



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

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

**“Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad  
Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y  
HOTELERIA**

**AUTORA:**

**Lucy Abigail Ramírez Cabrera**

**ASESOR:**

**Mg. Richard Foster Horna Rodríguez**

**LINEA DE INVESTIGACION:**

**Antropología Cultural**

**TARAPOTO – PERU**

**2019**

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) LUCY ABIGAIL RAMIREZ CABRERA cuyo título es: "IDENTIDAD CULTURAL Y ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CENTRO POBLADO COMUNIDAD NATIVA KECHWA WAYKU, LAMAS - 2018",

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *13, trece*.

Tarapoto, 15 de Diciembre de 2018



.....  
PRESIDENTE



.....  
Mg. Roger Burgos Barales  
CLAD: 9264  
.....  
SECRETARIO



.....  
Mg. Ricardo Foster Horná Rodríguez  
D.N.I. 42445438  
.....  
VOCAL



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

## **Dedicatoria**

A mi madre, que ya no está conmigo, pero la llevo siempre en mi memoria, es mi compañera y me ha ayudado a crecer. Por el amor que me dió y por sus cuidados.

A mi padre, que no hace más que motivarme a ser cada día mejor persona y profesional, por sus consejos y sobre todo por su calidez y humildad.

A mi familia; mi hija Andrea y a Edwin mi compañero y amigo.

Lucy Ramírez

## **Agradecimiento**

Agradezco a Edwin por ayudarme culminar esta etapa de mi vida.

Y dar las gracias a los docentes de la Universidad Cesar Vallejo por apoyarme en toda la formación profesional y personal.

**Lucy Ramírez**

## Declaración de Autenticidad

### Declaración de Autenticidad

Yo, Lucy Abigail Ramírez Cabrera identificado con DNI N° 46127365, autor de mi investigación titulada: "Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018", declaro bajo juramento que:

- 1) El desarrollo de Tesis pertenece a mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 12 de setiembre de 2018



Lucy Abigail Ramírez Cabrera

DNI 46127365

## **Presentación**

Distinguidos miembros del jurado calificador; cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento de grado y títulos de la Universidad César Vallejo; pongo a vuestra consideración la presente investigación titulada “Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018”, con la finalidad de optar el título de licenciado en administración.

La investigación está dividida en siete capítulos:

**CAPÍTULO I.** Introducción. Se considera la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.

**CAPÍTULO II.** Método. Se menciona el diseño de investigación; variables, Operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y métodos de análisis de datos.

**CAPÍTULO III.** Resultados. En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información.

**CAPÍTULO IV.** Discusión. Se presenta el análisis y discusión de los resultados encontrados durante la tesis.

**CAPÍTULO V.** Conclusiones. Se considera en enunciados cortos a lo que se ha llegado en esta investigación, teniendo en cuenta los objetivos planteados.

**CAPÍTULO VI.** Recomendaciones. Se precisa en base a los hallazgos encontrados.

**CAPÍTULO VIII.** Referencias. Se consigna todos los autores citados en la investigación.

## Índice

Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice.....	vii
Índice de tablas .....	ix
Índice de figuras .....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT .....	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
1.1 Realidad problemática.....	11
1.2 Trabajos previos .....	13
1.3 Teorías relacionadas al tema .....	16
1.4 Formulación del problema .....	23
1.5 Justificación del estudio. ....	24
1.6 Hipótesis.....	25
1.7 Objetivos .....	26
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>27</b>
2.1 Diseño de investigación. ....	27
2.2 Variables, operacionalización.....	27
2.3 Población y muestra.....	33
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. ....	33
2.5 Métodos de análisis de datos .....	34
2.6 Aspectos éticos .....	34
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>35</b>
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>47</b>
<b>V. CONCLUSIÓN .....</b>	<b>52</b>

<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>54</b>
<b>VII. REFERENCIAS .....</b>	<b>55</b>

## **ANEXO**

Matriz de consistencia

Instrumentos de recolección de datos

Validación de instrumentos

Prueba de Confiabilidad

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación.

Prueba de Turnitin

Acta de aprobación de la tesis

Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV

Autorización de la versión final del trabajo de investigación

## Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización variable identidad cultural .....	31
Tabla 2 Operacionalización variable actividad turística .....	32
Tabla 3 Festividades y animaciones .....	35
Tabla 4 Prueba de Correlación entre festividades, animaciones y actividad turística .....	36
Tabla 5 Cultura material y natural .....	37
Tabla 6 Prueba de Correlación entre cultura material, natural y actividad turística.....	38
Tabla 7 Estilo de vida.....	39
Tabla 8 Prueba de Correlación entre estilo de Vida y actividad turística .....	40
Tabla 9 Identidad cultural .....	41
Tabla 10 Oferta turística.....	42
Tabla 11 Demanda turística.....	43
Tabla 12 Operadores turísticos .....	44
Tabla 13 Actividad turística .....	45
Tabla 14 Prueba de Correlación entre identidad cultural y actividad turística.....	46

## Índice de figuras

Figura 1 Festividades y animaciones .....	35
Figura 2 Cultura material y natural.....	37
Figura 3 Estilo de vida .....	39
Figura 4 Identidad cultural .....	41
Figura 5 Oferta turística .....	42
Figura 6 Demanda turística .....	43
Figura 7 Operadores turísticos.....	44
Figura 8 Actividad turística.....	45

## RESUMEN

La presente investigación titulada “Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, con el objetivo de determinar la relación de la primera variable con las dimensiones de la segunda variable. La muestra estuvo representada por 71 personas entre 20 a 49 años de edad dentro del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, extraída de acuerdo al muestreo probabilístico para obtener la información en el estudio, se aplicó la encuesta como técnica a través del instrumento del cuestionario. Los resultados obtuvieron 25.4% casi nada sabe cómo confeccionar las cerámicas, al igual de cómo realizar artes textiles y mientras el 18.3% poco muestran que tienen algo en contra de que los turistas visiten su comunidad. Porque el 43.7% confía poco en las empresas turísticas que visitan su comunidad, además tiene algo en contra de las empresas turísticas. Mientras el 30% totalmente le gustaría trabajar con las empresas turísticas. Se concluye en la existencia de una influencia significativa entre festividades, animaciones y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Evidenciándose, una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de las festividades y animaciones aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. A pesar de ello, del 41% de los moradores no participa, en la cual el 29.6% participa poco en activamente en sus festividades locales y solo el 11.3% casi nada siente aprecio hacia sus festividades locales.

Palabras claves: Identidad cultural, actividad turística y Comunidad Nativa

## **ABSTRACT**

The present research entitled "Cultural identity and tourist activity in the populated center Kechwa Wayku native Community, Lamas – 2018, with the objective of determining the relationship of the first variable with the dimensions of the second variable. The sample will be represented by 71 people from 20 to 49 years of age within the village center Kechwa Wayku native community, extracted according to probabilistic sampling to obtain the information in the study, the survey was applied as a technique through the Questionnaire instrument. The results obtained 25.4% almost nothing knows how to make the ceramics, as well as how to perform textile arts and while the 18.3% show that they have something against tourists to visit their community. Because 43.7% trusts little in the tourist companies that visit their community, also has something against the tourist companies. While 30% would totally like to work with the tourist companies. It is concluded in the existence of a significant influence between festivities, animations and the tourist activity in the center populated native Community Kechwa Wayku, demonstrating, a moderate positive correlation, affirming that the greater strengthening of the Festivities and animations will increase the tourist activity in the populated center. Despite this, 41% of the inhabitants do not participate, in which 29.6% participate little actively in their local festivities And only 11.3% almost nothing feels appreciation for their local festivities.

Keywords: Cultural identity, tourist activity and Native Community

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad problemática

En diversos países del continente sudamericano, atraviesa una era de globalización, es una era donde las innovaciones son cada vez mayores y son de mayor relevancia, es a partir de este punto es donde se comienza a estancar ciertas culturas y pueblos con riqueza étnica porque estas se ven sofocadas por los tiempos modernos (Chang y Torres, 2005, p. 65). No logran ir de la mano con el pasar de los años, esto debido a que en ciertas circunstancias se deja olvidado a una zona y no se busca un equilibrio en donde la gente de una comunidad pueda acercarse a la tecnología sin que esta misma deteriore su propia cultura. Se debe recalcar, la progresiva pérdida de identidad cultural, ya que podemos definirlo como un fenómeno que se suscita por motivos económicos en mayor medida ya que las comunidades aisladas no pueden alcanzar desarrollo si no se integran con el resto de la red comercial (Castro, 2012. p. 34). Además de que los mismos pueblos culturales son conscientes de que su calidad de vida mejorara si se adaptan al mundo en el que viven actualmente, es por ello que toda etnia con rasgos culturales corre riesgo de perderse, de olvidarse y formar parte de una historia pasada. Para evitar esta pérdida de cultural, muchos son los países que deciden preservarlas por medio de proyectos culturales y de turismo, buscan concientizar a la agrupación del pueblo de que sus distintas manifestaciones son importantes, pueden ser explotadas equilibradamente y ser expuestas como experiencias en las que viajeros puedan participar y conocer por cuenta propia. Aunque hoy en día ha habido buenos resultados en donde el turismo sirve de empuje para revitalizar y conservar la identidad cultural de un lugar, también en ocasiones ha mostrado que puede fragmentarla porque cuando los turistas y una comunidad se encuentran, existe un choque cultural en donde en la mayoría de las veces la comunidad prefiere la cultura extranjera que la visita que la suya propia, ocasionando migraciones, cambio en estilos de vida, que la generaciones pierdan interés en su legado por copiar lo de afuera, o simplemente convertir sus costumbres, tradiciones y demás manifestaciones culturales en un comercio, ya no para conservar y valorar, solo para explotar (Caal, 2013, p.34).

En nuestro país se pasa desapercibido nuestra propia identidad cultural, desde hace muchos años y en forma particular en nuestro medio, no la desarrollamos sabiamente, no existe una integración de esta a nuestra vida cotidiana. Esta cruda realidad lo palpamos hoy, comprobado a través de diferentes experiencias como por ejemplo no existe el apoyo solidario, valores como el respeto, la disciplina se han resquebrajado; salvo honrosas excepciones de grupos humanos que a pesar del avance tecnológico actual en la llamada “era de la globalización” ha provocado la sobrepoblación afectando el medio ambiente donde viven diversos comuneros.

Las actualización en la tecnología a implicado la ausencia de la identidad cultural de los pueblos en la amazonia peruana y en forma extremadamente particular en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, puesto que los jóvenes de esta etnia sienten hasta desdén por las manifestaciones culturales de sus ancestros, así por ejemplo no quieren comunicarse con sus parientes en su idioma natural, el kechwa, peor con otras personas, asimismo la mayoría siente vergüenza de utilizar la vestimenta típica, etc.

Es preocupante esta realidad, dado que las autoridades en cierta medida son cómplices al no utilizar algunas estrategias para seguir conservando su rica y variada idiosincrasia reflejado en sus costumbres, mitos, creencias, supersticiones, idioma, relaciones humanas, etc. El estado a través del Ministerio de Educación tibiamente trata de mantener algunas de las manifestaciones culturales mencionadas, así por ejemplo ha creado la I.E.B. donde dentro de su programación curricular establece la enseñanza del kechwa, pero la mayoría de docentes son de habla castellana, contradiciendo su política educativa y, es más, los profesores kechwa hablantes enseñan en castellano; asimismo, falta incentivar con más énfasis a los estudiantes el amor a su identidad cultural. Esta investigación busca por medio de visitas de trabajo al Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, demostrar que la población en general ha descuidado la preservación de su identidad cultural y con ello genera un impacto negativo a la actividad turística.

