sus negocios, es por ello que a través de esta investigación se busca resaltar la importancia de una conciencia turística y por consiguiente lograr la participación de las personas que no están involucradas directamente a la actividad turística, como lo son los comerciantes, a fin de que ellos logren proyectarse en un futuro más concientizado, y de igual manera los trabajadores de los restaurantes y clubes ofrezcan servicios acorde a las necesidades de los clientes y al mismo tiempo cuiden y respeten los recursos medioambientales.

Así también, esta investigación desarrollará teorías vinculadas al tema abordado, complementando con información de investigaciones de diversos autores, la revisión de cifras obtenidas del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y el Plan de Desarrollo Local Concertado de Cieneguilla. A su vez, se aplicarán encuestas para conocer los motivos y la realidad turística actual en la que se encuentran.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.

1.6.2. Objetivos específicos

Identificar el nivel de conocimiento del potencial turístico de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.

Conocer el nivel de participación en actividades turísticas por parte de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.

Identificar el nivel de sentido de pertenencia que poseen los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

El método que se utilizó es el deductivo, al respecto Abreu (2014) explica que este método permite identificar las características de una realidad particular, que son estudiadas a partir de leyes científicas de carácter general. Es a través de la deducción que se logra obtener resultados particulares de las teorías o inferencias generales ya aceptadas.

El estudio empleado para esta investigación fue de tipo aplicada. Según Tamayo y Tamayo (2003) refiere que “no implica el desarrollo de teorías, sino a la aplicación inmediata de la investigación hacia problemas concretos, puesto que su objetivo es dar solución a preguntas específicas; aunque durante su aplicación pueda adquirir algún nuevo conocimiento” (p. 43).

Se utilizó el enfoque cuantitativo con diseño de investigación de tipo no experimental. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables, lo que quiere decir, que no se realiza una variación de variables de manera intencional” (p.152).

Es de corte transversal ya que su propósito es “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández et al., 2014, p.154).

2.2. Variables, operacionalización

La variable de la investigación es “Conciencia Turística”, a través del cual se buscó medir el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla.

Tabla 2. *Matriz de operacionalización*

Definición Nominal o variable de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Ítems
Conciencia Turística	Arria (citado en Malca, 2012) sostiene que “La conciencia turística involucra las actitudes y comportamientos de los pobladores pertenecientes a una localidad o región, quienes brindan hospitalidad, un trato amigable y cálido hacia los turistas, transmitiéndoles sus conocimientos e identidad del lugar que visitan, y mostrando a través de sus conductas una imagen positiva del territorio y permitiendo una convivencia cordial”.	El nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla podrá ser determinado a través del conocimiento del potencial turístico, la participación en actividades turísticas; y el sentido de pertenencia.	Conocimiento del potencial turístico	Servicios turísticos	Cuestionario	P1
						P2
						P3
				Accesibilidad		P4
						P5
						P6
			Participación en actividades turísticas	Recursos turísticos	Cuestionario	P7
						P8
				Compromiso		P9
						P10
				Intercambio Cultural		P11
						P12
			Sentido de pertenencia	Cuidado ambiental	Cuestionario	P13
						P14
						P15
				Hospitalidad		P16
						P17
						P18
						P19
				Interés por parte de las autoridades		P20
						P21

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y muestra

La población objetiva para esta investigación está enfocada en aquellos grupos involucrados directa e indirectamente en la actividad turística del distrito de Cieneguilla, para posteriormente responder a los siguientes problemas de investigación, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 3. Problema de investigación

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN OBJETIVA
¿Cuál es el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?	Involucrados en el turismo en Cieneguilla
¿Cuál es el nivel de conocimiento del potencial turístico de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018?	
¿Cuál es el nivel de participación en actividades turísticas por parte de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?	
¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia que poseen los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?	

Fuente: Elaboración propia

2.3.1. Población

La población según Hernández, et al. (2014) se define “como el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 39).

Tabla 4. Población de estudio

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN DE ESTUDIO
Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018	Finalmente se decidió trabajar con cuatro segmentos los cuales son los clubes campesinos, comerciantes, funcionarios públicos y restaurantes quienes representan a los actores involucrados con el turismo, ubicados en el espacio turístico de Cieneguilla.

Fuente: Elaboración propia

2.3.2. Muestra y muestreo

La muestra según Hernández, et al. (2014) se define “como el subgrupo de la población o parte del universo sobre la cual se recolectarán los datos y que a la vez debe ser una parte representativa de esta” (p. 173).

Tabla 5. *Muestra y muestreo*

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	MUESTRA	UNIDAD DE MUESTREO	UNIDAD DE ANÁLISIS
Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018	La muestra estuvo conformada por 122 actores del distrito de Cieneguilla	Cada una de las personas que laboran en sus respectivos centros de trabajo con un período mínimo de 2 meses.	Cada una de las personas que laboran en sus respectivos centros de trabajo con un período mínimo de 2 meses.

Fuente: Elaboración propia

El muestreo según López (2004) es aquel método aplicado para la selección de aquellos componentes que conformarán la muestra, para ello se requiere de procedimientos y criterios para obtener aquellos elementos pertenecientes a una población.

Como se mencionó anteriormente, la muestra estuvo conformada por 122 actores del distrito de Cieneguilla, los cuales fueron segmentados de la siguiente manera:

Tabla 6. *Segmentación de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla*

Grupo de actores turísticos	N° población	Muestra
Trabajadores de los Clubes campestres	40	36
Comerciantes	32	30
Funcionarios públicos	4	4
Trabajadores de restaurantes	60	52
TOTAL	136	122

Fuente: Elaboración propia

El tamaño de la muestra fue obtenida empleando la siguiente fórmula, aplicada a cada uno de los grupos mencionados anteriormente.

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

Donde:

n = tamaño de la muestra necesaria

Z = Nivel de confianza (1.96)

p = Probabilidad que el evento ocurra (0.5)

q = Probabilidad que el evento no ocurra (0.5)

e = error muestral (0.05)

N= tamaño de la población

Por lo tanto, se obtuvo lo siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q} = 122 \text{ actores}$$

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas de recolección

En esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta con el fin de responder al problema estudiado, el cual utiliza procedimientos estandarizados para conseguir mediciones cuantitativas. Al respecto Arias (2006) señala que la encuesta es una técnica a través del cual se obtiene información proveniente de opiniones o criterios de un grupo de personas, la cual a su vez puede realizarse de manera oral o escrita.