## 1.2 Trabajos previos

### A nivel internacional

Vélez, E. (2016). En su tesis de investigación: *Diagnóstico de la pérdida de identidad cultural de los Montuvios de la comunidad "Sasay adentro" del cantón Santa Ana en los últimos 2 años* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador. Concluyó que:

Los pobladores del lugar todavía se pueden apreciar unas pocas demostraciones y practicas ancestrales porque con el tiempo que transcurre estas actividades se van olvidando o cambiando para ser reemplazadas por otras más actuales. Esta situación se agrava más por la casi nula participación en eventos culturales de esta comunidad, en lo que se refiere a los valores culturales en algunos casos se mantienen y fortalecen a pesar de la globalización, pero también hay excepciones en donde esto ya se ha perdido. Y como problema principal se demostró que el nivel educacional es precario y este afecta directamente a la población porque la mayoría son dependientes a trabajos de campo como la agricultura y ganadería por lo que no se desenvuelven en otros ámbitos.

Caal, R. (2013). En su tesis de investigación: *La Pérdida de la Identidad Cultural incide en la Condición de vida estudio realizado con estudiantes del nivel básico del Instituto Nacional de Educación Básica de Telesecundaria, Las Mojarras, Ixcán, El Quiché*. (Tesis pre grado). Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Concluyó que:

Las partes culturales diferentes en los grupos juveniles han logrado tener muy poca estimación y admiración, se está perdiendo la identidad cultural de estos. En lo que respecta a desarrollar proyectos o actividades de promoción de la cultura se deja entre ver que son nulas y evidencian falta de voluntad de hacerlas, a esto se le agrega que la identidad cultural heredada de familia se va estructurando o deformando en la siguiente generación por la incorporación de otros estilos de vida, prácticas y costumbres, también se revelo que la economía es un factor más dentro del ciclo de despiste hacia la identidad cultural por que los jóvenes sienten insatisfacción de su situación, dando valor a aspectos subjetivos como bienes materiales que su propia identidad.

Erazo, L. (2013). En su tesis de investigación: *Rescate de la tradición oral de los adultos mayores para el fomento del turismo cultural de los cantones Mira y Espejo de la provincia del Carchi*. (Tesis pre grado). Universidad Politécnica Estatal Del Carchi. Tulcan, Ecuador. Concluyó que:

Las autoridades de la zona no existen planes de revalorización y exposición de la cultura del lugar, no hay un interés por partes de estas instituciones en intentar conservar las tradiciones y costumbres de la población adulta por lo cual el desarrollo del turismo no puede llevarse a cabo y tampoco se puede fomentar pues la herencia cultural que yace en el sitio no es percibida por la población como en adolescentes ni mucho menos adultos que se encuentran bajos en niveles de historia, tradiciones orales, patrimonio y costumbres, y en lo que se refiere a material registrado como libros sobre cultura y tradiciones, son escasas y de muy poca información las que se puedan encontrar en las bibliotecas; todo esto impide que el desarrollo de un turismo cultural sea realizado.

#### **A nivel nacional**

Campos, M. (2011). En su tesis de investigación: *La Identidad Cultural Lambayecana en los Estudiantes del VII ciclo de educación secundaria, del Colegio nacional de San José, Chiclayo – Perú*. (Tesis pre grado). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Chiclayo, Perú. Concluyó que:

Las escala de los alumnos sobre la identidad cultural dentro de su colegio se encuentran en un nivel regular lo que denota un desconocimiento a medias de su legado histórico y étnico. Como principal característica cultural que reconocen en su mayoría los jóvenes es la parte de la religiosidad popular como las costumbres étnicas, y cultos de la típica persona católica; demostrando que estas manifestaciones son las que se transmiten más en cada nueva generación. Por todo esto, se ve necesario dar más hincapié en la enseñanza y repaso de la cultura pasada de la zona a través de la elaboración de proyectos de rescate porque no se debe dejar de lado ningún tipo de elemento identitario de la región.

#### **A nivel regional**

Bardález, M. (2005). En su tesis de investigación: *El turismo como factor de desarrollo socio-económico de la población vinculada a la actividad turística en la*

*provincia de San Martín*. (Tesis pre grado) Universidad Nacional De San Martín. Tarapoto, Perú. Concluyó que:

Al término del estudio se demostró la clave principal para el sustento de la economía en la sociedad es el turismo, por ser una fuente de ingresos y generador de empleos dentro de la provincia de San Martín, sin mencionar que es una actividad de gran interés por las personas que buscan explotarlo. La actividad turística tiene una influencia en sectores como el transporte, comercio, servicios y otras más; logrando que se puedan satisfacer las necesidades básicas de quienes participan o se involucran en este ámbito, y también se proyecta que la actividad en un futuro crezca a tal punto que la región San Martín se convierta en un destino sólido debido a que es generadora de nuevas empresas en el rubro y desarrollo de la sociedad.

Bartra, C. y Flores, C. (2005). En su tesis de investigación: *Propuesta de desarrollo del turismo vivencial en el centro poblado Comunidad Kechwa Wayku Del Distrito de Lamas*. (Tesis pre grado). Universidad Nacional De San Martín. Tarapoto, Perú. Concluyó que:

El Centro poblado Kechwa Wayku tiene una gran oportunidad para desarrollar la modalidad de turismo vivencial en su comunidad y que además se le puede agregar otras modalidades como el agroturismo para complementar las actividades a ofrecer y exponer. Se resalta también que en la parte cultural de la comunidad se aprecia unos amplios y variados elementos étnicos como artesanías, cerámicas, fiestas, danzas, bebidas y comidas; cuentan con un entorno acogedor y llamativo que convierte a toda la zona en un recurso por explotar con fines turísticos pero que aún falta trabajar en la parte de gestión y con la misma comunidad para lograr lazos mutuos y falta el fortalecimiento de sus manifestaciones en base a su preservación y divulgación.

Chang, E. y Torres, R. (2005). En su tesis de investigación: *Potencialidades del Turismo Étnico en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa el Wayku del distrito de Lamas*. (Tesis pre grado). Universidad Nacional De San Martín. Tarapoto, Perú. Concluyó que:

Existe una gran oportunidad de poder realizarse en el centro poblado Comunidad Nativa Kechwa el Wayku un guía turismo sostenible en la modalidad de turismo vivencial porque el sitio cuenta con las características propias y necesarias, además de ser un apoyo para la población en el ascenso de su clase de vida. Como principal

potencial a explotar en el centro poblado es su herencia étnica conformado por sus costumbres, estructura social, creencias e ideas, pero estas necesitan ser puestas en valor porque se evidencia que están quedando olvidadas por parte de un sector de la comunidad, por lo tanto, la conservación para la posteridad es necesaria, y para asegurar esto se debe formar, integrar y capacitar a la población en proyectos de turismo y servicios de calidad.

Mas, M. y Solís, V. (2005). En su tesis de investigación: *La aculturación de la Comunidad Nativa del Centro Poblado Comunidad Quechua Wayku como visión turística*. (Tesis pre grado). Universidad Nacional de San Martín. Tarapoto, Perú. Concluyeron que: los principales factores de aculturación son la economía, la cultura y la sociedad dentro del grupo que pertenecen a la poca cultura. También se manifestó que, debido a ello, con el tiempo puede acarrear una total y completa desaparición de la identidad cultural y autoestima propia de los pobladores, siendo un riesgo degenerativo y de estancamiento. Otra causa que pone en riesgo al poblador es el mercantilismo ya que pone en desventaja a la comunidad al desconocer como desenvolverse satisfactoriamente en este ámbito; actividades como el turismo tendrían beneficios para la gente del lugar, pero siempre que haya beneficio mutuo para ambas partes.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Identidad cultural**

##### **Concepto**

Para el autor Montes (2010) define la identidad cultural como “Una agrupación de valores, que otorgan una simplificación en la vida de las personas que pertenecen en una sociedad determinada, además de reforzar sus sentimientos y emociones de pertenencia”. (p. 139), Es decir sostiene la agrupación de valores, creencias, tradiciones, y comportamientos que son determinantes a una determinada sociedad.

Para definir la identidad cultural, Ibrahim y Heuer (2016) mencionan que:

La conceptualización de una identidad cultural puede interpretarse a la distribución entre sus dimensiones como el familiar y lo culturales que forja la identidad de un individuo

y podemos hacer una comparación que perciben entre personas de diversas sub poblaciones con diferente identidad cultural, es decir, factor que es relevante para asumir la identidad de un individuo, tanto percibida por una persona y cómo otros individuos perciben la identidad cultural de otros individuos. (p. 15)

Desde la perspectiva de Molano (2006), su definición es de la siguiente manera:

La conceptualización del proceso de la identidad cultural se encierra en el sentido de pertenencia de un grupo de personas que se puede definir como “grupo social” Por el cual, analiza y compara rasgos, costumbres, cultura, valores y creencias de acuerdo a su estilo de vida culturales. Podemos definir por otra parte, La identidad como la creencia única de un determinado individuo que puede asemejarse colectivamente, donde puede alinearse continuamente de la influencia exterior. (p. 46)

Entonces lo descrito por Fernández (2013), refiere que algunos fundamentales motivos para la inasistencia o pérdida de la identidad cultural son los siguientes casos:

La carencia de proyectos puede interpretarse como la falta de gestión y difusión de la auténtica cultura, además hace referencia que puede trazar alcanzaren en la desaparición, produciéndose, así, un crimen ante la cultura de una determinada sociedad por el progreso generado (Fernández et al, 2013, p. 231). La destrucción formas de culturas puede basarse por medio de los principios de programas de televisión con bajo contenido educativo destruye las creencias, adquiriendo otras costumbre y creencias por lo que observan. (Fernández et al, 2013, p. 231).

La alineación puede verse como algo aislado a la destrucción de la identidad cultural pero al modificar la costumbre de la

dieta en una sociedad, va perdiendo la identidad progresivamente, y fusionando la gastronomía pero perdiendo la esencia nutritiva que su alimentación puede tener en una sociedad (Fernández et al, 2013, p. 231).

Según lo que comenta Bermúdez (2000), la identidad cultural puede distribuirse en dos factores que muestran la pérdida de la misma, de la siguiente manera:

El factor interno puede interpretarse como el proceso de crecimiento económico dentro de una sociedad, los cambios tecnológicos que puedan consumir, modificando lentamente la forma de pensar y de ser de la sociedad que esta inverso a estos cambios (Bermúdez et al, 2000, p. 231). En cambio el factor externo refleja las políticas que controlan y dirigen un país con respecto a los cambios económicos que puede sufrir una población cuando una empresa, desea invertir en la exploración de nuevos mercados, los programas de educación del estado afectan directamente el pensar de los estudiantes en diversas comunidades cambiando su forma de ver la vida 'perdiendo progresivamente su identidad. (Bermúdez et al, 2000, p. 231).