Asimismo, se utilizó la técnica del análisis documental, según Arias (2006) lo define como una técnica basada en la revisión bibliográfica sobre temas que guarden relación con el propósito de la investigación, además es utilizada principalmente en la elaboración del marco teórico y puede ser obtenida a través de fuentes secundarias.

2.4.2. Instrumento de recolección

El instrumento utilizado en la encuesta es un cuestionario, que fue aplicado a una muestra referencial brindada gracias a la fórmula aplicada en este proyecto, al respecto Hernández et al. (2014) refieren que es un tipo de instrumento de la técnica la encuesta, el cual es elaborado de forma escrita mediante un formulario, a fin de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación.

Del mismo modo, para el análisis documental se aplicó como instrumento las fichas, al respecto Peñaloza y Osorio (2005) señalan que es un formato material en el cual se registra la información de interés que permitirá elaborar el marco teórico, en ella se recopilan datos provenientes de las fuentes secundarias; estas fichas pueden ser bibliográficas, hemerográficas, de resumen, etc.

2.4.3. Validez del instrumento

Para la validez del instrumento se utilizó el juicio de expertos, el cual estuvo conformado por tres docentes de la Universidad César Vallejo, especialistas en el área de turismo, quienes emitieron sus observaciones para la correcta presentación del instrumento.

Tabla 7. *Evaluación de expertos*

Expertos	Grado Académico	Opinión de Aplicabilidad
Elizabeth Segovia Aranibar	Magister	SI
Verónica Zevallos Gallardo	Magister	SI
Miguel Angel Ruíz Palacios	Magister	SI

Fuente: Elaboración propia

2.4.4. Confiabilidad

Para la confiabilidad del trabajo se empleó el Alfa de Cronbach; siendo el instrumento aplicado a 122 actores del distrito de Cieneguilla; donde posteriormente dio como resultado 0.823, demostrando así que el instrumento es bueno.

Tabla 8. *Estadísticas de fiabilidad*

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,823	,822	21

Fuente: Base de datos

2.5. Métodos de análisis de datos

De acuerdo a los objetivos del trabajo, como primer paso se clasificaron los datos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los actores en el espacio turístico Cieneguilla, los cuales posteriormente fueron categorizados y organizados, para finalmente ser analizados. Para ello, el presente trabajo clasificó los datos recolectados mediante el programa office Excel y finalmente se utilizó el programa SPSS.

2.6. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación utilizó las investigaciones e ideas de otros autores además de tener en cuenta la veracidad de resultados; respetando los derechos de autor con sus respectivas citas; además, del respeto por la biodiversidad, la ética y la protección de identidad de aquellos que fueron partícipes en esta investigación.

III. RESULTADOS

3.1. Nivel de conocimiento del potencial turístico

Tabla 9. *Conocimiento del potencial turístico*

CONOCIMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	29	23,8	23,8	23,8
	Medio	70	57,4	57,4	81,1
	Alto	23	18,9	18,9	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

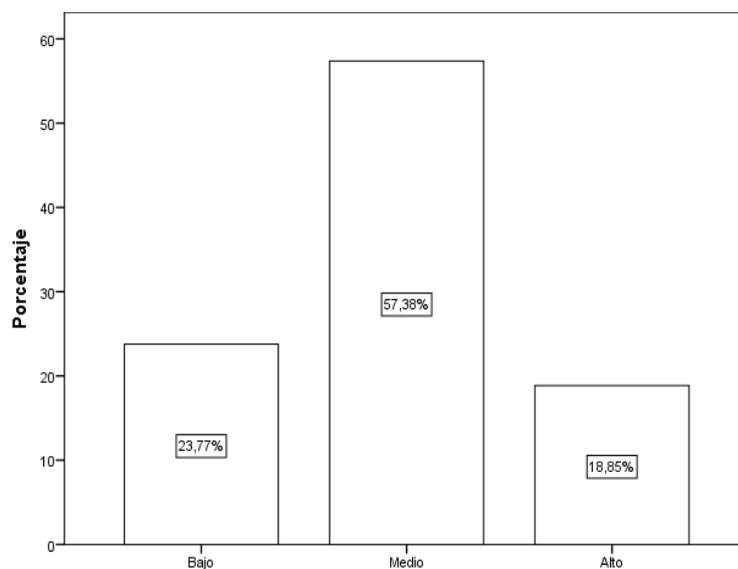


Figura 1. Conocimiento del potencial turístico

Fuente: Base de datos

INTERPRETACIÓN:

Del total de actores turísticos encuestados en el distrito de Cieneguilla, el 57.38% de los encuestados presentó un nivel medio en cuanto al conocimiento del potencial turístico, mientras que el 18.85% presentó un nivel alto con respecto a esta dimensión y el 23.77% restante evidenció un nivel bajo en cuanto al conocimiento del potencial turístico de su localidad.

3.2. Nivel de participación en actividades turísticas

Tabla 10. Participación en actividades turísticas

PARTICIPACION EN ACTIVIDADES TURISTICAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	20	16,4	16,4	16,4
	Medio	68	55,7	55,7	72,1
	Alto	34	27,9	27,9	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

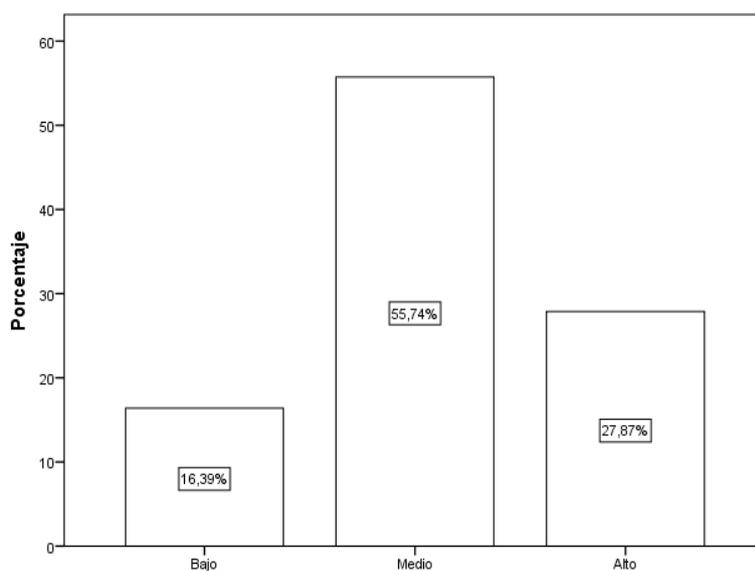


Figura 2. Participación en actividades

Fuente: Base de datos

INTERPRETACIÓN:

Del total de actores turísticos encuestados en el distrito de Cieneguilla, el 55.74% de los encuestados presentó un nivel medio en cuanto a la participación en actividades turísticas, mientras que el 27.87% presentó un nivel alto con respecto a esta dimensión y el 16.39% restante evidenció un nivel bajo en cuanto a su participación en actividades turísticas desarrolladas en su distrito.

3.3. Nivel de sentido de pertenencia

Tabla 11. *Sentido de pertenencia*

SENTIDO DE PERTENENCIA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	21	17,2	17,2	17,2
	Medio	76	62,3	62,3	79,5
	Alto	25	20,5	20,5	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

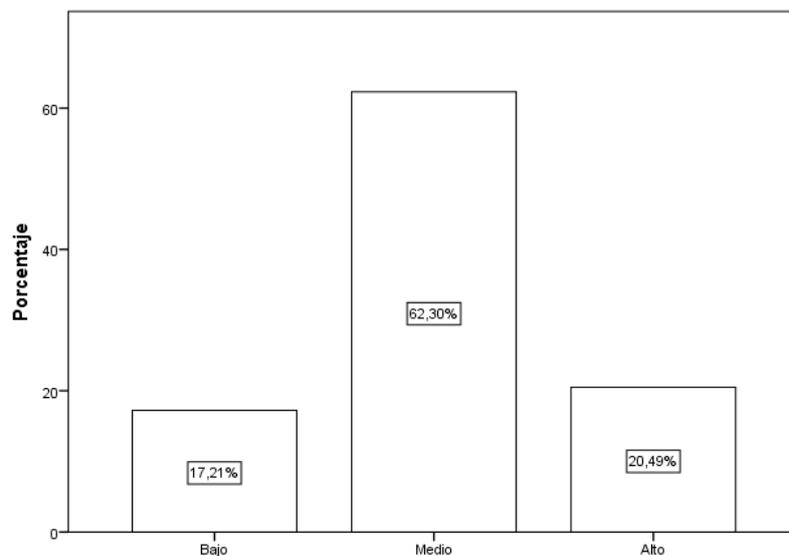


Figura 3. Sentido de pertenencia

Fuente: Base de datos

INTERPRETACIÓN:

Del total de actores turísticos encuestados en el distrito de Cieneguilla, el 62.30% de los encuestados presentó un nivel medio en cuanto al sentido de pertenencia, mientras que el 20.49% presentó un nivel alto con respecto a esta dimensión y el 17.21% restante evidenció un nivel bajo en cuanto al sentido de pertenencia que muestra frente a su distrito.

3.4. Variable de estudio conciencia turística

Tabla 12. *Conciencia turística*

CONCIENCIA TURÍSTICA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	21	17,2	17,2	17,2
	Medio	58	47,5	47,5	64,8
	Alto	43	35,2	35,2	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

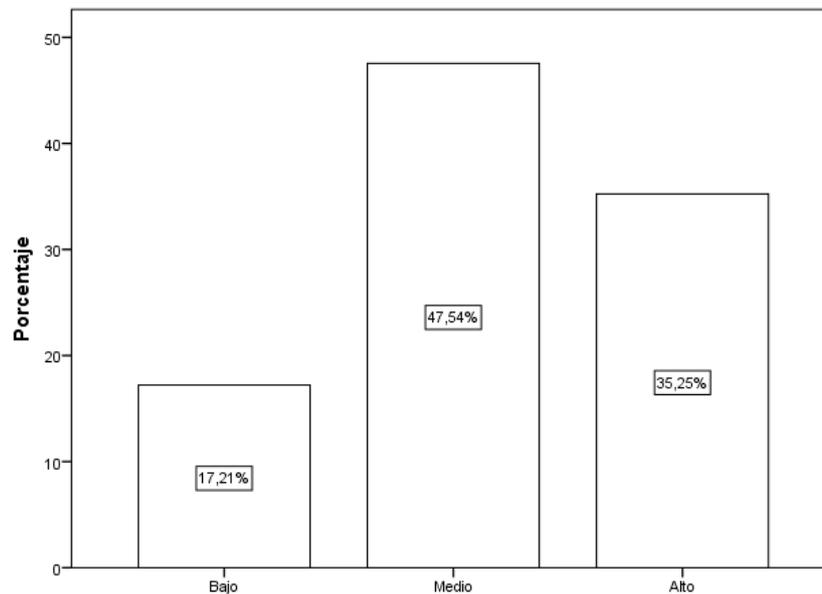


Figura 4. Conciencia turística

Fuente: Base de datos

INTERPRETACIÓN:

Del total de actores turísticos encuestados en el distrito de Cieneguilla, el 47.54% de los encuestados presentó una conciencia turística de nivel medio, mientras que el 35.25% presentó una conciencia turística de nivel alto, lo que indica que el interés por mejorar este aspecto es cada vez mejor; y el 17.21% restante evidenció un nivel bajo de conciencia turística frente a su localidad.