Según Getino (2013) menciona que entre los efectos del turismo dentro de una comunidad son:

En primer lugar, puede identificarse como conflictos intrafamiliares los problemas de divorcios o disfunción familiar, donde conlleva a la congelación de la cultura entre los niños que viven en un núcleo familiar, otro de los motivos es el turismo debido que los visitantes traen su identidad cultural indirectamente o directamente afectan vagamente, los medios de transporte alteran el proceso sociocultural, transformando y convirtiendo el nuevo estilo de vida de las personas que radican en esa sociedad. (p. 164)

Algo similar coincide Mastny (citado por Pereiro, 2013) donde expone casi los mismos efectos negativos sobre las comunidades indígenas, están son las siguientes:

Desde el punto de vista humanístico y antropológico indica que los pobladores de una determinada sociedad pueden sufrir cambios en su forma de expresarse, actuar y de comportarse dependiendo del tipo de turista frecuente tal sitio, por las pocas Oportunidades que presentan los moradores de una sociedad hace que emigre a otras sociedades, con mayor prosperarían económico. (p. 164)

### **Metodología de evaluación de la identidad cultural**

Dentro de los aspectos a tomar en cuenta para prevenir una posible pérdida de identidad cultural, según lo referido por Montes (2010) menciona que:

Se debe procurar que la actividad turística aproveche las manifestaciones culturales de un pueblo, lograr que la comunidad se sienta a gusto con lo suyo y que sepan que son apreciados por otra gente, la actividad turística debe reforzar su propia identidad mas no afectarla. A continuación, se exponen tres puntos donde mayormente se comienza a observar la pérdida cultural:

- a) **Festividades y animaciones:** Las fiestas, celebraciones, ceremonias entre otras actividades populares de la comunidad pueden ser vulneradas, a tal punto de ser olvidadas al pasar a las generaciones más recientes (Montes, 2010, p. 87). Es necesario convertir estas manifestaciones en actos de interés para la comunidad y para el público que esté interesado en conocerlas. También para que esto funcione, el pueblo debe estar de acuerdo en exhibirlas a otras personas. Se debe trabajar con la comunidad para estimular su sentido de orgullo y aceptación propia de sus festividades, hacerles sentir que los ajenos a su pueblo admiran y disfrutan de sus fiestas populares.

- b) Cultura material y natural:** Se toman en cuenta a la historia, los monumentos, sitios históricos, sitios naturales, artesanías, textilerías, comidas, bebidas y demás creaciones propias o atributos del medio de la zona. (Montes, 2010, p. 87). En lo que se refiere a las producciones, estas se pierden cuando una comunidad se adapta a la nueva era, se actualiza en técnicas y formas de recrear sus expresiones artísticas, prefieren lo moderno a un método algo viejo, también se dejan de lado al emigrar a otras zonas y deben adaptarse a un nuevo medio. Es necesario que exista aprecio hacia sus expresiones artísticas y sentido de pertenecía, se debe lograr un equilibrio entre la adaptación a tiempos más actuales sin afectar sus costumbres pasadas, ya que son elementos que sirven para la actividad turística.
- c) Estilo de vida:** Esta pérdida es la más obvia, se distingue al observar que la comunidad deja de lado toda tradición, cultura, ideas, valores, dialecto entre otros para ser reemplazados totalmente o modificados en parte por otros modelos foráneos. (Montes, 2010, p. 87). Esta se produce más cuando la comunidad es receptora de distintos turistas, ya sean nacionales o extranjeros que llevan su propia forma de vida, la comunidad contrasta ese estilo con el suyo propio, haciendo que poco a poco quieran imitar o ser como ellos.

### 1.3.2 Actividad Turística

#### Concepto

Para poder definir una actividad turística podemos aferrarnos a la definición que establece el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2007) quien lo interpreta de la siguiente manera:

La actividad que realiza una persona en el tiempo de viajes y aventuras, explorando destinos diferentes fuera de su habitad propia, por un mínimo tiempo de un año. Donde se puede definir como vacaciones, emprender negocios, entre otros. Determinamos que turismo es gozar la disponibilidad del tiempo para la diversión de su vida. (p. 1).

Para el Centro de información e investigación turística (Tiarc, 2009) indica que “El turismo otorga y comprende diversos puntos como las actividades y funciones; con respecto al afecto del visitante y los destinos que desea recorrer en su estancia en una sociedad determinan por su preferencia. En las cuales pueden ser para negocios, vacaciones o salud. (p. 3)

La definición de la actividad del turismo de cuerdo a Aguayo (2006) nos dice que “Los viajes o traslados a destinos atractivos definifos en otras sociedades puede definirse como las funciones que las personan realizan estando fuera de lugar de origen, generando ingresos en otras sociedades, impulsando la economía de esos lugares. (p. 1).

Para Bermúdez (2002) el turismo lo define como:

Principio de un fenómeno que se puede observar, en los caracteres económicos, sociales y culturales que genera, cuando sucede en cualquier sociedad, pueden ser voluntarios o de residencia habitual, donde lo importante es la generación de una responsabilidad empresarial donde, los pobladores, empresas y el turista tengan beneficios equilibrados. (p. 9).

### **Impactos de la Actividad Turística**

Para Bermúdez (2002) considera que hay cuatro impactos que genera el turismo en un lugar, estas son:

#### **Los impactos económicos en la sociedad**

Puede interpretarse como generador de divisas debido que dicha actividad turística puede ser la principal actividad generadora dinero al país de origen (Bermúdez, 2002, p. 15). Por otra parte la diversificación de la economía, puede dar como resultado la estabilidad económica de un país, generando más puestos de trabajo en sectores como la agricultura, pesca, ganadería, transporte, construcción etc. (Bermúdez, 2002, p. 16).

### **Impactos culturales generados por el turismo**

Los recorridos turísticos generan conocimiento de otras culturas, debido a la afluencia de turistas de diversos países generando modificaciones de las personas autóctonas o nativas y su formas de vida, costumbres, (Bermúdez, 2002, p. 19). La transculturación puede desarrollarse en la llegada de estos turistas, donde los lugares de sociocultural de los habitantes no pueden estar bien, marcada y es fácil que se modifique con el comportamiento de los turistas que arriban a dichos atractivos turísticos. (Bermúdez, 2002, p. 19).

### **Dimensiones de la actividad turística**

Dorado (2016). Identificaron cinco factores determinantes de la calidad del servicio, con el siguiente orden de importancia:

Para el Mincetur (2007) los elementos o partes que componen a la actividad turística son los siguientes:

- a) **La oferta turística:** Según Dorado (2016) indica que es la relación entre elementos que conforman el producto turístico, al que se determina como el desarrollo de un eficiente programa de promoción realizado mayormente por una nación, con la finalidad de promocionar sus atractivos turísticos, para orientar a los posibles turistas nacionales y extranjeros al interior de diversos atractivos turísticos de un país o región.

Mincetur (2007) El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado. Éste está compuesto por: los recursos turísticos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, recursos turísticos donde se difunden las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, La planta turística muestra el conjunto de empresas, infraestructura, carreteras que prestan servicio al turismo y Los servicios complementarios donde definen el servicio requerido por los turistas que no dependen del sector turismo,

- b) La demanda turística:** Según Dorado (2016) puede definirse como la demanda que constituyen los turistas donde pueden desear acceder a diversos servicios que conforma un lugar que pertenece a una región o país determinado, que ofrecen sus servicios turísticos. Donde puede medirse según a la demanda Turística Potencial y demanda turística actual o real, con la finalidad de comprar los servicios de una determinada nación que ofrece sus atractivos turísticos.
- c) Operadores turísticos:** Para definir esta dimensión según Dorado (2016) muestra que son las agencias de viajes que muestran canales básicos de comercialización y operación para que un visitante o turismo pueda conocer culturas, costumbre, recursos turísticos, reservas naturales entre otras actividades en una sociedad que conforma un país. Cuya función principal, de acuerdo al (Mincetur, 2007, p. 87) puede ser la intermediación para la oferta a la demanda. Donde el turista desea que el recorrido turístico este conformando por la superestructura, demanda, atractivo, equipamiento e instalaciones, infraestructura y comunidad local que conforma parte del servicio de un sistema turístico.

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema general**

¿Cuál es la relación entre la identidad cultural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018?

### **1.4.2 Problemas específicos**

¿Cuál es la relación entre actividad turística y la dimensión festividades y animaciones de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018?

¿Cuál es la relación entre actividad turística y la dimensión cultural material y natural de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018?

¿Cuál es la relación entre actividad turística y la dimensión estilo de vida de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018?

## **1.5 Justificación del estudio.**

### **Justificación Teórica**

En variable identidad cultural se dará empleo a las teorías planteadas por Montes (2010), y para la segunda variable Actividad turística se aplicará el concepto por el ente Mincetur (2007) y el autor De la Torre (2009).

### **Justificación Práctica**

La investigación tendrá como principal documento de análisis y la verdadera descripción sobre los problemas de la baja identidad cultural que se destaca desde la autoridad principal, docentes e instituciones del lugar involucradas en el estudio de la parte cultural; pero, también, al sector privado que apuesta por invertir en turismo.

### **Justificación social**

El presente estudio contribuirá a mejorar al sustento y la de vida de las familias dedicadas a las programaciones turísticas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku.

### **Justificación por conveniencia**

De acuerdo al régimen y los estatus de la casa de estudios de la Universidad César Vallejo, es de suma importancia contar con la condición de realizarse un buen estudio de investigación para obtener los honores del grado en bachiller y título profesional de Licenciados en Administración de Empresas

### **Justificación Metodológica**

El presente estudio se demuestra de forma argumentada, porque se viene realizando el enunciado con base respecto a la evaluación del desempeño laboral y calidad del servicio, mediante esto utilizan diferentes técnicas para la recolección de los datos como la entrevista, la observación directa y el análisis documental, que servirán de

base para desarrollar los objetivos específicos propuestas y validar la hipótesis planteada.

## **1.6 Hipótesis.**

### **1.6.1 Hipótesis general**

Hi: La identidad cultural tiene una relación directa y significativa con la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

Ho: La identidad cultural no tiene una relación directa y significativa con la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

### **1.6.2 Hipótesis específicas**

H1. Existe una influencia significativa entre actividad turística y la dimensión Festividades y animaciones de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

H2. Existe una influencia significativa entre actividad turística y la dimensión cultural material y natural de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

H3. Existe una influencia significativa entre actividad turística y la dimensión estilo de vida de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo general**

Determinar la relación entre la Identidad Cultural y la Actividad Turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

### **1.7.2 Objetivos específicos**

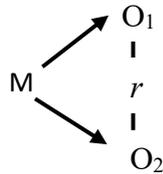
- Evaluar la relación entre actividad turística y la dimensión festividades y animaciones de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.
- Analizar la relación entre actividad turística y la dimensión cultural material y natural de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.
- Establecer la relación entre actividad turística y la dimensión estilo de Vida de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

## II. MÉTODO

### 2.1 Diseño de investigación.

El trabajo de investigación desarrollado fue de tipo no experimental debido a lo estipulado por Hernández y Baptista (2018) donde muestra que se realizará una sola medición del comportamiento de las variables identidad cultural y la actividad turística en su estado natural tal como ocurrieron.

El diseño de investigación fue definido de forma descriptiva y correlacional debido que se buscó determinar el comportamiento de las dos variables y la relación entre variables identidad cultural y la actividad turística, (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).