IV. DISCUSIÓN

Esta investigación surge a causa de la escasa conciencia turística presente en diferentes partes del país y del mundo, la cual afecta de cierta manera los recursos turísticos presentes en una localidad, evidenciándose así el deterioro de recursos naturales y ecosistemas que son afectados por una débil conciencia cívica y ambiental, además de una posterior pérdida de identidad como consecuencia de la globalización, un fenómeno que afecta en diferentes aspectos, donde la interconexión entre culturas modifica en algunos casos, los estilos de vida de una comunidad dejando de lado sus costumbres y adoptando nuevos comportamientos; por lo que la globalización genera la desaparición de lo local, aspectos arraigados como los valores y prácticas sociales. Es así, que durante los últimos años ha aumentado la necesidad de autoafirmar sus identidades, la preocupación por conservar y preservar lo suyo; pese a la ausencia de lineamientos y temas de planificación para poder ejecutar proyectos que permitan salvaguardar sus recursos; tal es el caso del distrito de Cieneguilla, el cual por ciertos motivos no logra ser consolidado como un destino turístico competitivo y sostenible; es por ello que en esta investigación se planteó como objetivo determinar el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018, para lo cual se realizó un análisis descriptivo.

Asimismo, esta investigación logró determinar el nivel de conciencia turística de estos actores, donde el resultado fue 47.54% reflejando así un nivel medio. Con respecto a la conciencia turística, se aprecian diversas investigaciones previas, las cuales han abordado temas como la valorización del patrimonio, impactos ambientales, la gestión pública municipal, conservación de los recursos turísticos, conocimiento del potencial turístico, entre otros. En todas ellas, se han encontrado algunos trabajos que se relacionan con los objetivos, por ejemplo, la investigación de (Mendoza, 2015) se interesó en analizar la conciencia de los pobladores, dando como resultado un escaso interés por el patrimonio cultural por parte de los vecinos que viven en las zonas adyacentes a la Huaca Pucllana, puesto que esta zona arqueológica es visitada en su mayoría por turistas extranjeros y escolares, en lugar de los propios vecinos quienes desconocen su importancia. A diferencia de esta investigación donde el 49% de los actores conoce las vías de acceso hacia los recursos turísticos de Cieneguilla y de igual manera gran parte de ellos se preocupa por proteger y visitar sus recursos, ya que, es parte de la cultura y patrimonio de todos; siendo pocos los orientadores y guías locales

quienes han sido capacitados por el Ministerio de Cultura para difundir los valores patrimoniales de este lugar arqueológico.

Por otro lado, la investigación de (Huamán, 2016) estuvo dirigida básicamente a los pobladores y buscó determinar los factores por los que se encuentra en mal estado y deteriorado este complejo arqueológico para de tal manera generar conciencia en los pobladores. A diferencia de esta investigación la cual consideró como población diversos grupos, por ello se recurrió a la segmentación para así obtener diferentes respuestas de los encuestados, dentro de los cuales se consideraron a las autoridades como a aquellas empresas que brindan servicios turísticos; además de también estar incluidas las personas dedicadas a otro tipo de negocios no ligados a la actividad turística; ya que todos estos grupos se encuentran relacionados directa e indirectamente a los hechos o sucesos que puedan ocurrir en el distrito comprometiendo la conservación su patrimonio.

Con respecto a la investigación de (Vega, 2017), esta permitió dar a conocer que el nivel de conciencia turística de los agentes turísticos es inadecuado, debido a un escaso conocimiento sobre sus recursos y atractivos turísticos, Además de que los agentes turísticos no estimulan la cultura por lo que desconocen los impactos que puede generar el turismo así como su importancia en la revalorización de las costumbres, sin embargo, se evidencia su compromiso con brindar un buen servicio a los turistas, así como, respeto y la protección de sus recursos turísticos. A comparación de esta investigación, donde se obtuvo un nivel medio representado por el 68% de los actores siempre está dispuesto a orientar e informar a los visitantes, además de brindarles un trato amable y cortés, cabe recalcar que los actores encuestados en esta investigación disponían de cierto conocimiento sobre el potencial turístico y su cultura, puesto que es necesario para lograr un desarrollo turístico sostenible.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de (Gulfira, 2017), se obtuvo como resultado que los pobladores de esa comunidad destacaban la importancia de estar involucrados en las decisiones vinculadas a la actividad turística, además se encontraron ciertas similitudes con esta investigación, ya que en la tesis desarrollada por (Gulfira, 2017) se utilizó como población dos grupos: las personas involucradas directamente a la actividad turística y las personas que laboraban en otro tipo de actividades; a diferencia de esta investigación donde también se incluyen esos

dos grupos además de estar considerado el interés por parte de las autoridades; tal y como lo menciona un estudio realizado por (Chulla, 2011) donde hace énfasis en los tres grupos de estudio donde debe enfocarse el desarrollo de la conciencia turística, los cuales son los pobladores, prestadores de servicio y autoridades, por lo que se puede inferir que esta investigación es mejor al estar enfocada en estos tres grupos. Por otro lado, cabe mencionar que en esta investigación se destaca el interés de los actores por ser partícipes de actividades que contribuyan al desarrollo de su localidad.

Con relación a la investigación de (Cameron, 2016), se utilizó un tipo de muestreo intencional y obteniendo como resultado la mínima formación y pocas capacidades de los pobladores para contribuir al desarrollo de su comunidad, por lo que se requería mejorar esos niveles a fin de lograr los objetivos propuestos. A diferencia de esta investigación, donde se utilizó un tipo de muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple a fin de obtener mejores resultados, además en esta investigación se evidenció a través de los resultados, el compromiso de los actores por mejorar y contribuir con su distrito por medio de las eventos culturales y el intercambio cultural para así fortalecer su identidad y tener otras perspectivas de la realidad, ya que en el trabajo de (Cameron, 2016) se puede mencionar que el investigador antes de realizar su trabajo de campo, debió indagar un poco más sobre el grado de cultura que presentaba esta comunidad, ya que la mayoría se mostraba indispuesta a participar de sus encuestas.