Dónde:

M = pobladores del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku

O<sub>1</sub> = Variable 1 “Identidad Cultural”

O<sub>2</sub> = Variable 2 “Actividad Turística”

r = Incidencia

### 2.2 Variables, operacionalización.

**Variable 1:** Identidad Cultural

**Variable 2:** Actividad Turística

Tabla 1 Operacionalización variable identidad cultural

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Identidad cultural	Conjunto de valores, que proporcionan un significado simbólico a la vida de las personas, reforzando su sentimiento como individuos y su sentimiento de pertenencia. (Montes, 2010, p. 67)	Para evaluar el nivel de desempeño laboral se tomara como modelo el cuestionario de Rollano (2016) quien lo distribuye en seis dimensiones con veinte y cuatro preguntas en una escala de Likert.	Festividades y animaciones  Cultura material y natural  Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceptación de sus fiestas, celebraciones, ceremonias y actividades populares</li> <li>• Aceptación de su historia, monumentos, sitios históricos, bebidas, comidas, etc.</li> <li>• Aceptación de sus ideas, valores, costumbres, cultura, tradición de su comunidad</li> </ul>	Ordinal

Fuente: Elaboración propia 2018.

Tabla 2 Operacionalización variable actividad turística

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Actividad turística	La calidad de un producto o servicio no puede definirse fácilmente, por ser una apreciación subjetiva; sin embargo se puede decir que es la percepción que el cliente tiene del mismo. (Torres y Vásquez, 2015, pág. 74).	Para evaluar el nivel de calidad del servicio se tomara como modelo el cuestionario de Dorado (2016) quien lo distribuye en cinco dimensiones con trece preguntas en una escala de Likert.	Oferta turística  Demanda Turística  Operadores Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos, atractivos,</li> <li>• planta turística,</li> <li>• servicios complementarios, infraestructura básica</li> <li>• Demanda turística potencial y actual</li> <li>• Agencias de viajes</li> </ul>	Ordinal

Fuente: Elaboración propia 2018.

## 2.3 Población y muestra

### Población

La población de estudio estuvo conformada por 3432 personas entre 20 a 49 años de edad pertenecientes al dentro del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku.

### Muestra:

La muestra estará representada por 71 personas de 20 a 49 años de edad dentro del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, extraída de acuerdo al muestreo probabilístico de acuerdo a la fórmula siguiente:

$$n = \frac{z^2 pq N}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Cálculo del tamaño de una muestra donde se establecen:

n = muestra

Z = nivel de confianza

e = margen de error

N = población

p = probabilidad de tener éxito

q = probabilidad de tener éxito

$$n = \frac{1,96^2(0,5 \times 0,5 \times 3432)}{0,5^2(3432 - 1) + 1,96^2(0,5 \times 0,5)} = 71,49$$

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

Para poder obtener la información del estudio, mediante la técnica encuesta, y a través del instrumento del cuestionario y poder medir la identidad cultural estuvo distribuido en seis dimensiones con veinte y cuatro preguntas en un nivel de escala de Likert, con alternativas de acuerdo y en desacuerdo en un rango de 1 al 5, luego de aplicar el cuestionario, se procedió a validar el cuestionario por medio del juicio de experto, después realizamos un cuestionario piloto a 45 pobladores y vaciar las

respuestas al software SPSS estadístico, versión 25. Obteniendo una confiabilidad del 8.12 puntos donde considera una herramienta confiable

## 2.5 Métodos de análisis de datos

La información obtenida mediante el uso de fórmulas estadísticas de desviación típica y la escala de Stanones, puedo sintetizar en tablas de contingencia y sus respectivos gráficos. Con la finalidad de corroborar a través de la prueba de Pearson la correlación de las dos variables en estudio.

### Escala de puntuación de la variable identidad cultural

<b>Escala de medición</b>	<b>Puntuación</b>
Nada	19 – 39
Poco	40 – 60
Totalmente	61 – 95

Fuente: Elaboración propia 2018.

### Escala de puntuación de la variable actividad turística

<b>Escala de medición</b>	<b>Puntuación</b>
Nada	11 – 27
Poco	28 – 43
Totalmente	44 – 55

Fuente: Elaboración propia 2018.

## 2.6 Aspectos éticos

Para poder empezar y concluir con el proyecto y desarrollo de la investigación, se siguieron la línea de investigación de la Universidad Cesar Vallejo, además se respetaron los derechos de autor, también la autoría de las definiciones de las variables en estudio a través de las normas APA y la opinión de las personas encuestadas sin necesidades de alterar dicha información.

### III. RESULTADOS

3.1. Evaluar la relación entre actividad turística y la dimensión festividades y animaciones de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

Tabla 3 Festividades y animaciones

Escala de medición	Personas	Porcentaje
Nada	8	11.3%
Poco	21	29.6%
Totalmente	42	59%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

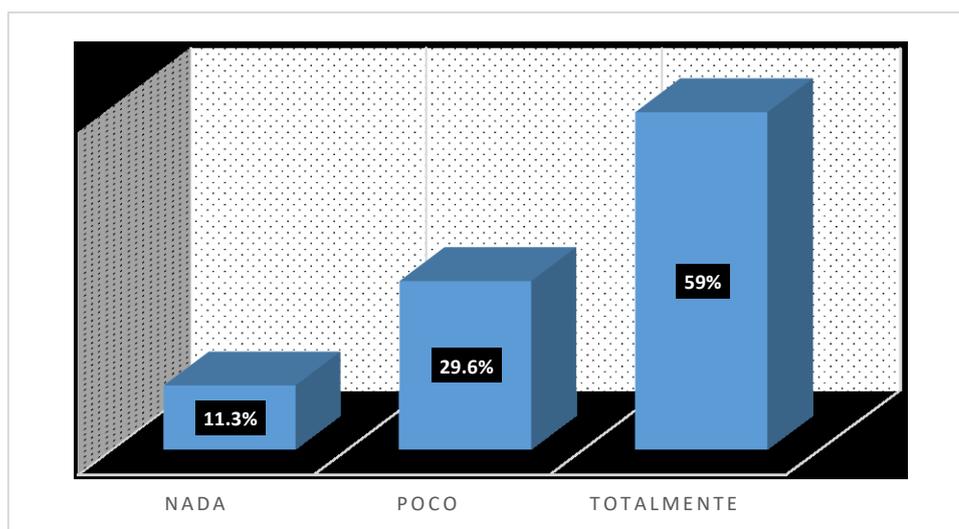


Figura 1 Festividades y animaciones

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

La Tabla 3 y Figura 1 muestra que de las 71 personas encuestadas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, el 59% conoce totalmente acerca de sus festividades locales, además de sentirse orgulloso y valora sus fiestas locales. Mientras el 29.6% participa poco en activamente en sus festividades locales y solo el 11.3% casi nada siente aprecio hacia sus festividades locales.

*Tabla 4 Prueba de Correlación entre festividades, animaciones y actividad turística*

			Festividades y animaciones	Actividad turística
Rho de Spearman	Festividades y animaciones	Coefficiente de correlación	1,000	,413**
		Sig. (bilateral)		,001
		N	71	71
	Actividad turística	Coefficiente de correlación	,413**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	71	71

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

En la tabla 4, se observó que la significancia bilateral de los datos fue menor que el nivel propuesto ( $p=0.001<0.05$ ), lo que permitió tomar la decisión de rechazar la hipótesis nula, señalando que existe una influencia significativa entre festividades, animaciones y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Observando que el coeficiente de correlación ( $r = 0,413^{**}$ ), se evidenció una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de las festividades y animaciones aumentara la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas.

3.2. Analizar la relación entre actividad turística y la dimensión cultural material y natural de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

Tabla 5 Cultura material y natural

Escala de medición	Personas	Porcentaje
Nada	18	25.4%
Poco	5	7.0%
Totalmente	48	68%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

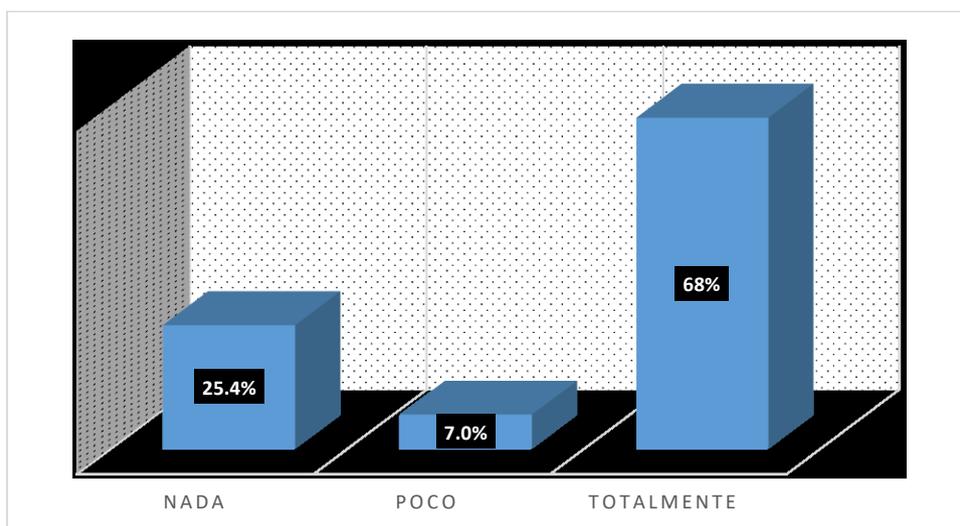


Figura 2 Cultura material y natural

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

La Tabla 5 y Figura 2 muestra que de las 71 personas encuestadas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, el 68% conoce totalmente lo referente a las bebidas típicas de su comunidad, acerca de los platos típicos de su comunidad, además de cuáles son los sitios naturales y turísticos dentro de su comunidad; al igual de valorar su legado cultural, material y natural. Mientras el 25.4% casi nada sabe cómo confeccionar las cerámicas, al igual de cómo realizar artes textiles y solo el 7% conoce poco acerca de la historia de su comunidad.

*Tabla 6 Prueba de Correlación entre cultura material, natural y actividad turística*

			Cultura material y natural	Actividad turística
Rho de Spearman	Cultura material y natural	Coeficiente de correlación	1,000	,467**
		Sig. (bilateral)		,001
		N	71	71
	Actividad turística	Coeficiente de correlación	,467**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	71	71

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

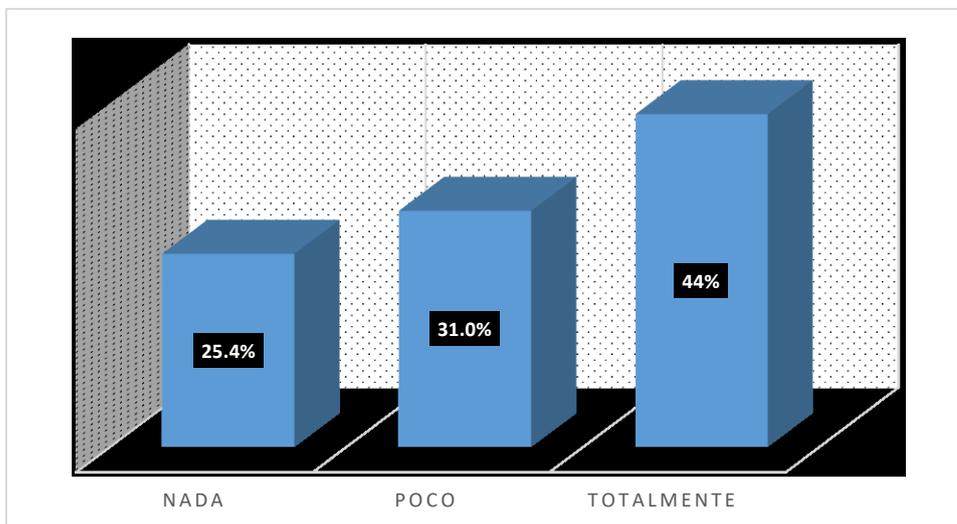
En la tabla 6, se observó que la significancia bilateral de los datos fue menor que el nivel propuesto ( $p=0.001<0.05$ ), lo que permitió tomar la decisión de rechazar la hipótesis nula, señalando que existe una influencia significativa entre cultura material, natural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Observando que el coeficiente de correlación ( $r = 0,467^{**}$ ), se evidenció una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de la cultura material y natural aumentara la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas.

3.3. Establecer la relación entre actividad turística y la dimensión estilo de vida de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

*Tabla 7 Estilo de vida*

Escala de medición	Personas	Porcentaje
Nada	18	25.4%
Poco	22	31.0%
Totalmente	31	44%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.



*Figura 3 Estilo de vida*

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

La Tabla 7 y Figura 3 muestra que de las 71 personas encuestadas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, el 44% totalmente le gustaría vestir ropa común como los turistas, en lugar de su vestimenta tradicional, tener artefactos tecnológicos (celular, tablet, laptop, tv, etc) como los turistas que visitan su comunidad, además valora su forma de vida cotidiana. Mientras el 31% conoce poco sobre toda su costumbre, además domina poco su idioma nativo, además le incomoda que los turistas observen su estilo de vida y solo el 25.4% casi nada les incomoda de algún modo que los turistas conozcan sus costumbres, además que los turistas lo vean con su vestimenta tradicional.

Tabla 8 Prueba de Correlación entre estilo de Vida y actividad turística

			Estilo de Vida	Actividad turística
Rho de Spearman	Estilo de vida	Coefficiente de correlación	1,000	,398**
		Sig. (bilateral)		,001
	N	71	71	
	Actividad turística	Coefficiente de correlación	,398**	1,000
Sig. (bilateral)		,001	.	
N		71	71	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

En la tabla 8, se observó que la significancia bilateral de los datos fue menor que el nivel propuesto ( $p=0.001<0.05$ ), lo que permitió tomar la decisión de rechazar la hipótesis nula, señalando que existe una influencia significativa entre estilo de vida y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Observando que el coeficiente de correlación ( $r = 0,398^{**}$ ), se evidenció una correlación positiva baja, afirmando que a mayor fortalecimiento del estilo de vida aumentara la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas.

3.4. Determinar la relación entre la Identidad Cultural y la Actividad Turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

Tabla 9 Identidad cultural

Escala de medición	Personas	Porcentaje
Nada	15	20.7%
Poco	16	22.5%
Totalmente	40	57%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

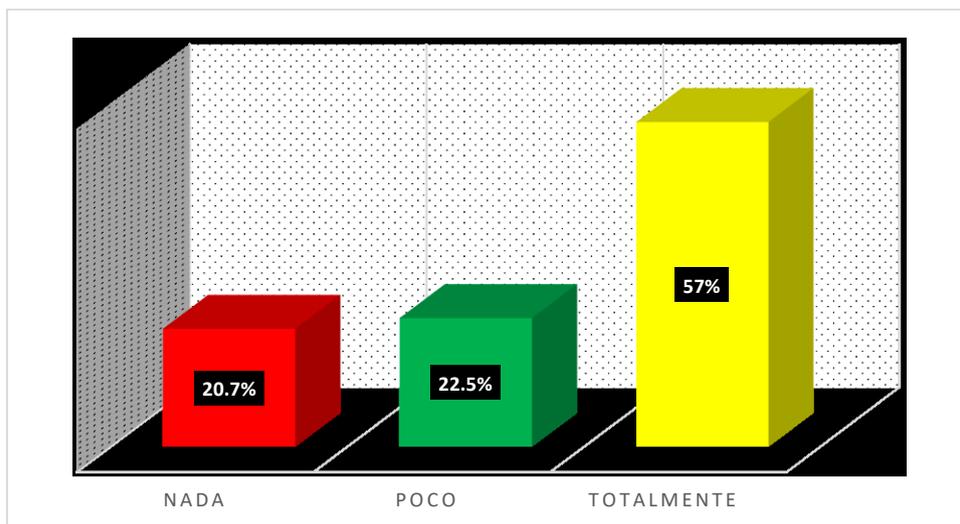


Figura 4 Identidad cultural

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

La Tabla 9 y Figura 4 muestra que de las 71 personas encuestadas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, el 57% representa una identidad cultural totalmente alta. Mientras el 22.5% representa un poco identidad cultural y solo el 20.7% representa nada su identidad cultural.

Tabla 10 Oferta turística

Escala de medición	Personas	Porcentaje
Nada	9	12.7%
Poco	11	15.5%
Totalmente	51	72%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

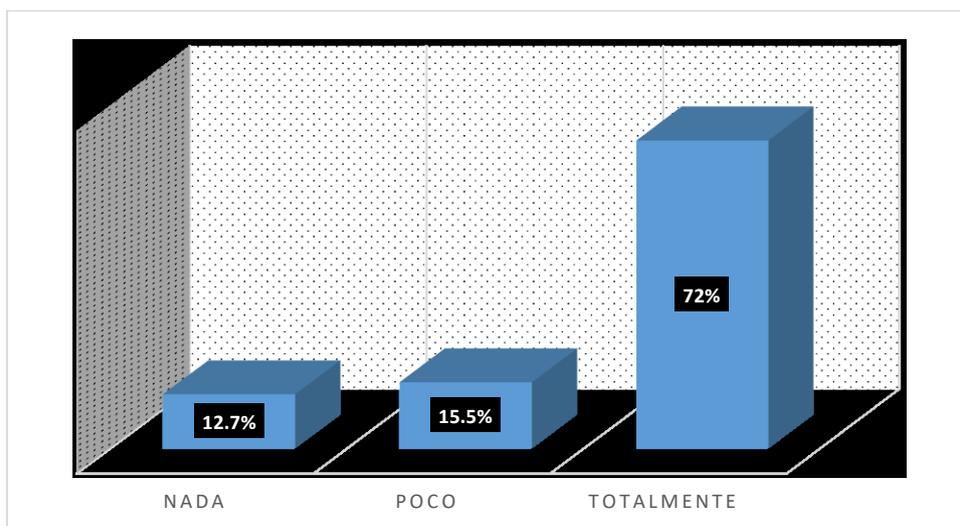


Figura 5 Oferta turística

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

La Tabla 11 y Figura 5 muestra que de las 71 personas encuestadas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, el 72% cree totalmente que los visitantes valoran sus atractivos turísticos, siente que los turistas aprecian los sitios arquitectónicos de su localidad, además los turistas valoran su servicio de hospitalidad. Mientras el 15.5% cree poco que los turistas valoran sus comidas y bebidas y solo el 12.7% casi nada considera que los visitantes valoran a su comunidad cuando los visitan.

Tabla 11 Demanda turística

Escala de medición	Personas	Porcentaje
Nada	2	2.8%
Poco	13	18.3%
Totalmente	56	79%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

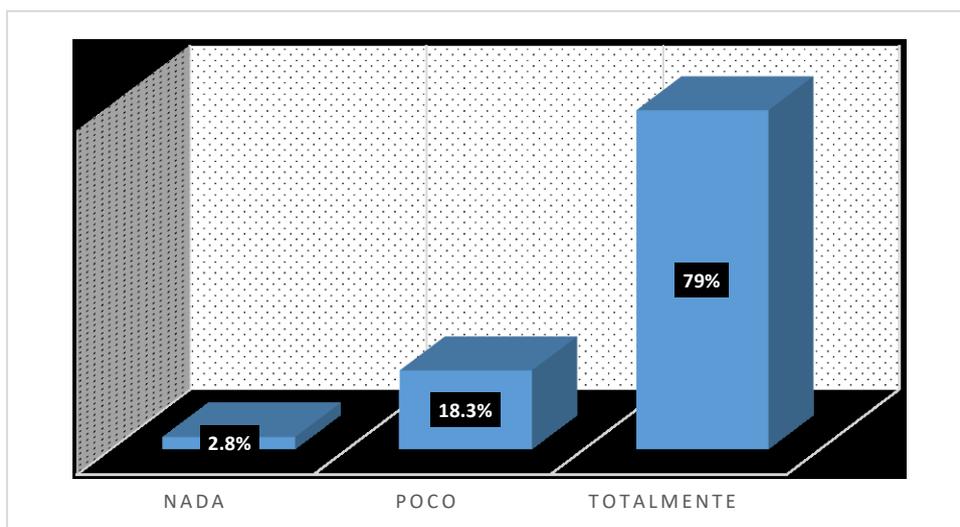


Figura 6 Demanda turística

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

La Tabla 11 y Figura 6 muestra que de las 71 personas encuestadas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, el 79% totalmente les parece bien que los turistas participen de sus actividades, además de les gusta que los turistas aprecien sus expresiones artísticas (cerámicas, danzas, textilería, etc). Mientras el 18.3% poco muestran que tienen algo en contra de que los turistas visiten su comunidad y solo el 2.8% nada muestran que tienen algo en contra de que los turistas visiten su comunidad.

Tabla 12 Operadores turísticos

Escala de medición	Personas	Porcentaje
Nada	19	26.8%
Poco	31	43.7%
Totalmente	21	30%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

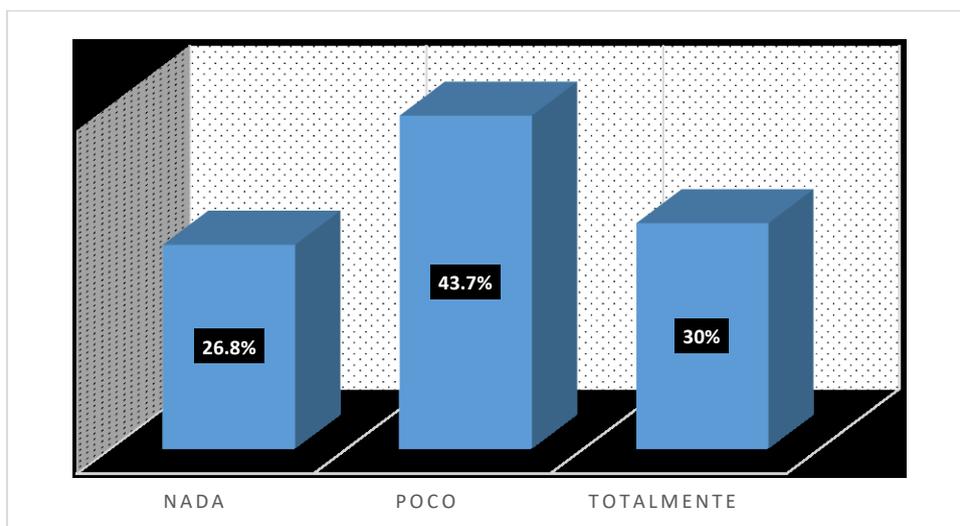


Figura 7 Operadores turísticos

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

La Tabla 12 y Figura 7 muestra que de las 71 personas encuestadas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, el 43.7% confía poco en las empresas turísticas que visitan su comunidad, además tiene algo en contra de las empresas turísticas. Mientras el 30% totalmente le gustaría trabajar con las empresas turísticas y solo el 25.8% no les gustaría nada trabajar con las empresas turísticas.