El nivel de conciencia turística en el distrito de Cieneguilla es medio, por lo que considero que este elemento es de vital importancia ya que los trabajadores que están involucrados directa e indirectamente con la actividad turística necesitan mejorar ese nivel de conciencia turística y así poder transmitir una mejor imagen de su localidad hacia los visitantes, y contribuir con el desarrollo de su distrito, tal como lo afirma Navarini (2008) quien nos dice que a través de un buen nivel de conciencia turística se puede lograr un cambio de actitud del habitante frente al turista. En otras palabras, los pobladores dejan de lado ciertas actitudes negativas y esa participación escasa, para convertirse en personas activas y contribuyentes del crecimiento turístico cultural de su localidad; lo que Navarini nos explica es que el apoyo de los residentes contribuye al desarrollo turístico de la localidad, ya que una población dispuesta a brindar un servicio adecuado a los visitantes y a la vez hospitalaria, se convierte en un factor crítico para el éxito del sector turístico. Es por ello, que se considera imprescindible elaborar planes de concientización turística donde se involucren todos los actores, puesto que son ellos

quienes necesitan reafirmar esa identidad con su distrito y dar a conocer sus recursos turísticos; sobre este punto Balbuena (2002) menciona que el desarrollo de la conciencia turística compete al público en general y no solo a aquellas empresas quienes prestan estos servicios turísticos, puesto que, todo aquel que se interese en el turismo, podría obtener beneficios hacia su localidad o región; por lo que es imprescindible establecer estrategias que impulsen la mejora de la conciencia turística en la población local.

El nivel de conocimiento sobre el potencial turístico es medio, por lo que considero que este aspecto es importante y se presenta como grave, debido al desconocimiento de ciertos aspectos que podrían estar afectando el desarrollo o difusión de los recursos turísticos, por ende se requiere tomar conciencia sobre aquellas limitaciones para obtener beneficios de la actividad turística, tal como lo afirma Cardona (2012) quien indica que “el nivel de conocimiento que disponga la población acerca de la contribución de la actividad turística, resulta fundamental, ya que influye de cierta manera en su actitud frente al turismo”. Apreciamos que Cardona, complementa esta reflexión, puesto que, la preocupación por temas locales es de interés para la población, lo que trae consigo riesgos o beneficios para ellos. Por lo que, se considera necesario implementar módulos informativos, los cuales brinden información sobre los lugares turísticos del distrito así como de las vías de acceso para llegar a ellos, y del mismo modo mejorar la formación de los estudiantes a través de salidas de campo, sobre este punto Medina (citado en Ríos y Ferreyra, 2014) señala que el desarrollo de un turismo educativo es una actividad que contribuye a la formación de los estudiantes, promoviendo la interacción de ellos con su entorno, despertando el interés por conocer y ampliar sus conocimientos sobre lo que ubica en su zona y a la vez permitirles forjar y construir su propia conciencia, actitud y opinión sobre lo que observan, convirtiéndolos en personas más conscientes capaces de contribuir al progreso de su sociedad.

El nivel de participación en actividades turísticas es medio, por lo que considero que este aspecto resulta fundamental para lograr una mejor imagen del distrito, ya que la participación comunitaria permite una mayor integración entre los diversos grupos, adquiriendo nuevos hábitos que contribuyen al desarrollo de su localidad, así como la preocupación por preservar y dar a conocer sus recursos, tal como lo afirma Navarini (2008) el cual señala que “toda ciudad está compuesta por tres principales grupos que son la población residente, los propietarios y las autoridades locales; donde cada uno de ellos establece sus propios objetivos respecto al turismo, además, de obtener diferentes

beneficios de esta actividad”. Es así que, que cada grupo adopta diferentes roles en el desarrollo turístico de su comunidad; los cuales a su vez deben recibir beneficios que lo motiven a seguir participando de las actividades que realiza su localidad, cabe mencionar que el principal beneficio es lograr el bienestar de la población mejorando su calidad de vida. Es por ello, que para lograr una participación constante de los actores involucrados en el turismo se debe elaborar planes de desarrollo turístico para que tengan conocimientos acerca de los proyectos o programas a ejecutar y así lograr una participación activa; además de impulsar un intercambio cultural para compartir sus conocimientos y difundir su cultura; sobre este punto Fernández (2008) señala que el intercambio cultural es aquel encuentro social en el que interactúan ambas partes tanto turistas como residentes y donde a la vez se establece el contacto y comunicación, compartiendo entre ellos nuevas experiencias y formas de ver la realidad desde otras perspectivas.

El nivel de sentido de pertenencia es medio, por ende, considero que este aspecto resulta importante, ya que implica, un mayor compromiso con su localidad, siendo partícipes de las actividades desarrolladas en su distrito, así como el hecho de reforzar esa identidad con la cultura presente en su localidad, tal como lo afirma Navarini (2008) quien menciona que “comunidad representa la integración de lo diferente y por ello resulta importante que las sociedades fortalezcan identidades que sean fuente de cohesión y reconocimiento”. Apreciamos que Navarini, complementa esta reflexión, puesto que, es necesario desarrollar la conciencia de la población y lograr el auto reconocimiento e identidad con su propia cultura, mostrar respeto y orgullo de las riquezas que posee; a pesar de que la globalización amenaza las culturas locales. Es por ello, que se requiere fortalecer su identidad por medio de campañas que den a conocer la importancia de la valorización de su territorio, sus riquezas culturales, y la hospitalidad hacia el visitante, sobre este punto Chávez (como se citó en Pasache, 2012) refiere que la participación social es un proceso donde los individuos se comprometen, coordinan, son responsables y toman decisiones con la finalidad de alcanzar un objetivo en común.

Con respecto a las limitaciones de este trabajo fue el factor transporte, debido a que no existen muchos medios de transporte público (couster, combis) para llegar al distrito de Cieneguilla como para el retorno, por lo que se hizo uso de colectivos todo el tiempo; además de ser el medio de transporte más utilizado y ofrecer tarifas un poco elevadas a comparación de los ofrecidos por las cousters.

Otra de las limitaciones que se presentaron fue la poca disponibilidad de los trabajadores específicamente de los clubs campestres ya que la mayor parte del tiempo se encontraban ocupados realizando sus labores y no disponían de tiempo suficiente para colaborar en las encuestas, pese a ello, se logró el objetivo brindando un poco de su tiempo para realizar el trabajo de campo; cabe mencionar que las reiteradas veces que se visitó el distrito de Cieneguilla, en días particulares, tampoco se podían realizar muchas encuestas en los clubs campestres, puesto que, esos días estos lugares no disponían de mucho personal para ser encuestados. Por todo ello, considero que en el futuro este trabajo puede servir como precedente para que otros investigadores se interesen en la creación de estrategias en cuanto a la accesibilidad que presenta este distrito, y del mismo modo realizar diagnósticos culturales sobre la situación en que se encuentran los recursos turísticos de Cieneguilla y así repotenciar el conocimiento de los actores locales y lograr la valorización e interés por la preservación de los mismos.

V. CONCLUSIONES

Primera

Con respecto al nivel de conocimiento sobre el potencial turístico, se identificó un nivel medio, representado por un 57.38%, debido a que los actores turísticos conocen la mayoría de los restaurantes y alojamientos que ofrecen sus servicios en el distrito de Cieneguilla. No obstante, desconocen algunas vías de acceso hacia los recursos turísticos, así como, las limitaciones de accesibilidad que estas presentan.

Segunda

Se identificó que el nivel de participación en actividades turísticas fue medio, representado por un 55.74%, dado que, la mayoría de los actores no participan frecuentemente de este tipo de actividades, sin embargo, consideran que el contacto con los turistas fortalece su identidad social, asimismo, se muestran dispuestos a participar en actividades que contribuyan al desarrollo turístico de su localidad.

Tercera

Por lo que se refiere al nivel de sentido de pertenencia, se evidenció un nivel medio, representado por un 62.30%, puesto que, no participan en jornadas de limpieza realizadas en el distrito, y la municipalidad no se preocupa por que sus recursos turísticos sean inventariados; no obstante, practican el reciclaje en los servicios que ofrecen; además, de estar dispuestos a brindar ayuda a personas que pudiesen estar desorientadas o necesitan aclarar ciertas dudas.

VI. RECOMENDACIONES

Primera

Para repotenciar el nivel de conocimiento del potencial turístico del distrito de Cieneguilla; se recomienda instalar casetas o módulos informativos en diversas partes del distrito, donde los actores turísticos y visitantes puedan tener acceso a ella en cualquier momento y se les pueda brindar de manera gratuita una guía didáctica, donde se detalle información, datos importantes, rutas de acceso, productos y servicios que forman parte de la oferta turística del distrito.

Segunda

Incentivar la participación en actividades turísticas, a través de la elaboración de avisos publicitarios; así como, la actualización de la página web de la municipalidad, donde se publiquen las diversas actividades e información de las mismas, a fin de captar el interés de las personas. De igual manera, organizar ferias gastronómicas y artesanales; y desarrollar la promoción y difusión turística del distrito.

Tercera

Fortalecer el sentido de pertenencia, a través de la elaboración de circuitos turísticos en los alrededores del distrito, con el objetivo de que conozcan un poco más de su localidad; de igual manera, realizar campañas de sensibilización sobre la importancia de la conciencia turística y el cuidado ambiental, fortalecer su identidad y lograr la difusión de sus atractivos turísticos; así también, mejorar el presupuesto municipal para mejorar las vías de acceso y lograr que sus recursos turísticos sean inventariados por el MINCETUR.

VII. REFERENCIAS

- Abreu, J. (2014). El método de la Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9 (3), 195-204.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. (6.^{ta} ed.). Venezuela: Episteme.
- Balbuena, M. (2002). *La Conciencia turística, una formación educativa por alternancia*. México.
- Cameron, J. (2016). *Tourism Awareness and its impact on conservancy management strategies in Namibia: A case study of the Tsiseb conservancy* (Tesis de Maestría). Sokoine University of Agriculture, Tanzania.
- Cardona, J. (2012). *Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza* (Tesis doctoral). Universitat de les Illes Balears, Palma, España.
- Chulla, E. (2011). *Contribución de la conciencia turística para el desarrollo sostenible del turismo en la Comunidad Nativa Infierno - Madre de Dios* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Madre de Dios, Perú.
- Dos Santos, C. (2013). *Proyecto de una Campaña de Sensibilización Turística y Ambiental dirigida a los habitantes del pueblo de Chuspa, Estado Vargas* (tesis para optar el título de Licenciada en Administración de Empresas Turísticas). Universidad Nueva Esparta, Caracas, Venezuela.
- Espinoza, F., Enderica, L., y Caicedo, D. (2017). Intercambio cultural de buenas prácticas mediante la valoración turística del patrimonio religioso entre la Catedral de Santa María de Gerona, España y la Catedral de la Inmaculada Concepción de Cuenca, Ecuador para la gestión de visitantes en pro de la conservación de acuerdo a la realidad de cada sitio. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3 (3), 135-156.
- Fernández, M. (2008). *Turismo: Relaciones e intercambio entre otros culturales. Caso de estudio*. Argentina.
- Freud, S. (2011). *Introducción al psicoanálisis*. (López-Ballesteros de Torres). Alianza editorial. (obra original publicada en 1917).

- Gulfira, N. (2017). Local Tourism Awareness and Knowledge: Community Views in Wanayasa. Recuperado de https://www.academia.edu/25367965/Local_Tourism_Awareness_and_Knowledge
- Hassanein, F. (2014). *Evaluating Study for Elements Affecting Tourism Awareness in Jordan: Applied on Aqaba and Wadi Rum Areas (Estudio de evaluación de elementos que afectan la concientización turística en Jordania: aplicados en el área de Aqaba y Wadi Rum)*. Universidad de Fayoum, Egipto.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6.^{ta} ed.). México: Mc Graw Hill.
- Huamán, J. (2016). *Conciencia Turística y Conservación del Complejo Arqueológico Tantamayo del distrito de Huamalies provincia de Huánuco*. Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2008). *IV Censo Nacional Económico*. Recuperado de <http://censos.inei.gob.pe/cenec2008/tabulados/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012). *IV Censo Nacional Agropecuario 2012*. Recuperado de <http://censos.inei.gob.pe/cenagro/tabulados/>
- Ishuiza, R. y Flores, R. (2008). *Conciencia Turística y su contribución Al desarrollo del turismo en la Provincia De San Martín* (tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en Turismo). Universidad Nacional De San Martín, Tarapoto, Perú.
- Lekaota, L. (2017). *Awareness and education about sustainable tourism in Katse and Mohale tourism development areas in Lesotho (Conciencia y educación sobre el turismo sostenible en el desarrollo turístico en katse y Mohale áreas en Lesotho)*. Vaal University of Technology, Sudáfrica.
- López, P. (2004). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9 (8), 69-74.
- Malca, C. (2012). *Análisis de conciencia turística en los agentes turísticos del Centro monumental histórico de la ciudad de Chiclayo* (Tesis de licenciatura). Universidad particular Señor de Sipán, Pimentel, Perú.