Tabla 13 Actividad turística

Escala de medición	Personas	Porcentaje
Nada	10	14.1%
Poco	18	25.8%
Totalmente	43	60%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

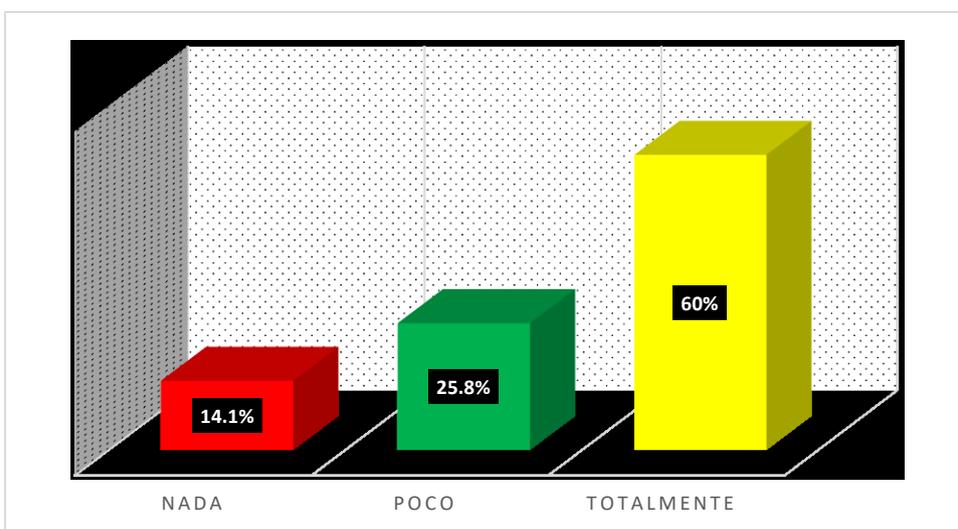


Figura 8 Actividad turística

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

La Tabla 13 y Figura 8 muestra que de las 71 personas encuestadas del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, el 60% indica una actividad turística totalmente alta. Mientras el 22.5% representa un poco actividad turística y solo el 20.7% representa nada su actividad turística.

Tabla 14 Prueba de Correlación entre identidad cultural y actividad turística

			Identidad Cultural	Actividad turística
Rho de Spearman	Identidad Cultural	Coefficiente de correlación	1,000	,712**
		Sig. (bilateral)		,001
	N	71	71	
	Actividad turística	Coefficiente de correlación	,712**	1,000
Sig. (bilateral)		,001	.	
N		71	71	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Recuperado SPSS IBM Statistics, versión 25, Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

En la tabla 14, se observó que la significancia bilateral de los datos fue menor que el nivel propuesto ( $p=0.001<0.05$ ), lo que permitió tomar la decisión de rechazar la hipótesis nula, señalando que existe una influencia significativa entre identidad cultural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Observando que el coeficiente de correlación ( $r = 0,712^{**}$ ), se evidenció una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de la identidad cultural aumentara la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas.

#### IV. DISCUSIÓN

El presente proyecto de investigación titulado “Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.”, El resultado obtenido desde la perspectiva del poblador entre los 20 a 49 años de edad del Centro Poblado, mantienen una relación positiva alta, aunque algunas dimensiones que conforman la variable identidad cultural mostraron tener una relación moderada con la actividad turística, debido principalmente por la perspectiva de los moradores con respecto a los Operadores Turísticos, según la modificación de su estilo de vida.

En el primer objetivo específico planteado, se pudo deducir que el 59% de los moradores valora totalmente las festividades y animaciones del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku porque conoce totalmente acerca de sus festividades locales, además de sentirse orgulloso y valora sus fiestas locales. Mientras el 29.6% participa poco en activamente en sus festividades locales y solo el 11.3% casi nada siente aprecio hacia sus festividades locales ver (Tabla 07 y Figura 01). Aunque el 72% indica que la oferta turística está totalmente promocionada por que los moradores creen totalmente que los visitantes valoran sus atractivos turísticos, siente que los turistas aprecian los sitios arquitectónicos de su localidad, además los turistas valoran su servicio de hospitalidad. Mientras el 15.5% cree poco que los turistas valoran sus comidas y bebidas y solo el 12.7% casi nada considera que los visitantes valoran a su comunidad cuando los visitan ver (Tabla 11 y Figura 05). Puede explicarse este resultado, pues constata la existencia de una influencia significativa entre festividades, animaciones y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Observando que el coeficiente de correlación ( $r = 0,413^{**}$ ), se evidenció una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de las festividades y animaciones aumentara la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas. Al respecto, Vélez (2016), discrepa con el resultado del estudio puesto que este autor sostiene que el poblador de la comunidad “Sasay adentro” del cantón Santa Ana todavía pueden apreciar unas pocas demostraciones y practicas ancestrales porque con el tiempo que transcurre estas actividades se van olvidando o cambiando para ser reemplazadas por otras más actuales. En cambio, el resultado mostrado por el morador valora totalmente las festividades y animaciones del Centro Poblado

Comunidad Nativa Kechwa Wayku porque conoce totalmente acerca de sus festividades locales, además de sentirse orgulloso y valora sus fiestas locales.

En el segundo objetivo específico, resulto que El Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, refleja su cultura material y natural como la fortaleza turística, así lo manifiesta el 68% de los pobladores debido que conoce totalmente lo referente a las bebidas típicas de su comunidad, acerca de los platos típicos, además de cuáles son los sitios naturales y turísticos dentro de su comunidad; al igual de valorar su legado cultural, material y natural. Mientras el 25.4% casi nada sabe cómo confeccionar las cerámicas, al igual de cómo realizar artes textiles y solo el 7% conoce poco acerca de la historia de su comunidad ver (Tabla 8 y Figura 02). Mientras la demanda turística en el centro poblado es totalmente a tractiva para los turistas que recorrer el lugar así lo manifiesta el 79% de los moradores debido que totalmente les parece bien que los turistas participen de sus actividades, además de les gusta que los turistas aprecien sus expresiones artísticas (cerámicas, danzas, textilería, etc.). Mientras el 18.3% poco muestran que tienen algo en contra de que los turistas visiten su comunidad y solo el 2.8% nada muestran que tienen algo en contra de que los turistas visiten su comunidad ver (Tabla 12 y Figura 06). Reflejado en que existe una influencia significativa entre cultura material, natural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Observando que el coeficiente de correlación ( $r = 0,467^{**}$ ), se evidenció una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de la cultura material y natural aumentara la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas. No obstante, afirmamos lo descrito por Caal (2013) quien observo al estudiante del nivel básico del Instituto Nacional de Educación Básica de Telesecundaria, la poca valoración y respeto a las diferentes manifestaciones culturales en los grupos juveniles, se está perdiendo la identidad cultural de estos. En lo que respecta a desarrollar proyectos o actividades de promoción de la cultura se deja entre ver que son nulas y evidencian falta de voluntad de hacerlas, a esto se le agrega que la identidad cultural heredada de familia se va estructurando o deformando en la siguiente generación por la incorporación de otros estilos de vida, prácticas y costumbre. Con respecto, el mismo poblador debido que conoce totalmente lo referente a las bebidas típicas de su comunidad, acerca de los platos

típicos, además de cuáles son los sitios naturales y turísticos dentro de su comunidad; al igual de valorar su legado cultural, material y natural.

Mientras, el tercer objetivo específico, resulto que la dimensión estilo de vida refleja que el morador tiene aspiraciones en su vida como las personas de otros centros poblados de salir adelante debido que el 44% totalmente le gustaría vestir ropa común como los turistas, en lugar de su vestimenta tradicional, tener artefactos tecnológicos (celular, tablet, laptop, tv, etc) como los turistas que visitan su comunidad, además valora su forma de vida cotidiana. Mientras el 31% conoce poco sobre toda su costumbres, además domina poco su idioma nativo, además le incomoda que los turistas observen su estilo de vida y solo el 25.4% casi nada les incomoda de algún modo que los turistas conozcan sus costumbres, además que los turistas lo vean con su vestimenta tradicional ver (Tabla 9 y Figura 03). Además, que el poblador del centro poblado se siente reacio por los operadores turísticos que no contribuyen en proyecciones sociales a la comunidad porque el 43.7% confía poco en las empresas turísticas que visitan su comunidad, además tiene algo en contra de las empresas turísticas. Mientras el 30% totalmente le gustaría trabajar con las empresas turísticas y solo el 25.8% no les gustaría nada trabajar con las empresas turísticas. Esto es reflejado que existe una influencia significativa entre estilo de vida y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Observando que el coeficiente de correlación ( $r = 0,398^{**}$ ), se evidenció una correlación positiva baja, afirmando que a mayor fortalecimiento del estilo de vida aumentara la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas. En este sentido, confirma lo expuesto por Campos, M. (2011) al sustentar, que el Estudiante del VII ciclo de educación secundaria, del Colegio nacional de San José, muestran niveles de identidad cultural en los estudiantes del colegio, donde se encuentran en una escala regular lo que denota un desconocimiento a medias de su legado histórico y étnico. Al igual, el poblador del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku su principal característica cultural que reconocen en su mayoría los jóvenes es la parte de la religiosidad popular como las creencias, valores y ritos del tipo católico como mágico y secular; demostrando que estas manifestaciones son las que se transmiten más en cada nueva generación

Entonces, el objetivo general reflejo que los moradores del Centro Poblado, el 57% representa una identidad cultural totalmente alta. Mientras el 22.5% representa un poco identidad cultural y solo el 20.7% representa nada su identidad cultural. Además, el 60% indica una identidad cultural totalmente alta. Mientras el 22.5% representa un poco identidad cultural y solo el 20.7% representa nada su identidad cultural. A raíz, de estos resultados la significancia bilateral de los datos fue menor que el nivel propuesto ( $p=0.001<0.05$ ), lo que permitió tomar la decisión de rechazar la hipótesis nula, señalando que existe una influencia significativa entre identidad cultural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Observando que el coeficiente de correlación ( $r = 0,712^{**}$ ), se evidenció una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de la identidad cultural aumentara la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas. En este sentido, confirma lo expuesto por Bardález, M. (2005) al sustentar que El turismo como factor de desarrollo socio-económico de la población vinculada a la actividad turística en la provincia de San Martín, es una pieza clave que sirve para el desarrollo socio-económico por ser una fuente de ingresos y generador de empleos dentro de la provincia de San Martín, sin mencionar que es una actividad de gran interés por las personas que buscan explotarlo. La actividad turística tiene una influencia en sectores como el transporte, comercio, servicios y otras más; logrando que se puedan satisfacer las necesidades básicas de quienes participan o se involucran en este ámbito, y también se proyecta que la actividad en un futuro crezca a tal punto que la región. Al igual, que la actividad económica del poblador del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Al respecto, Bartra, C. y Flores, C. (2005) indica el Centro poblado Kechwa Wayku tiene una gran oportunidad para desarrollar la modalidad de turismo vivencial en su comunidad y que además se le puede agregar otras modalidades como el agroturismo para complementar las actividades a ofrecer y exponer. Mientras Chang, E. y Torres, R. (2005) ratifica que existe una gran oportunidad de poder realizarse un turismo sostenible en el centro poblado Comunidad Nativa Kechwa el Wayku en la modalidad de turismo vivencial porque el sitio cuenta con las características propias y necesarias, además de ser un apoyo para la elevar el nivel de la calidad de vida de la población.

Los percances identificados en la investigación, que no alcanzó a resolverse fue la procedencia de los visitantes que indicaron menores afirmaciones con respecto a la identidad cultural, el desglosamiento actividad turística para mejorar la calidad del servicio por rango de edades del visitante. Los Temas que posiblemente pueden recomendarse para otras investigaciones serian identidad cultural como promoción de empleo en los centros poblados, las actividades turísticas como responsabilidad empresarial.

## V. CONCLUSIÓN

- 5.1.** Se concluye en la existencia de una influencia significativa entre festividades, animaciones y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Evidenciándose, una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de las festividades y animaciones aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. A pesar de ello, del 41% de los moradores no participa, en la cual el 29.6% participa poco en activamente en sus festividades locales y solo el 11.3% casi nada siente aprecio hacia sus festividades locales.
- 5.2.** Se concluye que existe una influencia significativa entre cultura material, natural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. Evidenciándose una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de la cultura material y natural aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. Aun que un 25.4% casi nada sabe cómo confeccionar las cerámicas, al igual de cómo realizar artes textiles y mientras el 18.3% poco muestran que tienen algo en contra de que los turistas visiten su comunidad.
- 5.3.** Se concluye en la existencia de una influencia significativa entre estilo de vida y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. Evidenciándose una correlación positiva baja, afirmando que a mayor fortalecimiento del estilo de vida aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. Mientras tanto, el 31% conoce poco sobre sus costumbres, además domina poco su idioma nativa, además le incomoda que los turistas observen su estilo de vida. Además, que el poblador del centro poblado se siente reacio por los operadores turísticos que no contribuyen en proyecciones sociales a la comunidad porque el 43.7% confía poco en las empresas turísticas que visitan su comunidad, además tiene algo en contra de las empresas turísticas. Mientras el 30% totalmente le gustaría trabajar con las empresas turísticas.
- 5.4.** Se concluye que existe una influencia significativa entre identidad cultural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Evidenciándose, una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor

fortalecimiento de la identidad cultural aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. Aunque algunas dimensiones que conforman la variable identidad cultural mostraron tener una relación moderada con la actividad turística, debido principalmente por la perspectiva de los moradores con respecto a los Operadores Turísticos, según la modificación de su estilo de vida.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 6.1. Se recomienda al representante de Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Crear una actividad denominada PON TU CONSTUMBRE EN LA COMUNIDAD KECHWA WAYKU donde estará desarrollada por la participación activa del turista y de los moradores del centro poblado.
  
- 6.2. Se recomienda al representante de Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, proponer a la Municipalidad Provincial de Lamas, organizar a todos los artesanos, para inscribirlos en el Registro Nacional del Artesano – RNA promocionada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, con la finalidad que reciban beneficios como Permitir promocionar y difundir sus eventos y actividades a través del Portal Web Artesanías del Perú, la cual es requisito para participar en los eventos y actividades que promueve el MINCETUR y las DIRCETUR. Podrán recibir boletines mensuales de información privilegiada de actividades de promoción y desarrollo y realizar consultas de índole comercial, legal y tributaria relacionados al sector artesanal; todo a través del Directorio Nacional de Artesanos en el portal Web, el cual es visitado tanto a nivel nacional como internacional. Además de participar cada año a la Feria Perú Mucho Gusto Tumbes 2018.
  
- 6.3. Se recomienda al representante de Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, proponer a la Municipalidad Provincial de Lamas, ceder un espacio para la creación de un programa de radio Noticias KECHWA WAYKU, así como el lanzamiento de Ashi Añane, en TV Perú, donde su finalidad es concientizar y preservar la lengua Asháninka, además de que el magazine busca difundir noticias y saberes ancestrales de esta cultura marginada por siglos.
  
- 6.4. Se recomienda al representante de Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, conjuntamente con la Municipalidad Provincial de Lamas, articular con las Agencias Turísticas y Operadores que realizan el circuito turístico por el centro poblado, la capacitación integral del Plan Nacional de Calidad Turística CALTUR 2017 -2025, difundida por el MINCETUR, con la finalidad de generar calidad de vida al poblador, a través de generación de empleo y fortalecer la relación del poblador, turista y empresario.

## VII. REFERENCIAS

- Aguayo, E. (2006). *Conceptos Básicos de Turismo y su impacto*. Recuperado de: [www.usc.es/economet/Guia-tema3-turismo.pdf](http://www.usc.es/economet/Guia-tema3-turismo.pdf)
- Bermúdez, M. (2000). *Pérdida de Identidades Lingüístico Culturales en el Perú*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://www.antropologia.com.br/arti/colab/a5-mbtapia.pdf>
- Bermúdez, F. (2002). *Módulo de Formación Generalidades del Turismo*. Costa Rica: Instituto Nacional de Aprendizaje, Núcleo de Turismo.
- Bardáles, M. A. (2005). *El turismo como factor de desarrollo socio económico de la población vinculada a la actividad turística en la provincia de San Martín*. (Tesis pre grado) Universidad Nacional De San Martin. Tarapoto, Perú.
- Bartra, C. L. y Flores, C. (2005). *Propuesta de desarrollo del turismo vivencial en el Centro Poblado Comunidad Kechwa Wayku del distrito de Lamas*. (Tesis pre grado). Universidad Nacional De San Martin. Tarapoto, Perú.
- Caal, R. (2013). *La Pérdida de la Identidad Cultural Incide en la Condición de vida Estudio realizado con estudiantes del nivel básico del Instituto Nacional de Educación Básica de Telesecundaria, Las Mojarras, Ixcán, El Quiché*. (Tesis pre grado). Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Campos, M. (2011). *La Identidad Cultural Lambayecana en los estudiantes del VII Ciclo de educación secundaria, del colegio nacional de San José, Chiclayo - Perú*. (Tesis pre grado). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Chiclayo, Perú.
- Castro, K. L. (2012). *Propuesta de un programa de Turismo escolar para el fortalecimiento de la identidad Casmeña de los Estudiantes del 5to Grado a de educación secundaria, del Colegio República de Chile, de Casma, 2013*. (Tesis pre grado). Universidad Católica los Ángeles De Chimbote. Casma, Perú.
- Chang, E. P. y Torres, R. H. (2005). *Potencialidades del Turismo étnico en el Centro Poblado Comunidad Kechwa El Wayku del Distrito de Lamas*. (Tesis pre grado). Universidad Nacional De San Martin. Tarapoto, Perú.
- Carmona, R. R. (2013). *Identidad nacional en el Perú*. Perú: Universidad Alas Peruanas. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos98/la-identidad-nacional/la-identidad-nacional.shtml#importanca>

- De la Torre, O. (2009). *El Turismo. Fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica. Recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search>
- Erazo, L. S. (2013). *Rescate de la tradición oral de los adultos mayores para el fomento del turismo cultural de los cantones Mira y Espejo de la provincia del Carchi*. (Tesis pre grado). Universidad Politécnica Estatal Del Carchi. Tulcan, Ecuador.
- Ibrahim, F.A. y Heuer, J.R. (2015). *Cultural Identity: Components and Assessment*. Springer International Publishing Switzerland. Recuperado de: [http://www.springer.com/cda/content/document/cda\\_downloadaddocume](http://www.springer.com/cda/content/document/cda_downloadaddocume)
- Mas, M. E. y Solis, V. (2005). *La aculturación de la Comunidad Nativa del Centro Poblado Comunidad Quechua Wayku como visión turística*. (Tesis pre grado). Universidad Nacional de San Martín. Tarapoto, Perú.
- Molano, O. L. (2006). *La Identidad Cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial*. Perú: Territorios con identidad cultural. Recuperado de: <https://ecaths1.s3.amazonaws.com/historiaregional/1854370848.identidad>
- Montes, R. (2010). *Ensayo sobre la identidad*. Revista Digit@l Eduinnova. Recuperado de: <http://www.eduinnova.es/oct2010/oct19.pdf>
- MINCETUR. (2007). *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Perú: MINCETUR.
- Pereiro, X. (2013, 3 de diciembre). *Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina*. Revista Española de Antropología Americana. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/REAA/article/download/4>
- Tourism information and research centre TIARC. (2009). *Tourism Defenitions*. MAS CENTRE. Recuperado de: <http://tsdb.mas.gov.sa/homepage/english/Tourism%20Defeniti>
- Viñals, M. (2002). *Turismo en espacios naturales y rurales*. (2ª ed.). Universidad Politécnica de Valencia.
- Vélez, E. (2016). *Diagnóstico de la Pérdida de Identidad Cultural de los Montuvios de la Comunidad "Sasay Adentro" del Cantón Santa Ana en los últimos 2 años*. (Tesis pre grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador.

# Anexo

## Matriz de consistencia

**Título:** Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Teorías relacionadas al tema											
<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es la relación entre la Identidad Cultural y la Actividad Turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuál es la relación entre actividad turística y la dimensión Festividades y animaciones de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018? ¿Cuál es la relación entre actividad turística y la dimensión cultural material y natural de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018? ¿Cuál es la relación entre actividad turística y la dimensión estilo de Vida de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la relación entre la Identidad Cultural y la Actividad Turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Evaluar la relación entre actividad turística y la dimensión Festividades y animaciones de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. Analizar la relación entre actividad turística y la dimensión cultural material y natural de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. Establecer la relación entre actividad turística y la dimensión estilo de Vida de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Hi: La Identidad Cultural tiene una relación directa y significativa con la Actividad Turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. Ho: La Identidad Cultural no tiene una relación directa y significativa con la Actividad Turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> H1. Existe una influencia significativa entre actividad turística y la dimensión Festividades y animaciones de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. H2. Existe una influencia significativa entre actividad turística y la dimensión cultural material y natural de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. H3. Existe una influencia significativa entre actividad turística y la dimensión estilo de Vida de la identidad cultural, en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.</p>	<p><b>Identidad cultural</b> Definición Conceptual.- Conjunto de valores, que proporcionan un significado simbólico a la vida de las personas, reforzando su sentimiento como individuos y su sentimiento de pertenencia. (Montes, 2010, p. 67) Definición operacional.- Para evaluar el nivel de desempeño laboral se tomara como modelo el cuestionario de Rollano (2016) quien lo distribuye en seis dimensiones con veinte y cuatro preguntas en una escala de Likert.</p> <p><b>Actividad turística</b> La calidad de un producto o servicio no puede definirse fácilmente, por ser una apreciación subjetiva; sin embargo se puede decir que es la percepción que el cliente tiene del mismo. (Torres y Vásquez, 2015, pág. 74).</p>											
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones												
<p>El diseño de estudio fue descriptiva correlacional, debido a que se basa en la recolección de datos sobre la base de una hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Dónde:</p> <p>M = pobladores del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku O1 = Variable 1 “Identidad Cultural O2 = Variable 2 “Actividad Turística r = Incidencia</p>	<p><b>Población</b> La población tomada para la investigación, estará conformada por 3432 personas de 20 a 49 años de edad dentro del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku.</p> <p><b>Muestra</b> La muestra estará representada por 71 personas de 20 a 49 años de edad dentro del Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku,</p>	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Variables</th> <th style="text-align: center;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Identidad cultural</td> <td style="text-align: center;">Festividades y animaciones</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Cultura material y natural</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Estilo de vida</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Actividad turística</td> <td style="text-align: center;">Oferta turística</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Demanda Turística</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Operadores Turísticos</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Identidad cultural	Festividades y animaciones	Cultura material y natural	Estilo de vida	Actividad turística	Oferta turística	Demanda Turística	Operadores Turísticos	<p>Para evaluar el nivel de calidad del servicio se tomara como modelo el cuestionario de Dorado (2016) quien lo distribuye en cinco dimensiones con trece preguntas en una escala de Likert.</p> <p><b>Técnica e Instrumentos</b> La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario.</p>
Variables	Dimensiones													
Identidad cultural	Festividades y animaciones													
	Cultura material y natural													
	Estilo de vida													
Actividad turística	Oferta turística													
	Demanda Turística													
	Operadores Turísticos													

## Instrumentos de recolección de datos

### INSTRUMENTO PARA MEDIR LA VARIABLE: IDENTIDAD CULTURAL

#### CUESTIONARIO

**Objetivo:** La presente encuesta tiene por objetivo evaluar la identidad cultural en cuanto a su relación con la actividad turística se refiere en el centro poblado comunidad nativa kechwa wayco.

**Instrucciones:** El presente Cuestionario muestra una serie de preguntas donde debes responder con sinceridad(x) a la que se ajusta a la verdad para ello debe tener en cuenta lo siguiente:

Le rogamos ser muy objetivos en sus respuestas, este cuestionario para su conocimiento es anónimo, marque con una x según el cuadro de apreciación

TOTALMENTE	(1)
POCO	(2)
NADA	(3)

#### I. IDENTIDAD CULTURAL

N°	CUESTIONARIO	ESCALAS		
		TOTALMENTE	POCO	NADA
	<b>FESTIVIDADES Y ANIMACIONES</b>			
1	¿Conoce acerca de sus festividades o celebraciones locales?			
2	¿Siente aprecio hacia sus festividades o celebraciones locales?			
3	¿Participa activamente en sus festividades o celebraciones locales?			
4	¿se siente orgulloso y valora sus fiestas o celebraciones locales?			
	<b>CULTURA MATERIAL Y NATURAL</b>			
5	¿Conoce acerca de la historia de su comunidad?			
6	¿Conoce todo lo referente a las bebidas típicas de su comunidad?			
7	¿Conoce todo lo referente de los platos típicos de su comunidad?			
8	¿Sabe confeccionar las cerámicas?			
9	¿Sabe realizar artes textiles?			
10	¿Conoce cuáles son sus sitios naturales y turísticos de su comunidad?			
11	¿Valora su legado cultural, material y natural?			
	<b>ESTILO DE VIDA</b>			
12	¿conoce todo acerca de sus costumbres?			
13	¿Le afecta o incomoda de algún modo que los turistas conozcan sus costumbres?			
14	¿Conoce domina su lengua nativa?			
15	¿Le afecta o incomoda que los turistas lo vean con su vestimenta tradicional?			
16	¿Le gustaría vestir ropa común como los turistas, en lugar de su vestimenta tradicional?			
17	¿Le gustaría tener artefactos tecnológicos (celular, Tablet, laptop, tv, etc.). Como los turistas que visitan su comunidad?			
18	¿Le afecta o incomoda que los turistas observen su estilo de vida?			
19	¿Valora su forma de vida cotidiana?			

## **INSTRUMENTO PARA MEDIR LA VARIABLE: ACTIVIDAD TURISTICA**

### **CUESTIONARIO**

**Objetivo:** la presente encuesta tiene por objetivo evaluar la actividad turística en cuanto a su relación con la identidad cultural se refiere en el centro poblado comunidad nativa kechwa wayco.

**Instrucciones:** El presente Cuestionario muestra una serie de preguntas donde debes responder con sinceridad(x) a la que se ajusta a la verdad para ello debe tener en cuenta lo siguiente:

Le rogamos ser muy objetivos en sus respuestas, este cuestionario para su conocimiento es anónimo, marque con una x según el cuadro de apreciación

MUY EFICIENTE	(1)
DEFICIENTE	(2)
ACEPTABLE	(3)
BUENA	(4)
EXCELENTE	(5)

### **II.ACTIVIDAD TURISTICA**

N°	CUESTIONARIO	ESCALAS				
	<b>OFERTA TURISTICA</b>					
1	¿Conoce que los visitantes valoran sus actividades turísticas?					
2	¿Siente que los turistas aprecian los sitios arquitectónicos de su localidad?					
3	¿Creen que los turistas valoran su servicio de hospedaje?					
4	¿Creen que los turistas valoran sus comidas y bebidas?					
5	¿Considera que los visitantes valoran su comunidad cuando lo visitan?					
	<b>DEMANDA TURISTICA</b>					
6	¿Tiene algo en contra de que los turistas visiten su comunidad?					
7	¿Les parece bien que los turistas participen de sus actividades?					
8	¿Le gusta que los turistas aprecien sus expresiones artísticas (cerámicas, danzas, textilera, etc.)?					
	<b>OPERADORES TURISTICOS</b>					
9	¿Tiene algo contra las empresas turísticas?					
10	¿Confía en las empresas turísticas que visita su comunidad?					
11	¿Le gustaría trabajar con las empresas turísticas?					

## Validación de instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

#### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : GUSTAVO RAMIREZ GARCIA  
 Institución donde labora : ESCUELA POST GRADO UCV  
 Especialidad : DOCTOR EN EDUCACION  
 Instrumento de evaluación : ENCUESTA  
 Autor (s) del instrumento (s) : LUCY ABIGAIL RAMIREZ CABRERA

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					44	

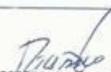
(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

*Las categorías investigativas son coherentes, por lo que el instrumento puede aplicarse.*

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.4 (BUENA)

Tarapoto 19 de septiembre de 2018

  
 .....  
 Dr. Gustavo Ramirez Garcia  
 DNI. 01105463

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : TOMAS COTRINA TRIGOZO  
 Institución donde labora : MUNICIPALIDAD PROV. LAMAS  
 Especialidad : MAESTRO EN GESTION PUBLICA  
 Instrumento de evaluación : ENCUESTA  
 Autor (s) del instrumento (s) : LUCY ABIGAIL RAMIREZ CABRERA

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>44</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

LAS CARACTERÍSTICAS INVESTIGATIVAS SON COHERENTES,  
POR LO QUE EL INSTRUMENTO PUEDE APLICARSE

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Tarapoto 19 de septiembre de 2018





## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : TOMAS COTRINA TRIGOZO  
 Institución donde labora : MUNICIPALIDAD PROV. LAMAS  
 Especialidad : MAESTRO EN GESTION PUBLICA  
 Instrumento de evaluación : ENCUESTA  
 Autor (s) del instrumento (s) : LUCY ABIGAIL RAMIREZ CABRERA

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>ACTIVIDAD TURISTICA</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>ACTIVIDAD TURISTICA</b>					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>ACTIVIDAD TURISTICA</b>				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					44	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente", sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

## II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

ES APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Tarapoto 19 de septiembre de 2018



**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**
**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : FRETZ AREVALO ZEA  
 Institución donde labora : UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO  
 Especialidad : MAESTRO EN GESTION PUBLICA  
 Instrumento de evaluación : ENCUESTA  
 Autor (s) del instrumento (s) : LUCY ABIGAIL RAMIREZ CABRERA

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>ACTIVIDAD TURISTICA</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>ACTIVIDAD TURISTICA</b>				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>ACTIVIDAD TURISTICA</b>				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					4	4

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

LAS DIMENSIONES E INDICADORES SON COHERENTES  
POR LO QUE EL INSTRUMENTO ES APLICABLE.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Tarapoto 20 de septiembre de 2018



Lic. Fretz Arevalo Zea  
 REG. CLT. N° 10-009

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : FRETZ AREVALO ZEA  
 Institución donde labora : UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO  
 Especialidad : MAESTRO EN GESTION PUBLICA  
 Instrumento de evaluación : ENCUESTA  
 Autor (s) del instrumento (s) : LUCY ABIGAIL RAMIREZ CABRERA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>IDENTIDAD CULTURAL</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

LAS CATEGORÍAS INVESTIGATIVAS SON COHERENTES,  
POR LO QUE EL INSTRUMENTO PUEDE APLICARSE

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Tarapoto 20 de septiembre de 2018



Lic. Fretz Arevalo Zea  
 REG. CLT. N° 10-009

### Prueba de Confiabilidad

Resumen de procesamiento de casos variable identidad cultural				Estadísticas de fiabilidad variable identidad cultural	
		N	%		
Casos	Válido	30	100,0	Alfa de Cronbach	N de elementos
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0		
	Total	30	100,0		
				,812	30

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de total de elemento variable identidad cultural				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítems 0001	85,20	38,626	,526	,801
Ítems 0002	84,90	34,964	,638	,788
Ítems 0003	84,70	38,062	,369	,805
Ítems 0004	84,55	38,203	,331	,807
Ítems 0005	85,10	39,682	,212	,812
Ítems 0006	84,75	38,346	,416	,803
Ítems 0007	84,95	38,818	,256	,811
Ítems 0008	84,80	38,728	,262	,811
Ítems 0009	84,55	38,408	,266	,811
Ítems 0010	84,85	34,695	,716	,784
Ítems 0011	84,35	37,259	,462	,800
Ítems 0012	84,90	38,451	,282	,810
Ítems 0013	84,70	38,779	,206	,815
Ítems 0014	84,80	38,215	,324	,807
Ítems 0015	84,35	39,515	,149	,817
Ítems 0016	84,85	40,131	,132	,815
Ítems 0017	84,35	35,926	,564	,794
Ítems 0018	85,20	38,626	,526	,801
Ítems 0019	84,90	34,964	,638	,788

<b>Resumen de procesamiento de casos variable actividad turística</b>			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad variable actividad turística</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,733	30

<b>Estadísticas de total de elemento variable actividad turística</b>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítems 0001	52,2500	15,269	,132	,744
Ítems 0002	51,8750	16,881	-,177	,764
Ítems 0003	52,5000	14,308	,428	,710
Ítems 0004	52,2000	14,472	,339	,719
Ítems 0005	52,4750	13,692	,621	,691
Ítems 0006	52,3750	12,958	,563	,688
Ítems 0007	52,0250	15,153	,134	,746
Ítems 0008	52,1250	13,804	,436	,707
Ítems 0009	51,7500	15,474	,178	,734
Ítems 0010	52,2750	14,256	,345	,718
Ítems 0011	52,1000	13,272	,477	,701



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, Mg. Robin Alexander Díaz Saavedra docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, filial Tarapoto, revisor de la tesis titulada

"IDENTIDAD CULTURAL Y ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CENTRO POBLADO COMUNIDAD NATIVA KECHWA WAYKU, LAMAS - 2018", de la estudiante LUCY ABIGAIL RAMIREZ CABRERA constato que la investigación tiene un índice de similitud de **27%** 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.

Lugar y fecha 28 de junio del 2019

**Lic. Robin A. Díaz Saavedra**  
MARKETING E INTERNACIONALES  
AL. INVESTIGACIÓN Y CALIDAD DEPARTAMENTO

Robín Alexander Díaz Saavedra  
DNI: 44970126

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



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

"Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad  
Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018"

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

AUTORA:  
Lucy Abigail Ramírez Cabrera

ASESOR:  
Mg. Richard Foster Horna Rodríguez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**Resumen de coincidencias**

**27 %**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	15 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4 %
3	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	2 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
5	biblioteca.usac.edu.gt Fuente de Internet	1 %
6	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
7	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	<1 %
8	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



**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 Lucy Abigail Ramirez Cabrera identificado con DNI N° 46127365 egresado de la Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 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: 46127365

FECHA: 21 de mayo del 2019

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



# 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:

*Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara*

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

*Lucy Abigail Ramírez Cabrera*

INFORME TITULADO:

*"Identidad Cultural y Actividad Turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018"*

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO ACADÉMICO DE:

*Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería.*

SUSTENTADO EN FECHA: *15 de diciembre de 2018*

NOTA O MENCIÓN: *13*

---

*Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara*  
DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN  
UCV - TARAPOTO