- Mendoza, A. (2015). *La puesta en valor de la Huaca Pucllana y su repercusión en la conciencia turística de la comunidad de Miraflores* (tesis para optar el grado académico de maestro en gestión cultural, patrimonio y turismo). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). *PENTUR 2008 – 2018. Síntesis para la puesta en operación*. Recuperado de http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/838/PENTUR_2008_2018_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Molano, O. (2006). *La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial*. Perú: Territorios con identidad cultural.
- Municipalidad Distrital de Cieneguilla (2007). *Plan Estratégico Institucional 2007 – 2010*. Recuperado de <http://municieneguilla.gob.pe/descarga/gestion/PEI.pdf>
- Navarini, V. (2008). *El desarrollo del turismo cultural y sus problemáticas desde visiones sociales* (Tesis de licenciatura). Universidad Abierta Interamericana, Buenos Aires, Argentina.
- Paredes, R. (2012). *Estudio de Línea Base del Plan de Desarrollo Local Concertado 2012-2021. Municipalidad Distrital de Cieneguilla*. Recuperado de <http://municieneguilla.gob.pe/descarga/PDLC/LINEA%20BASE%20FINAL%2001.4.pdf>
- Pasache, J. (2012). *La conciencia turística de los pobladores y su participación social en el turismo en la ciudad de Huaral, 2012* (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Peñaloza, A., y Osorio, M. (2005). *Elaboración de instrumentos de investigación*. Venezuela.
- Plan Estratégico Nacional de Turismo (2016). *PENTUR 2025. Turismo con futuro*. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf
- Rafael, A. (2007). *Desarrollo cognitivo: Las teorías de Piaget y Vygotsky*. España: Universidad Autónoma de Barcelona.

- Ríos, J., y Ferreyra, A. (2014). *Caracterización de la identidad iquiteña. Propuesta de Programa de Turismo Escolar, Estudiantes del 1° de Secundaria de la I.E.P.S.M. Rosa Agustina Donayre de Morey, Iquitos 2014* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos, Perú.
- Servicio Nacional de Turismo (2016). *Informe de gestión 2016. Programa de conciencia turística*. Recuperado de https://sernatur.cl/wp-content/uploads/2017/08/Conciencia_Turistica_informe_2016_vF2.pdf
- Sosa de la Cruz, C. (2004). *Identidad cultural y conciencia turística, pilares del desarrollo*. Lima, Perú: San Marcos.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. (4.^{ta} ed.). México: Editorial Limusa.
- Varisco, C., Benseny, G., y Padilla, N. (2016). *Concientización turística y ambiental. De la teoría a la acción territorial*. Argentina: Nulan.
- Vega, T. (2017). *Análisis de la conciencia turística en los agentes turísticos del centro histórico monumental del distrito de Huanipaca, año 2014* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Perú.

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018”

Autor (a): Shirley Vanessa Soriano Reátegui

Problema General	Objetivo General	Variable de estudio	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Método
¿Cuál es el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?	Determinar el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.				Servicios turísticos	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos				Accesibilidad	
¿Cuál es el nivel de conocimiento del potencial turístico de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018?	Identificar el nivel de conocimiento del potencial turístico de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.		Arria (citado en Malca, 2012) sostiene que “La conciencia turística involucra las actitudes y comportamientos de los pobladores pertenecientes a una localidad o región, quienes brindan hospitalidad, un trato amigable y cálido hacia los turistas, transmitiéndoles sus conocimientos e identidad del lugar que visitan, y mostrando a través de sus conductas una imagen positiva del territorio y permitiendo una convivencia cordial”.	Conocimiento del potencial turístico	Recursos turísticos	Tipo de estudio: Aplicada
¿Cuál es el nivel de participación en actividades turísticas por parte de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?	Conocer el nivel de participación en actividades turísticas por parte de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.	Conciencia Turística		Participación en actividades turísticas	Compromiso	Diseño del estudio: No experimental
¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia que poseen los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018?	Identificar el nivel de sentido de pertenencia que poseen los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.				Intercambio Cultural	Enfoque del estudio: Cuantitativo
					Cuidado ambiental	Población: 136
					Hospitalidad	Muestra: 122
				Sentido de pertenencia		Técnica: Encuesta y análisis documental
					Interés por parte de las autoridades	Instrumento: Cuestionario y fichas

ANEXO 2 CUESTIONARIO SOBRE EVALUACIÓN DE LA CONCIENCIA TURÍSTICA DE LOS ACTORES EN EL ESPACIO TURÍSTICO DE CIENEGUILLA EN EL AÑO 2018

El presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación cuyo objetivo es determinar el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018. Por ello solicitamos su apoyo y colaboración en el desarrollo de las siguientes preguntas.

Datos generales:

- Edad: - Grado de instrucción: Sin instrucción
- Lugar de residencia: Primaria
- Género: Masculino Secundaria
- Femenino Superior no universitaria
- Superior universitaria

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente cada enunciado y conteste marcando con una "X" la alternativa que considere conveniente (Solo una respuesta).

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

N°	Ítem	5	4	3	2	1
1.	Conozco la mayoría de los restaurantes que ofrecen servicios en el espacio turístico de Cieneguilla					
2.	Conozco la mayoría de los alojamientos que ofrecen servicios en el espacio turístico de Cieneguilla					
3.	Conozco los servicios de transporte que se ofrecen en el espacio turístico de Cieneguilla					
4.	Conozco todas las vías de acceso hacia los lugares turísticos de Cieneguilla					
5.	Conozco las limitaciones de accesibilidad que tienen los principales recursos turísticos en el distrito de Cieneguilla					
6.	Conozco los principales recursos turísticos en el distrito de Cieneguilla					
7.	Conozco las limitaciones que presentan los recursos turísticos en el distrito de Cieneguilla					
8.	Participo en las actividades culturales relacionadas al turismo de mi localidad					
9.	Estoy dispuesto a participar en actividades que contribuyan al desarrollo turístico de mi localidad					
10.	Cuando veo que un turista se encuentra dañando algún recurso turístico, intervengo inmediatamente					
11.	El contacto con los turistas fortalece mi identidad social					
12.	Las costumbres foráneas (externas) fortalecen mi peruanidad					
13.	Participo en jornadas de limpieza en el espacio turístico de Cieneguilla					
14.	Promuevo el reciclaje en los servicios que ofrezco en el espacio turístico de Cieneguilla					
15.	Participo constantemente en charlas y campañas orientadas al cuidado ambiental en mi distrito					
16.	Ofrezco mi ayuda a los visitantes que pudiesen estar desorientados					
17.	La municipalidad de Cieneguilla se esfuerza en orientar adecuadamente a los visitantes					
18.	La municipalidad se preocupa por mejorar las vías de acceso del distrito de Cieneguilla					
19.	La municipalidad se preocupa por que sus recursos turísticos sean inventariados por el MINCETUR					
20.	La municipalidad incentiva el intercambio cultural en el distrito					
21.	La municipalidad realiza actividades que comprometan el cuidado ambiental del distrito					

Gracias por su gentil participación

ANEXO 3

VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS



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

Lima, 11 DE JUNIO de 2018

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, E. Verónica

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria

Cargo e institución en que labora: UCV

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

RECOMENDACIONES: _____


 FIRMA DEL EXPERTO



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

Lima, 11 DE JUNIO de 2018

Apellido y nombres del experto: RUIZ PALACIOS, MIGUEL ANGEL

DNI: 43678006

Teléfono: 997348741

Título/grados: Mg. ADMINISTRACIÓN

Cargo e institución en que labora: DTC-UCV

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: _____


 FIRMÁ DEL EXPERTO



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

Lima, 6 DE JUNIO ..de 2018

Apellido y nombres del experto: SEGONIA ARANIBAL EUZABETH.

DNI: 10460532

Teléfono: 970898912

Título/grados: Mg. Sc. ECONOMÍA

Cargo e institución en que labora: UCV- UNA NOCHE

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

SUGERENCIAS: _____

FIRMA DEL EXPERTO

ANEXO 4

FOTOGRAFÍAS DEL TRABAJO DE CAMPO 29/09/18



Figura 5. Encuesta a comerciante de Makrotiendas

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 6. Encuesta a comerciante de Av. Nueva Toledo

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 7. Encuesta a comerciante del Mercado de Cieneguilla

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 8. Comerciante del Mercado de Cieneguilla

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 9. La Fogata Club Resort

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 10. Boulevard de Cieneguilla

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 11. Rancho Aventura Park

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 12. Club 108

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 13. Granja 21 Restaurant Campestre

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 14. Tiendas de los alrededores del Boulevard

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 15. Comisaría de Cieneguilla

Fuente: Shirley Soriano Reátegui



Figura 16. Restaurante Parque Molle

Fuente: Shirley Soriano Reátegui

ANEXO 5

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

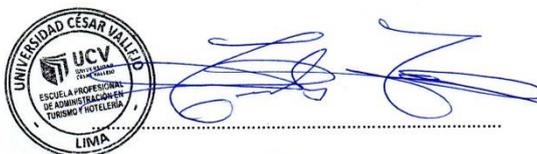
 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo,

CARLOS TOVAR ZACARIAS, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la Universidad César Vallejo – Filial Lima Norte, revisor de la tesis titulada “EVALUACIÓN DE LA CONCIENCIA TURISTICA DE LOS ACTORES EN EL ESPACIO TURÍSTICO DE CIENEGUILLA EN EL AÑO 2018”, de la estudiante SHIRLEY VANESSA SORIANO REÁTEGUI, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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.

Los Olivos, 17 de julio del 2019



Firma

Mg. Carlos Tovar Zacarías

DNI: 10139218

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

ANEXO 6

Feedback Studio - Google Chrome
http://ev.kunim.com/.../ce15vrt=101245130280p=1033&lang=es-es&...1152736725

feedback studio Tesis 2018 II /20

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

ACTORA:
Shirley Vancosa Soriano Rodríguez

ASESOR:
Mgtr. Frank David Huanca Palomares

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Patrimonio y Recursos Turísticos

Resumen de coincidencias

18 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	6 % >
2	reportorio ucv.edu.pe Fuente de Internet	3 % >
3	ingh@fo.vanderbilt.edu... Fuente de Internet	1 % >
4	disiplines.es Fuente de Internet	1 % >
5	reportorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 % >
6	www.reportorio.ucv.edu... Fuente de Internet	<1 % >
7	myelids.es Fuente de Internet	<1 % >
8	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	<1 % >

Página: 1 de 90 Número de palabras: 12792 Text-only Report High Resolution Activado



 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo Shirley Vanessa Soriano Reáteguí....., identificado con DNI N° 47786436 egresado de la Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cuzco en el año 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

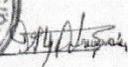
.....


 FIRMA

DNI: 47786436

FECHA: 05 de diciembre del 2018









Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	VICEMINISTERIO DE INVESTIGACIÓN UCV	Viceministerio de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	-------------------------------------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

SHIRLEY VANESSA SORIANO REÁTEGUI

INFORME TÍTULADO:

“EVALUACIÓN DE LA CONCIENCIA TURÍSTICA DE LOS ACTORES EN EL ESPACIO TURÍSTICO DE CIENEGUILLA EN EL AÑO 2018”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

SUSTENTADO EN FECHA: 05/12/18

NOTA O MENCIÓN: 11 (once)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN