



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Conciencia turística y valoración del turismo rural en el Complejo  
Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, 2019

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

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORA:**

Ruiz Torres, Zenaida Lizeth (ORCID: 0000-0003-2458-8278)

**ASESOR:**

Mg. Huamaní Paliza, Frank (ORCID: 0000-0003-3382-1246)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Patrimonio y Recursos Turísticos

**LIMA - PERÚ**

**2019**

### **Dedicatoria**

A mi abuela Leonor Sánchez Bernal y a mis padres Zenaida Torres Sánchez y Juan Carlos Ruiz Dulanto ya que ellos me impulsaron para terminar con este primer gran camino que es la universidad. A Leonardo Paredes Espinoza, sin él no hubiera podido llegar a Rupac, su motivación a su estilo hizo posible que pueda lograr llegar después de 4 largas e interminables horas de caminata al complejo y así poder culminar con la fase de resultados

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios ante todo porque no me dejó rendirme, que me guió y me mostró el camino correcto para poder culminar con este gran paso. A mi Asesor Frank Huamaní por su apoyo incondicional, su paciencia, su tiempo y sus conocimientos. Por otro lado agradecer a mi pareja que me motivó cada día para poder lograr mis sueños, mis objetivos y mi primera meta que es LICENCIARME. Así mismo a mis hermanos, para darles las fuerzas de que todo se puede con dedicación y mucho esfuerzo.

Un agradecimiento en especial a los pobladores del pueblo de la Florida y Pampas quien gustosamente accedieron a las entrevistas que se realizó para los resultados de esta investigación.

## **Página del jurado**

## **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Zenaida Lizeth Ruiz Torres con DNI N° 72630350, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el procedimiento de la Oficina de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaña al informe de investigación es veraz y autentica. De la tesis titulada “Conciencia Turística y Valoración del Turismo Rural en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, 2019”

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

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

Lima, 19 de diciembre 2019.



---

Zenaida Lizeth Ruiz Torres  
DNI N°: 72630350

## Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO.....	17
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	17
2.2. Operacionalización de variables .....	17
2.3. Población, muestra y muestreo .....	20
2.4. Técnica de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	20
2.5. Procedimientos.....	21
2.6. Análisis de datos .....	21
2.7. Aspectos éticos .....	22
III. RESULTADOS .....	23
IV. DISCUSIÓN.....	67
V. CONCLUSIONES .....	74
VI. RECOMENDACIONES .....	75
REFERENCIAS .....	76
ANEXOS .....	81

## Resumen

El presente trabajo busco determinar la relación que existe entre la Conciencia Turística y la Valoración del Turismo Rural en el complejo Arqueológico Rupac, partimos formulándonos la pregunta de ¿Qué relación existe entre la conciencia turística y la valoración del turismo Rural en el complejo Arqueológico Rupac? Así mismo la dimensión de la primera variable Conciencia Turística, conocimiento del potencial turístico, Participación en actividades turísticas, sentido de pertenencia, y por la segunda variable que es la valoración del turismo Rural, atractivo, Autenticidad, Singularidad turística, Multiplicidad de actividades, nos basamos en la teoría de Sosa (2004) para nuestra primera variable y para la segunda la teoría de Crosby (2009), para ello se realizó un Enfoque Cuantitativo, de tipo Aplicada de nivel Descriptivo – Correlacional, usamos el instrumento Cuestionario a 100 pobladores de las comunidades campesinas de Pampas y La Florida. Los resultados mostraron que si existe relación entre la conciencia turística y la valoración del Turismo Rural en el complejo Arqueológico Rupac, se sugiere implementar más actividades turísticas para que el poblador pueda interactuar con los turistas que llegan al Complejo Arqueológico.

**Palabras Claves:** Conciencia Turística, Valoración del turismo Rural, relación, poblador, conocimiento.

## **Abstract**

The present work sought to determine the relationship that exists between the Tourist Consciousness and the Assessment of Rural Tourism in the Rupac Archaeological complex, we start by asking ourselves the question: What is the relationship between tourism awareness and the assessment of Rural tourism in the Rupac Archaeological complex? Likewise, the dimension of the first variable Tourist Awareness, knowledge of tourism potential, Participation in tourist activities, sense of belonging, and by the second variable that is the assessment of Rural tourism, attractiveness, Authenticity, Tourist singularity, Multiplicity of activities, we based on the Sosa theory (2004) for our first variable and for the second one the Crosby theory (2009), for this a Quantitative Approach was carried out, of Applied type of Descriptive - Correlational level, we used the Questionnaire instrument to 100 inhabitants of the rural communities of Pampas and La Florida. The results showed that if there is a relationship between tourism awareness and the valuation of Rural Tourism in the Rupac Archaeological complex, it is suggested that more tourist activities be implemented so that the population can interact with tourists arriving at the Archaeological Complex.

**Keywords:** Tourist Awareness, Tourism valuation, relationship, population, knowledge.



## I. INTRODUCCIÓN

Con respecto a nuestra aproximación temática podemos decir que la hospitalidad turística constituye la piedra angular de la actividad del Loisir, por ende, resulta fundamental que tanto los involucrados directamente como los indirectamente estén identificados y asuman un papel activo en la gestión turística de su entorno, por ello la conciencia turística de los pobladores locales y los turistas, ha aumentado un 18% en la afluencia de distintos destinos mundialmente, gracias a que la Organización Mundial del Turismo (OMT) está lanzando una campaña llamada Travel Enjoy Respect por distintas partes del mundo para crear conciencia del turismo sostenible para que así se pueda crear conciencia sobre el valor y la contribución que puede proporcionar el turismo sostenible al desarrollo del lugar (Hosteltur, 2017, párr.1-2).

Así mismo, uno de los trascendentales soportes de la economía mundial sigue siendo el ocio. Así lo confirman los 9 años de crecimiento del sector turístico, que al terminar el 2017 se desplazaron 1.322 millones de turistas internacionales. En el 2018, incrementó un 7% según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018, párr.1-12).

A nivel internacional, se puede decir que uno de los países latinoamericanos con peor conciencia turística es Colombia, así mismo, afirma que ha disminuido un 5% el pernocte de turistas en el país, puesto que la mala imagen y el mal comportamiento de los mismos ciudadanos colombianos hace que los atractivos como lo es San Andrés se estén deteriorando. En efecto, se dice que están poblados de automóviles, motos, así como también de desperdicios y animales rastroso (González, 2014, párr. 12-14).

En relación al ámbito nacional en Ica, especialmente en las Líneas de Nazca ha disminuido en estos tiempos la cifra de turistas que visitan dicho lugar por motivo de la mala conciencia turística que tiene la población de los alrededores, así mismo cuenta con la mala actitud de algunos visitantes que acuden al lugar solo para causar desperfectos tales como el atentado que sufrió por parte de Greenpeace, quien fue notificado a la Unesco de dicho daño. Esta actividad fue castigada con 8 años de prisión, tal como lo sostiene el ex-vice ministro de Cultura Luis Castillo, para quien es imposible reparar cualquier perjuicio en esta zona declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad (Perú21, 2014, párr. 1-3).

Por otro lado, en Lima se hizo una campaña sobre la conciencia turística, se estima que esto contribuirá un 15% en el desarrollo de todo el país. Por consiguiente, La ex-vice ministra de Turismo Claudia Cornejo, indicó que es necesario que la población sea consciente de cómo tratar al turista, ya que esto hará que los recomiende y puedan ellos

mismos regresar al lugar. Esto se puede conseguir con ayuda de empresas privadas para la capacitación e información que se tiene que dar a la población, puesto que, la mayoría de residentes tienen vocación para recibir a los turistas de la mejor manera solo necesitan un poco más de inducción (Hurtado, 2012, párr. 1-7).

Por consiguiente, apreciamos que la mala conciencia turística hace que un país no se desarrolle favorablemente, si no sucede todo lo contrario, retrasa y hace que disminuya la afluencia turística en un determinado espacio geográfico, por tanto teniendo en Lima un complejo arqueológico considerado como el Machu Picchu de Lima, ubicado en la sierra de Huaral llamado “Rúpac”, este complejo debido a estar mal cuidado, con escasa seguridad para los turistas, con algunos desperfectos, con la mínima capacitación de los receptores, los pocos visitantes que acuden al lugar a pesar de la gran belleza del lugar se van decepcionados por lo que estudiar la relación entre la conciencia turística y valoración del turismo en los pobladores aledaños a la zona se vuelve vital para la conservación y difusión de la misma que a larga podría beneficiar a los propios residentes. De modo similar el estudio de esta se vuelve trascendente sobre todo para desarrollar un turismo rural debidamente planificado y sostenible, basado en la aportación de las comunidades anfitrionas para su beneficio, tal como lo define MINCETUR (2008, p. 4). Por todo ello, nuestra problemática a abordar será, qué relación existente entre la conciencia turística y la valoración del turismo en el complejo Arqueológico de Rúpac.

A nivel internacional, diversos autores han escrito sobre nuestro tema, entre los más destacados tenemos a Menoya, Gómez, Pérez y Cándano (2017), *Modelo basado en enfoque de cadena de valor para gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística*, en la que buscaron crear un diseño de modelo de gestión turística a partir de la autoridad local en municipios con vocación hacia el turismo, que coadyuve a alcanzar el enlace de los procedimientos gestores de turismo y el desarrollo local en los municipios de Cuba. Se realizó un diagnóstico teórico que se fundamentó en analizar los modelos gestores de desarrollo local y gestores turísticos territoriales, no solo a nivel de Cuba, sino también internacional. El diagnóstico experimental se fundamentó en el uso de fuentes informativas de nivel primario y secundario. Se llegó a la conclusión que la cadena valorativa constituye una perspectiva oportuna en la indagación de los vínculos óptimos que se deben dar entre los múltiples sistemas valorativos que convergen en un sitio con vocación turística, ya que posibilita la asimilación de la complicación e inclinación de la actividad turística

como actividad económica y brinda instrumentos para comprender a los MVT como sistemas integradores de valor, con capacidad para fortalecer el desarrollo nacional, regional y local.

Por otro lado, Lekaota (2017), elaboró una investigación titulada *Awareness and education about sustainable tourism in Katse and Mohale tourism development areas in Lesotho (Conciencia y educación sobre el turismo sostenible en el desarrollo turístico en katse y Mohale áreas en Lesotho)*, en la que buscó medir el grado de conocimientos, así como de conciencia de la población local respecto al turismo. Para ello, empleó, el enfoque cuantitativo, empleando el tipo de muestreo por conveniencia. Se utilizó el cuestionario como instrumento, con lo cual se concluyó que la población de las comunidades, carecía en su mayor parte de conocimientos acerca de la actividad turística. Así mismo, se pudo evidenciar que las bondades turísticas no se repartían equitativamente entre los pobladores, además, a algunos pobladores les resultaba difícil distinguir el tipo de turista que los visitaba, generándose una experiencia insatisfactoria en los turistas.

Asimismo, Gil & Dolores (2016), en su investigación *La estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos Rurales. Caso de estudio: el valle de Ricote*, tuvieron por objetivo, la satisfacción de los intereses de municipios específicos, sin la delimitación correcta de los destinos turísticos y sin el desarrollo de un plan integral, que coadyuve a establecer un destino turístico constituido y competitivo. Se desarrolló una metodología de fuentes secundarias en la que destacan bases de datos, asimismo, se realizó un trabajo de campo. Se llegó a la conclusión que el desarrollo de los planes de desarrollo turístico, demanda de recursos humanos y financieros, que deben ser rentabilizados. Para determinar si todo el esfuerzo invertido en esos planes generan los resultados esperados, se necesita de indicadores de medida adecuados que posibiliten la evaluación de su eficacia y el alcance de sus objetivos.

Además, Pulido y López (2016), en su estudio *La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas*, tuvo por finalidad, la construcción de un marco analítico progresista del turismo desde una visión integral y holística, y la identificación de las normativas a enunciar para integrar la sostenibilidad como una propiedad táctica para gestionar turísticamente, y posicionar los

destinos en el mercado. Para revelar la utilidad del instrumento, se tomó el caso de España, uno de los principales destinos del mundo, con destinos muy consolidados y con un modelo que hoy en día es calificado por la literatura científica como desfasado y gastado, que demanda una innovación. Por ello, se realizó un análisis Delphi con especialistas reconocidos. Se concluyó el estudio con la detección de los elementos impulsores o condicionantes del surgimiento de valor desde la perspectiva de la sostenibilidad, lo que apoyará, en una segunda fase, el diseño de la agenda táctica de normativas encaminadas a reforzar las capacidades de España para crear valor a la medida de las cadenas.

En cuanto a Delgado y Pantoja (2016), en su estudio *Valor del paisaje en una propuesta de turismo sostenible: la “ruta del oro”, Nariño (Colombia)*, buscó realizar una aportación al proceso de distinción de los lugares más destacados para formar parte de una propuesta turística que tenga como elemento principal a la sostenibilidad llamada “Ruta del oro”. Para esto, se empleó el método analítico, con la posterior determinación de los lugares con más potencial para formar parte de la propuesta señalada. Según lo indicado, se hizo una subdivisión del sistema, principalmente del paisaje, en algunos elementos, cuyo valor individual dio por defecto, el valor del grupo. De acuerdo a los resultados que se obtuvieron, se llegó a la conclusión que la metodología del estudio, se puede replicar para otros ejemplos de diseño de proposición turística o también de ordenamiento territorial.

De otro lado, Cameron (2016), en su trabajo *Tourism Awareness and its impact on conservancy management strategies in Namibia: A Case Study Of The Tsiseb Conservancy (Conciencia turística y su impacto en la conservación y estrategias de gestión en Namibia: Un Estudio De Caso De La Conservación De Tsiseb)*, tuvo como fin, la identificación y análisis de los factores influyentes en la conservación de la conciencia en las poblaciones locales de la zona investigada. Por ello, se empleó un estudio cualitativo y cuantitativo, con un tipo de muestreo intencional, se utilizó el cuestionario como instrumento de recopilación de datos. Se concluyó que se debe reforzar tanto la formación como las habilidades de las comunidades locales para mejorar el grado de conocimiento y coadyuvar al desarrollo de la población para que así, se puedan alcanzar las metas propuestas.

Asimismo, Manzanilla (2015), en su estudio *La cadena global de valor de turismo (CGVT) de la isla de Cozume, México. Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de*

contaduría y Administración- México, D.F., *tuvo como objetivo* desarrollar la cadena universal valorativa de turismo CGVT de Cozumel, detectar y caracterizar los factores que intervienen en el turismo para comprender su inclusión en la cadena global, y elegir los que urgen ser reforzados y son óptimos para escalar, desarrollando la metodología para la recopilación de datos, la evaluación y poder distribuir en redes académicas lo investigado se optó por el Manual de Desarrollo Económico local y Cadenas Globales de Valor, aplicado al turismo.

El turismo sustentable se fundamentó en las instituciones internacionales y en los indicadores operativos de SECTUR. Concluyendo en la consideración como destino turístico sustentable al que tiene una normativa de desarrollo que incluya actividades que consoliden los distintos factores locales para minimizar la dependencia en la economía, y producir beneficios en el ámbito ambiental y sociocultural.

En relación a Santa Cruz, Domínguez y Gonzales (2015), El turismo de naturaleza y el desarrollo ambiental sostenible, Guayaquil (Colombia), buscaron reforzar el desarrollo para complacer los requerimientos de las actuales generaciones, sin arriesgar las capacidades de las futuras generaciones. A través del método analítico, se determinó de manera sistemática, el nivel de importancia de cada uno de ellos para el establecimiento de proyectos y planes de desarrollo turísticos en áreas naturales sostenibles. Se concluyó con los resultados obtenidos, los cuales demostraron la trascendencia de la relación humedal-comunidad para el favorecimiento del medio ambiente mediante la gestión ambiental en la pequeña área investigada.

Con respecto al ámbito nacional, contamos con autores como Milla (2019), con su estudio Identidad Cultural y conciencia turística en la población de la ciudad de Canta, en donde tuvo como propósito, la identificación de la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores de la ciudad de Canta, por lo que realizó una investigación cualitativa, de diseño no experimental, y nivel descriptivo-correlacional que le permitió concluir que sí existe relación entre la identidad cultural y la conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Canta, revelando que el 80% de la población están identificados con sus recursos naturales y culturales, y son conscientes de la relevancia de la actividad turística para su desarrollo, demostrando tener conocimientos, hospitalidad y buena actitud respecto a los visitantes. De otro lado, se requiere trabajo conjunto entre la

autoridad local, prestador de servicios y poblador para consolidar la identidad cultural, así como la conciencia turística de la población canteña.

Por lo que se refiere a Núñez (2018), en su investigación Conciencia turística y desarrollo sostenible en la playa Centinela del distrito de Huaura, tuvo por finalidad, la determinación de la manera en la que la conciencia turística se relaciona con el desarrollo sostenible de la playa Centinela, distrito de Huara. Se empleó un enfoque cuantitativo, con el método de muestreo probabilístico, aplicando el cuestionario como instrumento. Se pudo concluir que el 53% de los encuestados cuenta con un grado medio de conciencia turística, sobre el desarrollo sostenible, el 79% de los encuestados representa el nivel alto. Por tanto, con la investigación, se demostró que la conciencia turística se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible de la playa Centinela, del distrito de Huaura. Cabe señalar además, que los pobladores de dicho lugar no tienen una orientación y/o capacitación para poder ser buenos anfitriones, por lo que se espera que empresas privadas y públicas se pronuncien para que así no pueda disminuir la afluencia turística en dicho lugar.

Esta investigación describe a la conciencia turística y valoración del turismo Rural en el complejo Arqueológico Rúpac-Huaral. Enfocándose en la relación que existe entre estas dos variables, para ello, tenemos algunas teorías relacionadas a nuestro tema, por consiguiente, sobre la conciencia se han escrito diversas perspectivas, tales como que esta es el espacio donde se forma las normas y criterios de las acciones que tomamos, así mismo para el ámbito cristiano es escuchar la voz interna que tenemos cualesquiera de nosotros. Por otro lado, describir la valoración del turismo se hace vital para nuestra investigación, ya que nos muestra diferentes puntos de vista de autores y esto amerita una investigación más completa y compleja.

Con Respecto a nuestro Marco Teórico tenemos a la Organización Mundial del Turismo (1994, p. 3), aún vigente dicha definición menciona que el turismo es una actividad social, económica y cultural que está comprendida por actividades vinculadas con el desplazamiento de los individuos en cada viaje y estancia en los sitios que están fuera del lugar donde viven habitualmente, por razones personales, el periodo debe ser menos a un año. Por tanto, de acuerdo a la OMT, hay tres factores fundamentales para entender la actividad turística, y que a su vez, puede ser motivo del viaje de las personas desde su lugar de residencia habitual.

De otro lado, según Fuller (2010, p. 34), el turismo constituye una de las industrias con más crecimiento de los últimos decenios en el Perú. Todavía más, este sector se presenta como una alternativa para desarrollar los sitios rurales y comunidades nativas, así como campesinas, puesto que brinda recursos ya existentes, tales como la historia, cultura, paisaje, restos. La actividad turística ha motivado a diversos turistas tanto nacionales como internacionales a que exista mayor afluencia en nuestro territorio, esto, debido a nuestra geografía, nuestro valor cultural, y el enfoque que se les da hoy en día a las comunidades rurales. Por consiguiente, Noguera (2005, p. 1), dice que la industria turística es una industria mundial, nacional, regional, que tienen una visión clara, orientativa y específica para poder conocer los valores históricos, turísticos y artísticos.

Se puede apreciar que hoy en día, la mayoría de los ciudadanos, no valora lo que tiene en su entorno, en reiteradas ocasiones, hasta los propios ciudadanos dañan los pocos recursos con los que cuenta su localidad, en contraste, si llega un extranjero a un sitio en el que existe una gran cantidad de recursos, atractivos, reflexiona que por el bien de ese lugar se necesita conservarlos, pues sabe que en su país o localidad no hallará estos recursos que tiene el Perú, por lo cual, la ciudadanía debe determinar la valoración de su localidad, y al mismo tiempo asegurarle hospitalidad, seguridad, así como comprensión al turista nacional y receptivo.

En relación a Kriegel (2006, p. 1), expresa que la conciencia es la característica que una persona revela a través de su estado, acontecimientos y procesos mentales, que posibilita que el individuo establezca una interacción con la sociedad y este pueda determinar actos y responsabilizarse de las repercusiones buenas o malas. Consideramos que Kriegel enfatiza a la conciencia solo desde la perspectiva buena o mala por tanto no habla sobre las posibles consecuencias del por qué de las acciones.

Sobre este mismo punto, Olórtegui (1988, p. 118), dice que el desarrollo de una conciencia consolidada, es también resultado de la identificación y sería dependiente de una relación paternal-filial satisfactoria. El cariño de la madre se correlaciona positivamente con la conciencia, los hijos de padres demostrativos de afecto y cariño, tienden en mayor medida al desarrollo de una conciencia consolidada, en mayor nivel que los de padres indiferentes. Notamos que el autor reflexiona de manera similar que Kriegel (2009), personalmente

discrepo con lo que Olórtegui define, puesto que no necesariamente una buena conciencia se adquiere con el amor de los padres, muchas personas que no han tenido familia tienen actitudes positivas en la vida. Sin embargo, puede ser un por qué de dicha conciencia.

Por otro lado, para Arria (1991, p. 6), la conciencia turística es un cúmulo de actitudes y conductas de los miembros de un sitio con características turísticas que humanizan la bienvenida de los turistas mediante la comprensión y la hospitalidad. Conocimiento de los recursos y espacios, que se orientan hacia una convivencia armónica. En efecto, esto es lo que busco con esta investigación, puesto que necesito conocer si la conciencia turística influye en la valoración de la actividad turística. Por consiguiente, las actitudes positivas de una persona son importantes, ya que la recepción que tiene el poblador hacia el visitante es vital para que este se sienta como en casa.

En adición, para Flores e Ishuiza (2007, p. 23), la conciencia turística interviene en el desarrollo turístico, pues es uno de los soportes esenciales para un desarrollo con responsabilidad y sostenibilidad, asimismo, incluye actitudes y/o comportamientos positivos respecto a los turistas, la preservación del medio ambiente, y el restablecimiento de aquellos valores naturales propios y culturales. Apreciamos que este autor nos da a entender casi lo mismo que Arria (1991), pues ambos autores plantean que la conciencia turística son actitudes y conductas positivas vitales para un desarrollo sostenible, esto hará que la afluencia del lugar aumente y la estadía del turista sea mucho más agradable.

Además, Sosa (2004, p. 15), indica que es vital las actitudes y el comportamiento de los ciudadanos respecto a los turistas, ya que la conciencia turística guarda relación con el conocimiento del potencial turístico, la bienvenida, hospitalidad, y el aprovechamiento de los recursos que generen beneficios a la nación. La tarea de cultivar la conciencia turística debe orientarse a buscar que el mismo integre la cultura de la totalidad de los peruanos, para ello, se necesita integrar a la actividad turística, las artesanías y gestiones empresariales. Con respecto a este autor, en lo personal, percibo que tiene una definición completa y precisa, dado que la conciencia turística tiene un vínculo con el conocimiento que podemos tener de un recurso turístico o lugar, esto hace que mientras más se conoce y se valora, más se cuida y conserva.



Por otro lado, la relevancia de la conciencia turística, según Flores e Ishuiza (2007, p. 20), se basa en la siguiente idea; la persona que tiene conciencia turística, cuenta con un conocimiento real y reflexivo de la trascendencia del turismo, que engrandece a la nación, esperando reconocer que es labor de todos y cada uno de los peruanos participar en el logro de tal objetivo. Es vital la recepción de los turistas con amabilidad y cortesía, poner en evidencia la solidaridad personal y buena vibra. Ser amigo del turista no significa una atención interesada o servilismo puro, sino que es una demostración humilde de la tradición de un lugar que es consciente turísticamente. En consecuencia, el respeto para con los turistas, debe traducirse en ser hospitalarios, no ignorarlos, no hacerles desplantes, no dejarlos a la deriva si quieren algo, significa ser educados, profesionales, saber entenderlos, ser atentos y cordiales con ellos.

Coincido en lo que estos autores manifiestan con que es vital el primer contacto con los visitantes, dado que se dice que la primera impresión y trato que recibe una persona es importante para cómo se pueda el turista sentir en dicho momento. Así mismo, esto suma a mi investigación teniendo claro cuáles son los indicadores para tener una mejor conciencia en un lugar determinado.

De acuerdo a lo indicado previamente, se desprende dimensiones e indicadores, que se definirán seguidamente:

Conocimiento del potencial turístico: Para Cardona (2012, p. 332), el grado de conocimiento de los pobladores sobre el aporte del turismo, es muy importante, pues ejerce de algún modo influencia en su actitud hacia la actividad turística, pues, la inquietud de temas de índole local interesa a toda la comunidad, lo cual trae consigo beneficios o problemas para ellos. Como resultado de tal inquietud por los efectos negativos de la actividad turística, es pernicioso, pues ellos muestran comportamientos negativos, en tanto que las problemáticas de la sociedad local, dan paso a una mejora en la actitud, pues consideran que se puede dar solución.

Cabe mencionar que la mayoría de atractivos y recursos turísticos no son conocidos por los mismos pobladores ya sea por la falta de interés de los mismos o de las autoridades locales.

Además, en referencia al conocimiento del potencial turístico, Ginés (2010, p. 10), sostiene que la identificación del potencial turístico consiste en registrar íntegramente la

totalidad de los factores turísticos que según sus particularidades, sea de índole natural, cultural y/o humano, representan un recurso para el turista. Coincido con este autor, ya que siempre hay riesgos, factores tanto positivos como negativos para una acción que pueda enmarcar estos 3 elementos que menciona.

Por lo que se refiere a los indicadores de nuestra primera dimensión, tenemos las siguientes definiciones:

López Sánchez *et. al* (como se citó en Espinoza, Enderica y Caicedo, 2017, p. 141), consideran que los servicios turísticos son elementos complementarios que dan facilidades para efectuar las visitas turísticas, posibilitan así también, el conocimiento de los recursos, y la ejecución de acciones dentro de estos, con el objetivo de brindar experiencias innovadoras a quienes las practican, agregándole un valor extra. Es preciso señalar que los servicios básicos se incluyen en los servicios turísticos.

Además, los recursos turísticos, según Espinoza, Enderica y Caicedo (2017, p. 141) son los recursos de índole natural, cultural y humano, con los que cuentan sitios especiales, con potencial para recibir visitas, pero que todavía no cuentan con instalaciones adecuadas para la atención de turistas. Cabe indicar que el recurso turístico debe tener la capacidad de incentivar el desplazamiento de turistas, constituyendo la motivación una de las bases de la actividad turística.

En cuanto a la participación en la actividad turística, esta se compone de un grupo de acciones que establezcan un vínculo directo o indirecto con la actividad turística, esta a su vez, trae consigo la prestación de servicios turísticos, tales como el transporte, guiado, alimentación, entre otros, osea, ofrece a los turistas, bienes y servicios, cuya función será la complacencia de las demandas y sobrepaso de las expectativas de los turistas. Además, las actividades turísticas tienen implicancias sobre el desarrollo de los productos turísticos, los cuales se transforman en la atracción por el que los turistas quieren que les brinden tales servicios durante su estancia en el destino (Flores e Ishuiza, 2007, p. 25).

Por consiguiente, es vital el habilitamiento de los servicios turísticos según la necesidad de cada turista, ya sea nacional o internacional, a fin de que tengan una estancia cómoda y con ello, generar una mayor afluencia turística, ingreso de divisas y más oportunidades de trabajo. Es por ello que necesitamos de una mayor participación tanto de las autoridades como de los mismos pobladores para que en conjunto se pueda propiciar un desarrollo turístico.

De lo mencionado anteriormente, se desprenden algunos indicadores, que serán definidos a continuación:

El compromiso consiste en la capacidad de cada persona para la toma de conciencia sobre la relevancia de la labor que va a realizar, apoyando de forma voluntaria tanto al desarrollo como al bienestar de su comunidad, transformando las promesas en realidad, mediante un sacrificio permanente para la consecución de los objetivos (Soriano, 2018, p. 29).

Además, Fernández (2008, p. 16), indica que el intercambio cultural consiste en el encuentro social en el que se interrelacionan los dos frentes; turistas y pobladores locales, y en donde paralelamente, se da inicio al contacto y la comunicación, intercambiando nuevas experiencias y maneras de ver la realidad desde otras perspectivas.

Por otro lado, respecto al sentido de pertenencia, es trascendental el conocimiento de los lugares de nuestro país, localidad o comunidad, a fin de la generación de un cambio de actitud y comportamiento en las personas, así como crear estrategias para el bien de las personas, no solo del lugar, sino también del entorno, con el propósito de concientizar a la población mediante capacitaciones por parte del Estado o las municipalidades. De manera prioritaria se debe plantear metas a corto plazo, de manera que la comunidad local valore y proteja su patrimonio, teniendo la información necesaria para dicha acción.

Al hablar de identidad cultural, esta se vincula al sentido de pertenencia respecto a una agrupación social con el que se comparte múltiples aspectos, tales como valores, creencias, y costumbres. Es importante mencionar que la identidad es propiciada por componentes pertenecientes a la antropología, y también a la sociología, captando influencias del exterior de forma permanente (Molano, 2006, p. 12).

De lo mencionado anteriormente, se desprenden algunos indicadores que serán definidos a continuación:

El cuidado ambiental hace referencia a la gestión y aprovechamiento oportuno de los recursos para prevenir perjuicios irremediables, por esta razón, se demanda una labor conjunta para la minimización de las repercusiones ambientales, y el desarrollo de una conciencia ambiental mediante la utilización de productos de menor impacto ambiental (Soriano, 2018, p. 33).

Por último, la hospitalidad, hace referencia a la recepción con cortesía y amabilidad a los que visitan un sitio, el respeto transmitido hacia el turista y el hecho de brindarle todos

los servicios que requiere para su estancia y lograr la satisfacción de sus necesidades, todo ello engloba la hospitalidad, que a su vez es un factor vital, pues la mayoría de las personas al mostrarse con una buena actitud ante los turistas, esperan que los turistas los traten de la misma manera (Soriano, 2018, p. 33).

De otro lado, Rodríguez (2007, p. 28), expresa que la importancia de contar con una conciencia turística, es vital para una capacitación a la comunidad para que la interrelación con los turistas sea buena. Actualmente, la educación y el nivel de cultura que tienen las personas es mayor en comparación a años pasados, esto no quiere decir que anteriormente las personas por no tener un nivel alto de dichos factores tenían actitudes negativas, por lo contrario, cuidaban y preservaban mejor las cosas a su alrededor que esta generación. Por consiguiente, no necesariamente necesitamos tener un buen nivel educacional y cultural para poder preservar nuestro patrimonio. Sin embargo, hoy en día se promociona mucho el cuidado de un lugar por medio de canales de información sea de cualquier índole, esto hace que una mayor población sepa de la importancia de dicho lugar.

Con relación a nuestra segunda variable tenemos al Turismo Rural donde Crosby (2009, p. 23), manifiesta que el turismo rural es un fenómeno, que al mismo tiempo es nuevo y viejo. La atención por la vida en el campo empezó a partir del siglo XIX, esto puede relacionarse con los primeros paquetes turísticos que comenzaron a ofrecerse en las zonas montañosas de Suiza e Italia y otros países europeos. Además, dice que, durante los años sesenta del siglo XX, los países europeos comenzaron a promover el turismo rural relacionándolo con intereses del mercado y nuevas tendencias, del mismo modo crecía el interés la conservación y la preservación de los lugares naturales. De otra parte, el turismo rural integrará una serie de productos, actividades y servicios de índole turístico ofrecidos por gente del campo como los agricultores y campesinos, o sea, los sujetos que habitan en las áreas rurales para captar turistas y visitantes a su zona para la generación de ingresos adicionales a sus labores diarias (Crosby, 2009, p. 24).

Debemos señalar que Crosby no nos define con exactitud el término Turismo Rural, sin embargo, tomé la decisión de citarlo, puesto que me parece de suma importancia saber cuándo se inició dicho tipo de turismo, así mismo, este aporte de Crosby beneficiará a esta investigación, puesto que manifiesta que dentro del turismo rural nos encontraremos con diversas actividades tales como productos y servicios turísticos propios del campo.

Asimismo, Martínez (1999, p.2), sostiene que el turismo rural es aquella actividad

que puede desarrollarse en el entorno rural, congruentes con el desarrollo sostenible, lo cual tiene implicancias sobre la constancia y el aprovechamiento óptimo de los recursos, así como la participación de la población local, la conservación y mejoría del ambiente, en contraste con la definición de alta rentabilidad.

Coincido con dicho autor, pues el desarrollo sostenible es de vital importancia para poder conservar y preservar un área natural, igualmente la incorporación de la población local, puesto que en gran parte de sitios rurales, los prestadores de servicios es la misma población, por lo mismo que conocen dicho lugar.

Según Pulido (2008, p. 53), la valoración del turismo rural, constituye un producto de una determinada comunidad, y así, no solamente requiere de las capacidades de índole empresarial, y de la existencia de negocios turísticos, sino además, de las capacidades de naturaleza comunitaria local, liderazgo local, formación y presencia de agentes que directa o indirectamente están implicados en el desarrollo turístico.

Tanto el lado empresarial como la comunidad deben de ir de la mano, ya que son los dos entes principales que se beneficiarán cuando el espacio rural dé sus frutos, es decir, cuando dicho espacio se vuelva conocido y tenga una mayor demanda. Por consiguiente, se tiene que crear un lazo lo suficientemente fuerte como para saber trabajar en conjunto para el bienestar de todos.

Además, Diez (2001, p. 97), menciona que el medio rural en Perú, así como en toda América Latina, tiene dos aspectos que lo han ido caracterizando con el paso del tiempo; la movilización de la población aunada a la democratización de la sociedad rural, así como el acrecentamiento de la economía de mercado y sus repercusiones respecto a la propiedad y los comportamientos de la economía.

De acuerdo al autor, existen dos aspectos, el primero alude a la movilización de la gente que desde hace varios decenios llegan modificando el vínculo campo-ciudad: por lo cual, la población rural juega su futuro en su lugar de origen. Se ha vuelto más tenue esta relación entre campo y ciudad y entre espacios turísticos. El segundo aspecto es el auge de la economía de mercado, por lo que en los últimos años, hubo grandes cambios en bienes, productos e insumos, pero, también de la mano de obra y el capital.

Es importante mencionar que de acuerdo a Blanco (como se citó en Ochoa, Conde y Maldonado, 2012, p. 10), la valoración turística de los recursos alude a la determinación de una valoración conveniente que ayude a fijar un contraste sobre su calidad turística en recursos del mismo tipo. Por tanto, con la valoración turística, se puede determinar qué

recursos son los que generan un mayor impacto en los turistas y los que representan mejor al destino en términos de imagen, y de calidad, por lo cual se debe poner especial atención y cuidado.

Cabe precisar, el Tourism Center de la Universidad de Minnesota (como se citó en Ochoa, Conde y Maldonado, 2012, p. 12), identificó algunos aspectos para la evaluación de los atractivos turísticos, que se describirán a continuación:

**Atractivo:** Resulta de la mezcla entre lo más distante que el turista está dispuesto a recorrer para conocerlo, del lugar de donde surge y del medio de accesibilidad. El atractivo puede ser primario o secundario. El primero, ha de ser incluido en la estrategia de marketing porque puede captar una corriente turística por sí mismo. El segundo, ofrece posibilidades a los turistas dentro del lugar. Ambos, en la misma medida son relevantes y necesarios.

**Autenticidad:** El turista viaja a sitios específicos por lapsos temporales limitados. Su complacencia incrementará si percibe que su experiencia es auténtica. Los atractivos reales y genuinos, son los que no se han inventado como un paisaje natural o un elemento cultural local, los cuales son inigualables, no pueden ser replicados y son una ventaja competitiva.

**Singularidad:** A raíz de que nuevos lugares se agregan al desarrollo turístico, es vital el hallazgo y desarrollo de productos nuevos. Los lugares que imiten atractivos existentes, no podrán ofrecer nada innovador a los turistas. Por medio del inventario de recursos, se puede detectar varias oportunidades, no obstante, es vital seleccionar varios productos que ofrezcan experiencias innovadoras a los turistas, el proceso es complejo, pero aquello novedoso es lo que capta la atención de los turistas hacia un lugar en específico.

**Multiplicidad de actividades:** La disposición de un solo atractivo no es competente en la mayoría de los casos porque el turista necesita de una variedad de alternativas y opciones que le motiven a permanecer más días o a distraerse más. Se debe tomar en consideración, además, que la oferta de actividades debe ser congruente con los atractivos esenciales, y con los recursos de carácter natural y cultural del lugar.

Por otro lado, esta investigación desea saber qué relación existe entre la conciencia Turística y la valoración del turismo Rural en el complejo arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, 2019.

Así mismo contamos con problemas específicos tales como; ¿Qué relación existe entre el conocimiento del potencial turístico y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019?; ¿Qué relación existe entre la

participación en actividades turísticas y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019?; ¿Qué relación existe entre el sentido de pertenencia y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019?

Con respecto a la Justificación nuestro trabajo determinara la relación que existe entre la Conciencia Turística y el Turismo Rural en el Complejo Arqueológico Rupac en la provincia de Huaral, dicho complejo tiene recursos tanto culturales como naturales muy singulares e importantes que lo diferencian de otros destinos turísticos de lima, lamentablemente estos recursos son poco conocidos y no cuentan con un control económico para que se puedan beneficiar la comunidad completa, esto se debe a que no hay una buena gestión ya que es limitada y no todos los de la comunidad participan, por ello es fundamental que todos los pobladores conozcan lo importante que es el complejo para así poder valorarlo y concientizar a los visitantes sobre este, esto se podría lograr con actividades relacionadas con el comportamiento del turista dentro de Rupac, para que así ellos mismos se den cuenta el daño que pueden causar si tienen una mala conciencia turística.

El complejo Arqueológico Rupac representa un espacio cultural y natural muy importante, tanto así que es comparado y también llamado como Machu Picchu limeño, la mayoría de atractivos y recursos en lima tienen un potencial cultural relevante, pero no es aprovechada por la municipalidad de Huaral, esta entidad puede tomar las recomendaciones que dará nuestro trabajo, para así poder mejorar la gestión, no solo del Complejo Arqueológico Rupac, sino también como Eco Truly Park, La Ex Hacienda Huando y los Baños termales de Collpa entre otros.

Este trabajo toma de base la teoría sobre el comportamiento y las actitudes que generan la conciencia turística de Sosa (2004) y es producto de un exhaustivo análisis de la teoría sobre la conciencia turística y nos permite entender el desarrollo de la misma, Por otro lado tenemos la teoría de Crosby (2009) donde nos define con exactitud el termino sobre la valoración del turismo Rural, esto nos permitió tener una mayor base para investigar dicha variable, asimismo una parte de nuestro instrumento ha sido una adaptación de Soriano (2018) el cual mide la conciencia turística (cuantitativa), por ende lo hemos validado y

adaptado hacia nuestra realidad, por lo cual, puede ser replicado en otros contextos similares.

Finalmente, esta investigación ha buscado determinar de manera objetiva la relación que existe entre la conciencia turística y el complejo Arqueológico Rúpac, este lugar constituye una de las mayores muestra representativas de la riqueza cultural milenaria y natural de nuestros ancestros, por ello, consideramos que es nuestro deber investigarla, protegerla y revalorarla.

Por consiguiente, tenemos dos tipos de Hipótesis, las cuales son H1: Si existe relación entre la Conciencia Turística y la valoración del turismo, en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, 2019 y H0: No existe relación entre la Conciencia Turística y la valoración del turismo, en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral 2019.

De estas se desprenden Hipótesis específicas las cuales son, EL conocimiento del potencial turístico se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019; La participación en actividades turísticas se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019 y El sentido de pertenencia se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019.

Con respecto a los objetivos del estudio contamos con el General que fue Determinar la relación que existe entre la conciencia turística y la valoración del turismo Rural en el complejo Arqueológico Rúpac-provincia de Huaral, 2019, donde se obtuvieron objetivos específicos tales como Determinar la relación que existe entre el conocimiento del potencial turístico y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019; Determinar la relación que existe entre la participación en actividades turísticas y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019 y Determinar la relación que existe entre el sentido de pertenencia y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019.



## **II. MÉTODO**

### **2.1. Tipo y diseño de investigación**

La investigación es de tipo aplicada, llamada también práctica, activa o dinámica tiene como característica principal el empleo o aplicación de los conocimientos adquiridos, tiene por objeto la confrontación de la teoría con la realidad; busca la aplicación inmediata de la teoría y no el desarrollo o la creación de teorías (Behar, 2008, p. 20). Por otro lado, la investigación presenta un diseño no experimental de corte transversal, definidos como investigaciones donde no se modifica intencionalmente la variable independiente para ver su efecto en otra variable. Lo que se hace en los estudios no experimentales es observar el fenómeno, de la misma manera en la que se presenta en la realidad, para luego analizarlo (Hernández, Fernández y Baptista, 1991, p. 245). Además, el estudio presenta un enfoque cuantitativo, donde se mide la variable en un contexto específico; se examina la medición obtenida (frecuentemente usando métodos estadísticos), y se establecen conclusiones sobre la hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 4). Por último, es una investigación correlacional, pues esta clase de investigaciones tiene el objetivo de conocer el vínculo o nivel de asociatividad existente entre dos o más variables en un grupo muestral o caso específico, y, la utilidad de este tipo de investigaciones es conocer la forma en la que se puede comportar una variable al saber el comportamiento de las variables asociadas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pp. 93-94).

### **2.2. Operacionalización de variables**

Así mismo, Las variables de esta investigación son “Conciencia Turística” y “Valoración del Turismo Rural”, con las que se buscó medir la relación existente entre ambas variables. Cada variable cuenta con sus respectivas dimensiones e indicadores.

**TABLA 1.** *Matriz de operacionalización de la variable conciencia turística.*

<b>Definición Nominal o variable de estudio</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento y escala</b>	<b>Ítems</b>	
Conciencia turística	La conciencia turística involucra un cúmulo de actitudes y conductas de los miembros de un sitio con características turísticas que humanizan la bienvenida de los turistas mediante la comprensión y la hospitalidad. Conocimiento de los recursos y espacios, que se orientan hacia una convivencia armónica (Arria, 1991, p. 6).	El nivel de conciencia turística de los pobladores en el complejo arqueológico Rúpac podrá ser determinado a través del conocimiento del potencial turístico, la participación en actividades turísticas; y el sentido de pertenencia.	Conocimiento del potencial turístico	Servicios turísticos	Cuestionario	P1	
							P2
							P3
				Accesibilidad			P4
							P5
							P6
			Participación en actividades turísticas	Recursos turísticos	Cuestionario		P7
						Compromiso	P8
							P9
						Intercambio Cultural	P10
							P11
							P12
			Sentido de pertenencia	Escala ordinal (tipo Likert)	Cuidado ambiental		P13
							P14
							P15
						Hospitalidad	P16
							P17
							P18
						Apoyo a las autoridades	P19
							P20
							P21

Fuente: Basado en Soriano (2018).

**TABLA 2.** *Matriz de operacionalización de la variable valoración del turismo.*

Definición Nominal o variable de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento y escala	Ítems
Valoración del turismo	La valoración turística de los recursos alude a la determinación de una valoración conveniente que ayude a fijar un contraste sobre su calidad turística en recursos del mismo tipo. (Blanco, como se citó en Ochoa, Conde y Maldonado, 2012, p. 10).	El nivel de valoración del turismo de los pobladores en el complejo arqueológico Rúpac podrá ser determinado a través del atractivo, Autenticidad, Singularidad turística y Multiplicidad de actividades.	Atractivo	Paisajes	Instrumento y escala	P22 Rúpac tiene paisajes que atrae la atención del turista nacional
				Flora		P23 La flora es abundante en el complejo arqueológico Rúpac
				Zona arqueológica		P24 Rúpac cuenta con casas antiguas donde habitaron los preincas
			Autenticidad	Veracidad	P25 En Rúpac han habitado desde hace cientos de años	
				Originalidad	P26 Rúpac no tiene comparación a otro atractivo turístico	
				Atributos	P27 Rúpac tiene muchas cualidades que pueden atraer al turista	
				Diferenciación	P28 En Rúpac encontramos en un solo lugar paisaje natural y cultural	
			Multiplicidad de actividades	Turismo de aventura	P29 Rúpac es ideal para realizar el turismo de aventura	
				Turismo de fotografía	P30 Rúpac tiene potencial para poder hacer turismo de Fotografía	
				Turismo arqueológico	P31 En Rúpac se puede observar diversos elementos patrimoniales prehispánicos	

Fuente: Elaboración propia.

### 2.3. Población, muestra y muestreo

La población de estudio es una agrupación de casos, accesible, limitado y definido, que será referencia para la selección de la muestra, y que debe cumplir con criterios de selección preestablecidos (Arias, Villasís y Miranda, 2016, p.202). La muestra, hace referencia a un subconjunto o parte de la población en la que se realizará el estudio, o sea, es una porción característica de la población (López, 2004, párr. 5). El muestreo es el método empleado para la selección de los elementos de la muestra de la totalidad de la población de estudio. Se fundamenta en un conjunto de criterios, procedimientos y reglas que permiten seleccionar un grupo de componentes de una población de estudio que representa lo que ocurre en toda la población (Mata y Macassi, 1997, p. 19). En el muestreo no probabilístico, la selección de los componentes obedece a los factores que se vinculan con las particularidades del estudio o de quien hace la muestra; depende de la decisión del investigador y no de fórmulas estadísticas; la muestra seleccionada obedece múltiples criterios de investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 401). Por último, la muestra por conveniencia se refiere a los casos con disponibilidad para el estudio a los que el investigador puede acceder (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 176).

Para efectos del estudio, se ha empleado un muestreo de tipo no probabilístico, por medio de un muestreo por conveniencia. Se determinó una cantidad de 100 miembros de la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida, como muestra del estudio.

### 2.4. Técnica de recolección de datos, validez y confiabilidad

Con respecto a las técnicas de recolección de datos son medios utilizados para la recolección de información, también son los hechos o documentos que utiliza el investigador y que le permite tener información (Méndez, 1999, p. 143). En este caso, la técnica empleada es la encuesta, la cual consiste en una técnica de recolección de información, por medio del interrogamiento de los individuos, cuyo propósito es la obtención de forma sistemática de medidas de los conceptos derivados de un problema de estudio previamente construido. La recolección de la datos, se realiza mediante un cuestionario, un instrumento de recolección de datos de medición y la manera protocolar de enunciar las interrogantes que van en un cuadro de registro, que se aplica a la población o muestra representativa de ella, donde una de las características es no detallar la identidad de los sujetos investigados (López-Roldán y Fachelli, 2015, p. 8).

Respecto a la validez del instrumento, se empleó el juicio de expertos, compuesto por tres maestros de la Universidad César Vallejo, especialistas en el sector turístico, que brindaron sus observaciones y sugerencias para la adecuada presentación del instrumento.

#### Confiabilidad

En cuanto a la confiabilidad del estudio, se utilizó el Alfa de Cronbach, siendo el instrumento aplicado a 100 miembros de la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida, el resultado salió 0.741, demostrando que el instrumento tiene una alta confiabilidad, por ende los ítems miden lo que deben medir.

Tabla de fiabilidad de alpha de cronbach

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,756	,741	31

Fuente: Encuesta

#### 2.5. Procedimientos

Por ende, la investigación sobre conciencia turística y valoración del turismo, se trabajó bajo el enfoque cuantitativo, es de tipo correlacional, pues el objetivo general fue determinar la relación existente entre las variables para conocer la manera en la que se puede comportar la conciencia turística al conocer el comportamiento de la valoración del turismo. Para ello, se aplicó como instrumento de recolección de información un cuestionario para los miembros de la comunidad San Salvador de Pampas y la Florida. La información recopilada se analizó por medio del software SPSS, que arrojó tablas y porcentajes que fueron interpretados. Con ello, se pudo concluir la existencia o no de alguna relación entre las dos variables y sus dimensiones, con lo que se pudo emitir conclusiones determinantes, y de acuerdo a ellas, se elaboraron las recomendaciones de la investigación.

#### 2.6. Análisis de datos

En cuanto al análisis de datos se realiza según la matriz de datos aplicando un programa para computadoras. El método de análisis de datos empleado en el presente trabajo es el análisis estadístico descriptivo. El proceso de análisis de los datos, consta de siete fases. En la fase 1, se selecciona un programa estadístico computacional para analizar los datos, en

este caso, se escogió el SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales). En la fase 2, se pone en marcha el programa estadístico. En la fase 3, se examinan los datos, se analiza de manera descriptiva los datos por variable, y se visualiza los datos por variable. En la fase 4, se evalúa la confiabilidad y validez lograda por los instrumentos medidores. En la fase 5, se evalúa por medio de pruebas estadísticas las hipótesis propuestas. En la fase 6, se hace un análisis extra. Y, en la fase 7, se preparan los resultados para su presentación (tablas, gráficos y/o cuadros). En esta última fase, se revisan y organizan los resultados; se cotejan distintos resultados; se prioriza la información más valiosa; se copia las tablas en el programa Word; se describe de manera breve la esencia de los análisis, valores, tablas, diagramas, gráficas; se repite la revisión de los resultados; y finalmente, se elabora el reporte de la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, pp. 278-335).

## 2.7. Aspectos éticos

Por otra parte sobre los aspectos éticos en el desarrollo del trabajo, se han tomado en cuenta varios aspectos éticos, tales como, el respeto a las Normas APA, a través del correcto citado y referenciado de la información, el respeto a la autenticidad de la información, sin modificación alguna, el respeto a la participación voluntaria por parte de los sujetos encuestados, y el respeto a los reglamentos y lineamientos para la Graduación y Titulación propuestos por la Universidad César Vallejo.

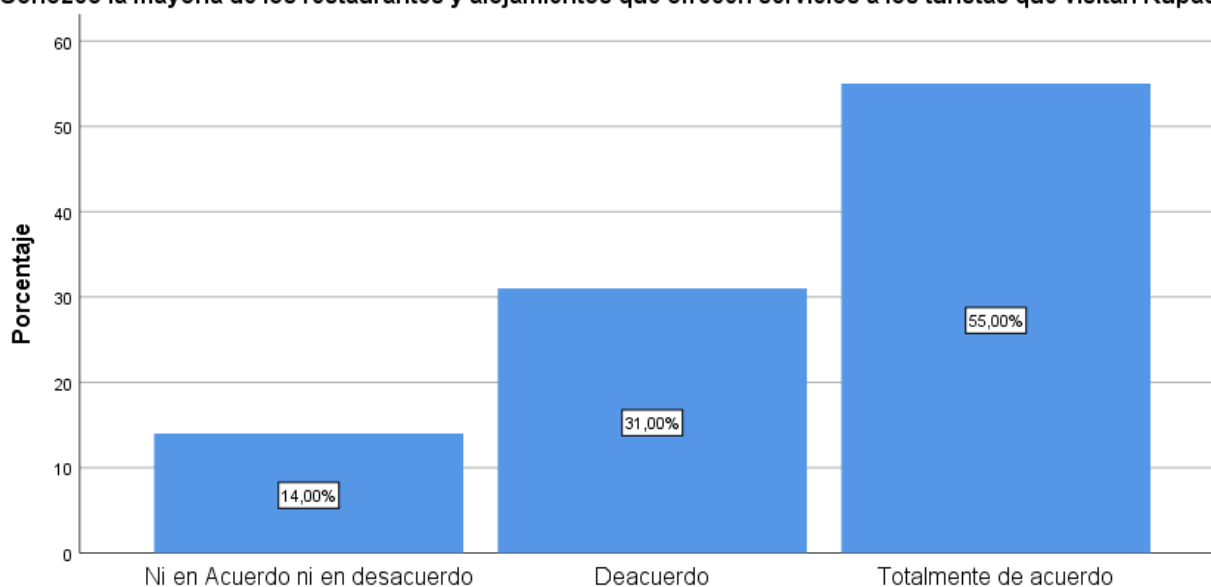
### III. RESULTADOS

Gráficos descriptivos

#### 1. Conozco la mayoría de los restaurantes y alojamientos que ofrecen servicios a los turistas que visitan Rúpac.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	14	14,0	14,0	14,0
	De acuerdo	31	31,0	31,0	45,0
	Totalmente de acuerdo	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Conozco la mayoría de los restaurantes y alojamientos que ofrecen servicios a los turistas que visitan Rúpac.



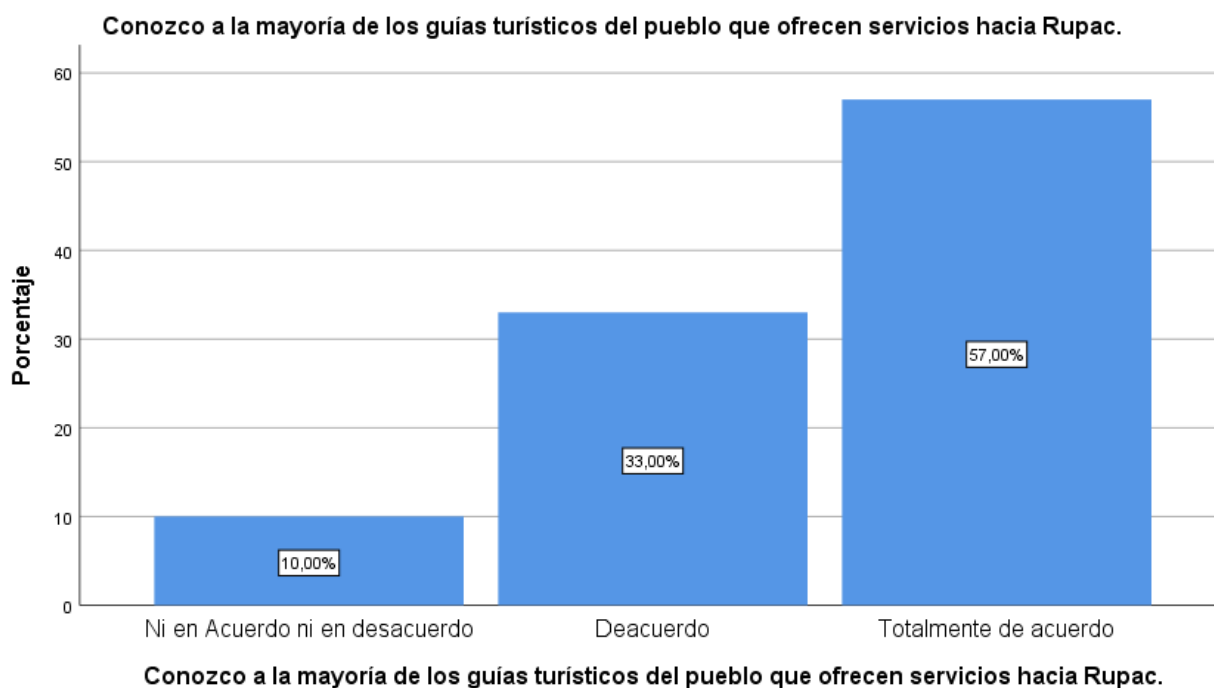
Conozco la mayoría de los restaurantes y alojamientos que ofrecen servicios a los turistas que visitan Rúpac.

Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 55% de los encuestados conoce la mayoría de restaurantes y alojamientos que se ofrecen a los turistas que visitan Rúpac, mientras que el 14% tiene una respuesta nula. Esto nos demuestra que la mayoría de pobladores si conoce y puede informar adecuadamente sobre los restaurantes y alojamientos que existen en el lugar mientras que el porcentaje restante puede dar una errada información, esto puede ocasionar malestar en el turista.

## 2. Conozco a la mayoría de los guías turísticos del pueblo que ofrecen servicios hacia Rúpac.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	33	33,0	33,0	43,0
	Totalmente de acuerdo	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



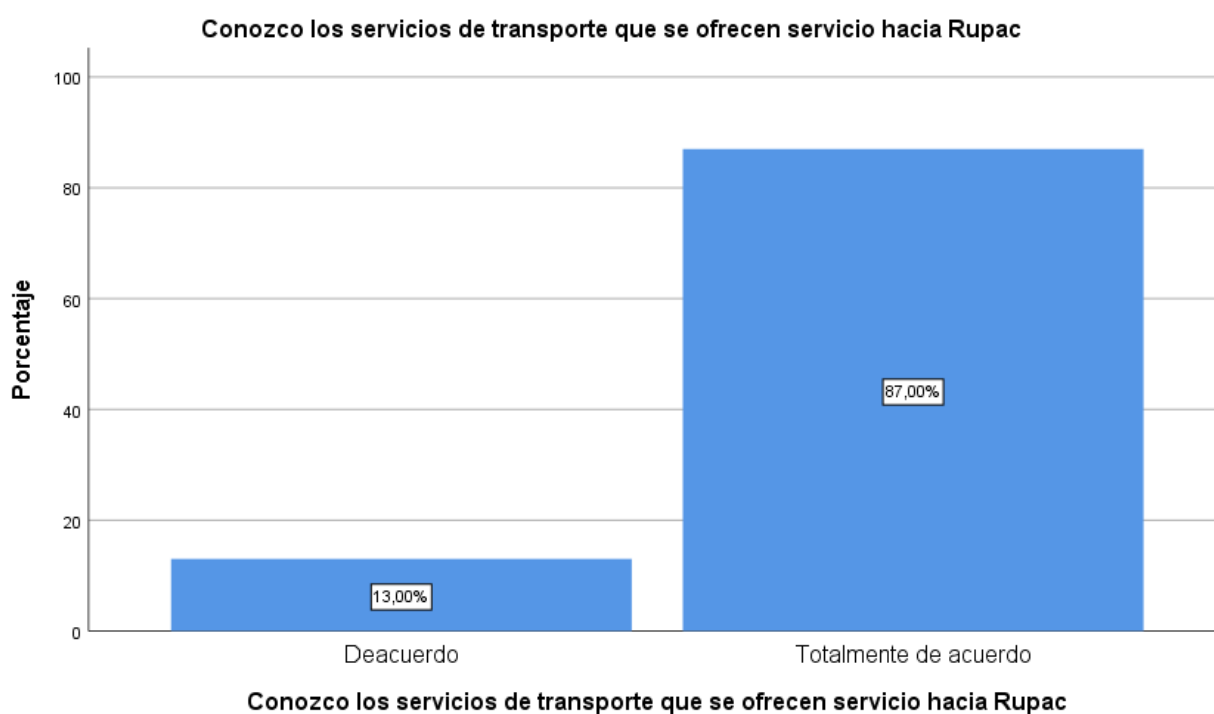
### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 57% conoce la mayoría de guías turísticos que pueden brindar su servicio, mientras que el 10% desconoce de quienes pueden ofrecer el servicio de un guía Turístico. Este resultado evidencia que los prestadores de este servicios no solo son los comuneros del lugar, si no estudiantes y/o personas ajenas a la comunidad.



### 3. Conozco los servicios de transporte que se ofrecen servicio hacia Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	13	13,0	13,0	13,0
	Totalmente de acuerdo	87	87,0	87,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

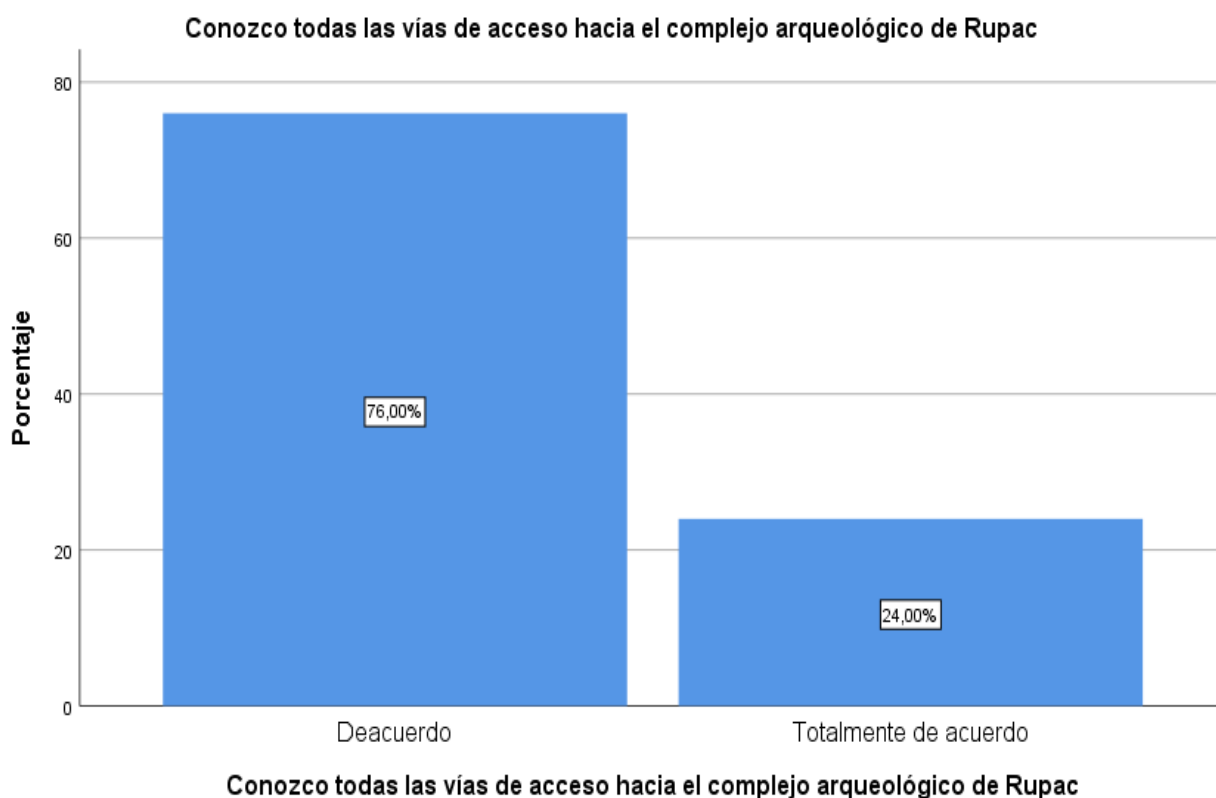


Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 87% de los encuestados conocen el transporte que los llevara al complejo arqueológico Rúpac, mientras que el 13% no está seguro de que servicio de transporte usar. Esto es totalmente arriesgado ya que no cualquier vehículo puede subir a la comunidad ya que la accesibilidad es muy escasa, un vehículo pesado corre el riesgo de caer al abismo.

#### 4. Conozco todas las vías de acceso hacia el complejo arqueológico de Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	76	76,0	76,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

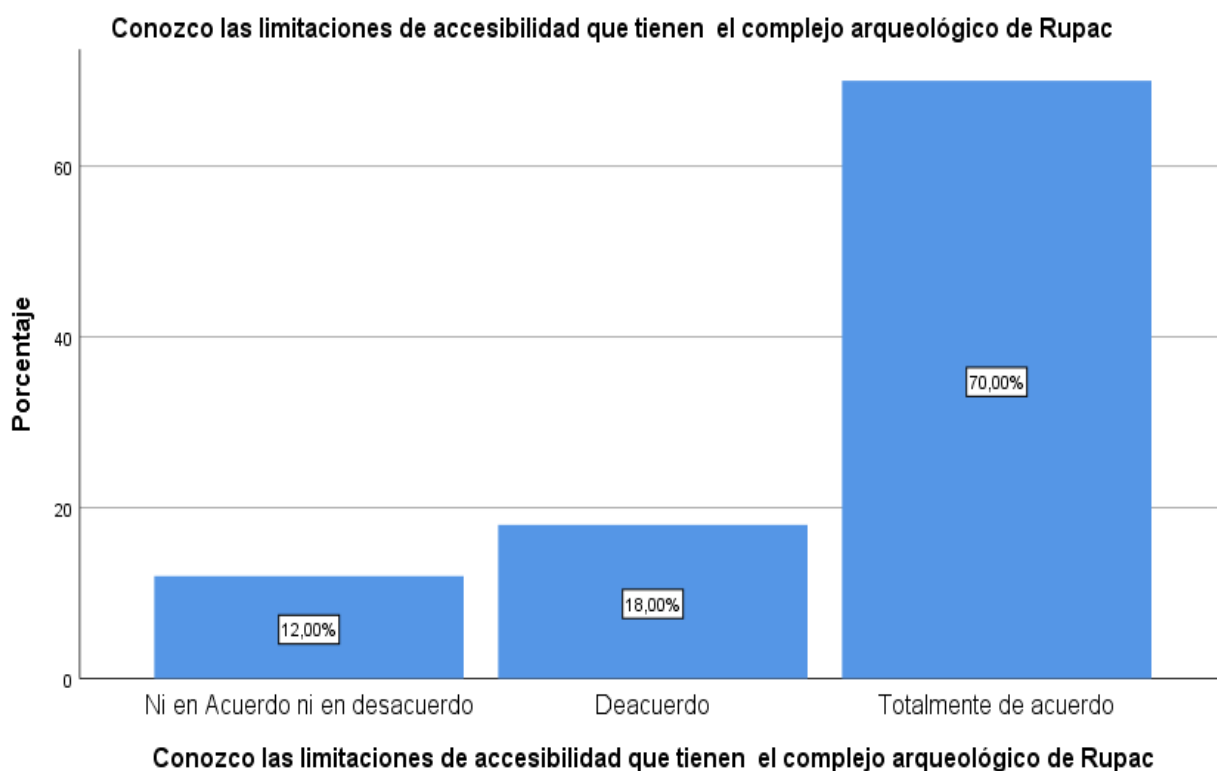


#### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 76% no conoce a la perfección las vías de acceso que nos lleva al complejo Arqueológico Rúpac, mientras que solo el 24% si conoce las vías. Esto se debe a que el gobierno de Huaral está implementando una nueva vía de acceso con mayor seguridad y esta información aun no es del todo divulgada ya que el proyecto ha comenzado este año.

## 5. Conozco las limitaciones de accesibilidad que tienen el complejo arqueológico de Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	12	12,0	12,0	12,0
	De acuerdo	18	18,0	18,0	30,0
	Totalmente de acuerdo	70	70,0	70,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

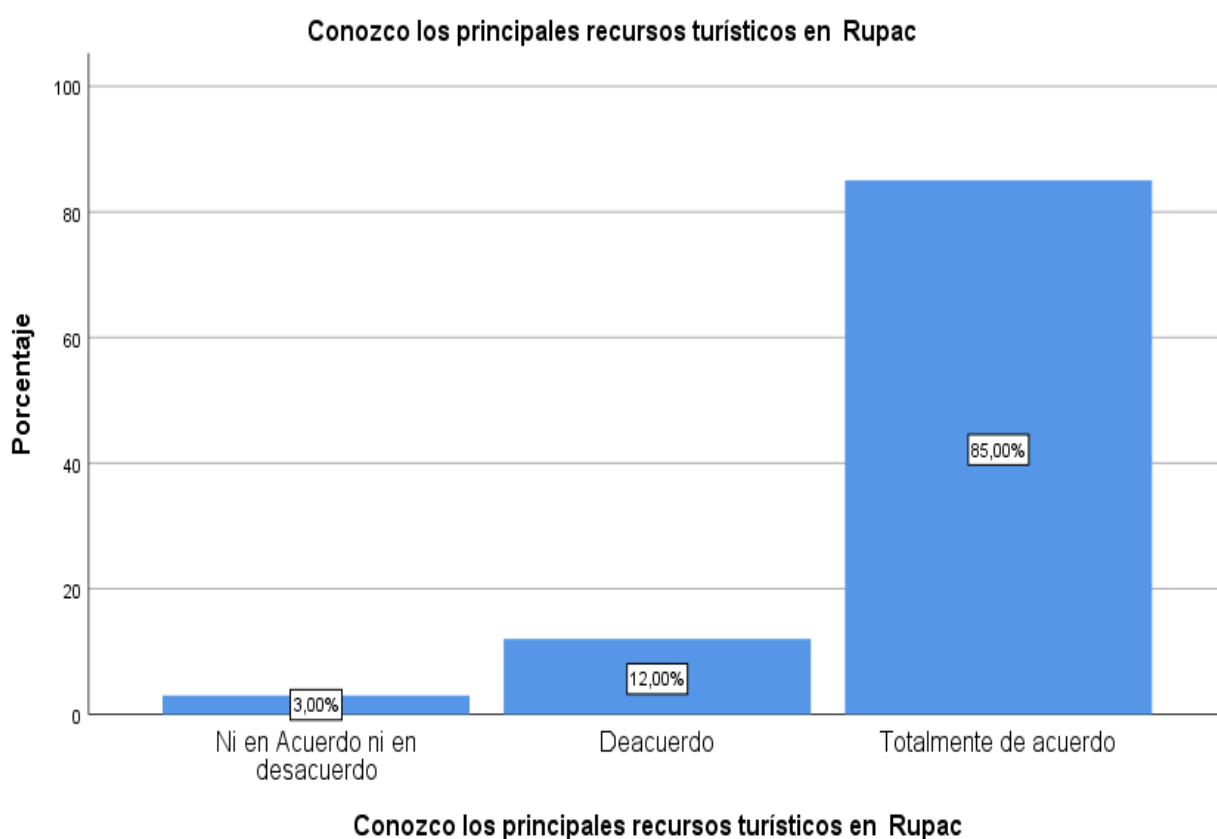


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 70% de los encuestados conoce las limitaciones que tiene el complejo arqueológico Rúpac, mientras que el 12% desconoce de la información. Este resultado puede desfavorecer al atractivo ya que hay un grupo de personas que no están enteradas sobre las limitaciones del acceso hacia Rúpac por ende puede ocasionar accidentes en el recorrido hacia este.

## 6. Conozco los principales recursos turísticos en Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	3	3,0	3,0	3,0
	De acuerdo	12	12,0	12,0	15,0
	Totalmente de acuerdo	85	85,0	85,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

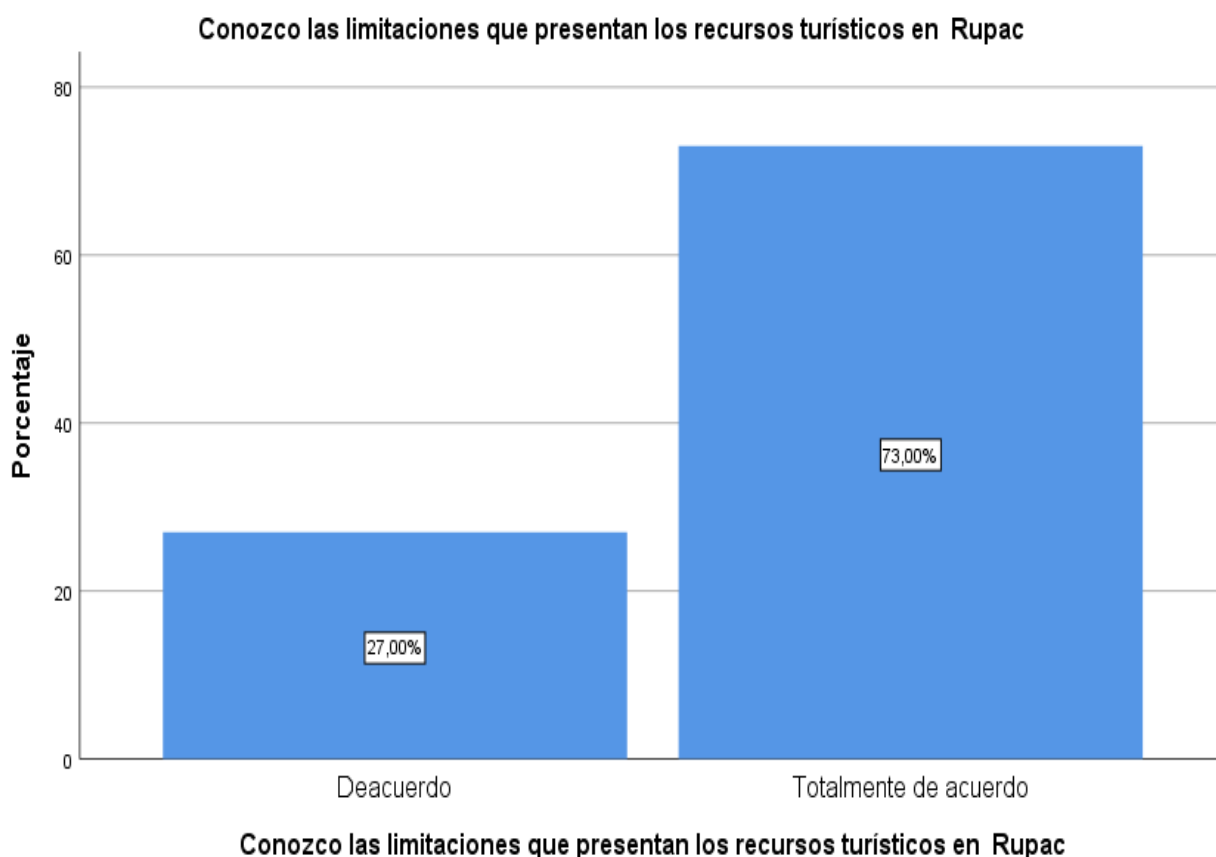


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 85% de encuestados conoce los principales recursos turísticos que ofrece Rúpac, mientras que solo el 3% desconoce de la información, esto se debe a que hay personas que no logran llegar a Rúpac puesto que la caminata dura 4 horas hasta la cima y hay personas que no resisten y desisten en llegar al complejo arqueológico Rúpac

## 7. Conozco las limitaciones que presentan los recursos turísticos en Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	27	27,0	27,0	27,0
	Totalmente de acuerdo	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

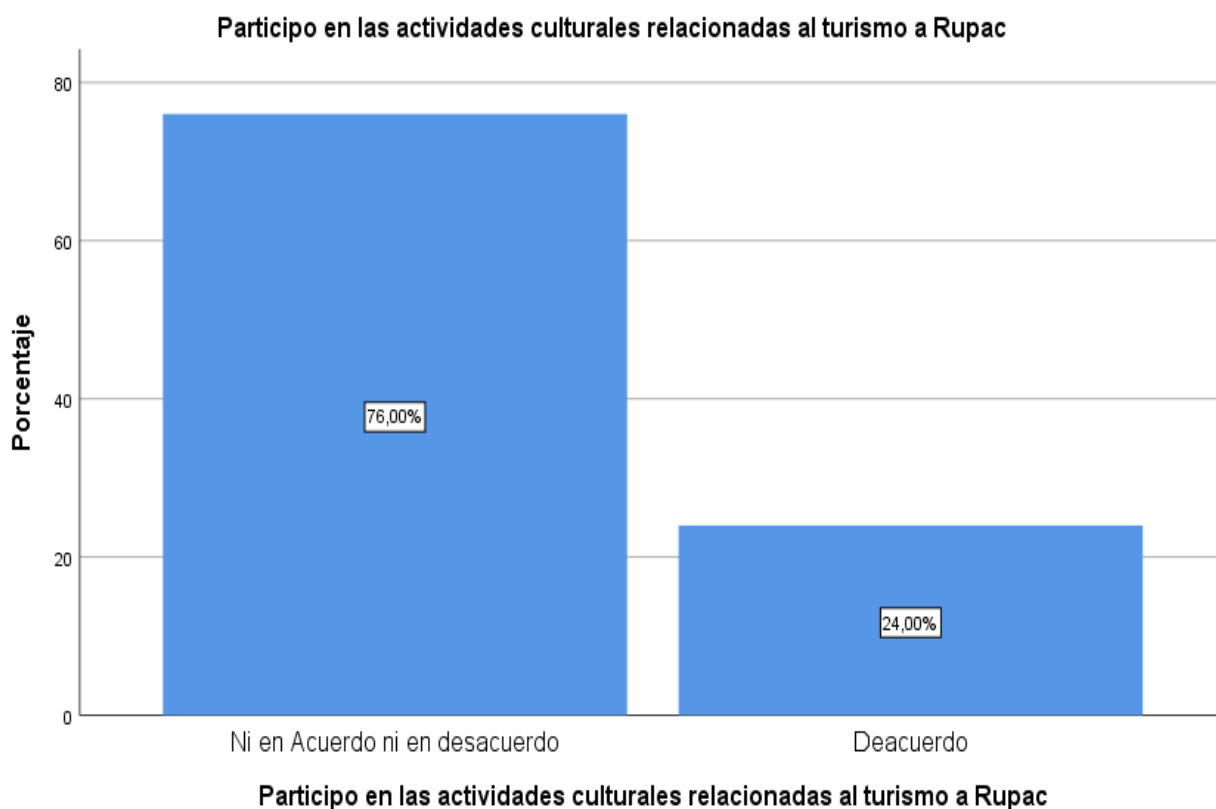


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 73% de los encuestados conoce las limitaciones que presenta los recursos turísticos en Rúpac, mientras que el 27% desconoce del tema. Esto nos puede jugar en contra ya que no podremos advertir al turista sobre las limitaciones que tiene el complejo arqueológico Rúpac.

### 8. Participo en las actividades culturales relacionadas al turismo a Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	76	76,0	76,0	76,0
	De acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

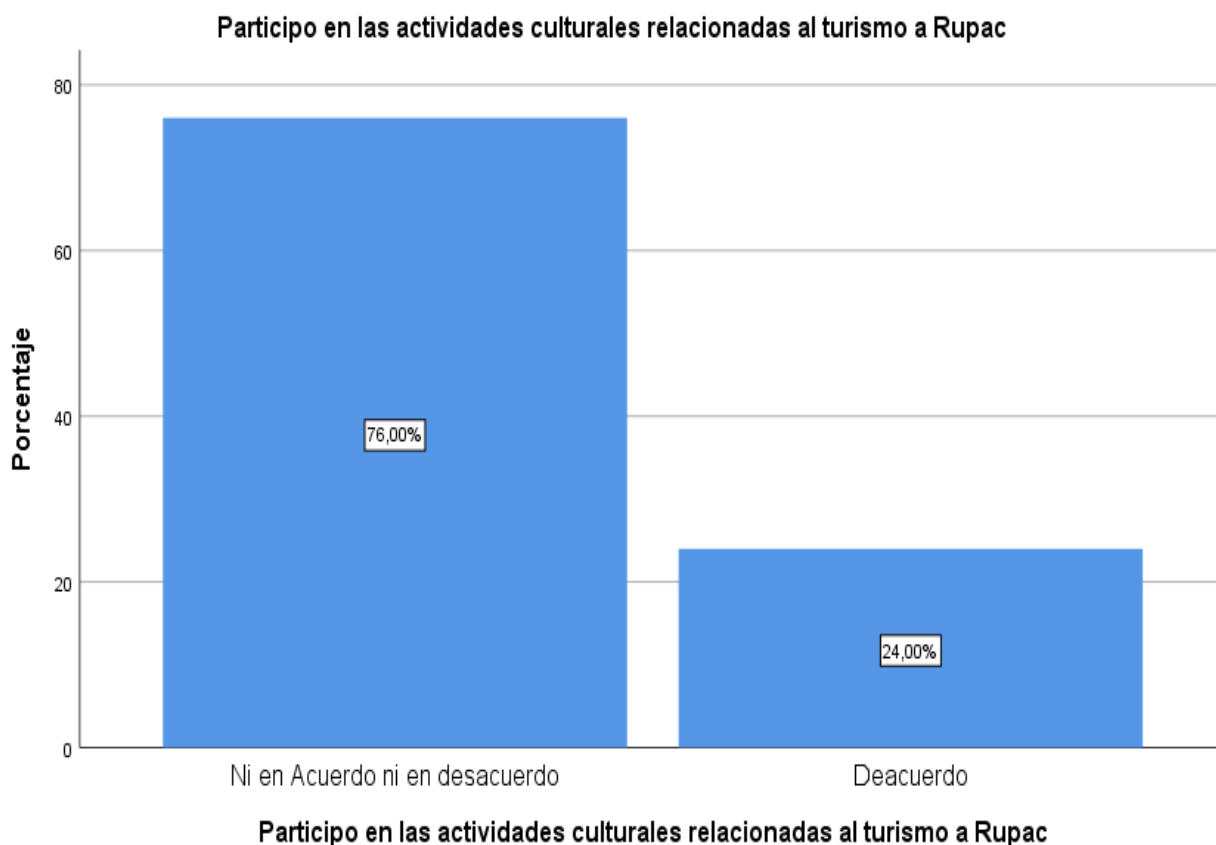


Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 76% desconoce de las actividades culturales que brindan en Rúpac, mientras que solo el 24% conoce sobre estas actividades. Esto desfavorece totalmente en el crecimiento cultural del complejo ya que tendríamos menos participación de turistas para la interculturalidad.

### 9. Participo en las actividades culturales relacionadas al turismo a Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	76	76,0	76,0	76,0
	De acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

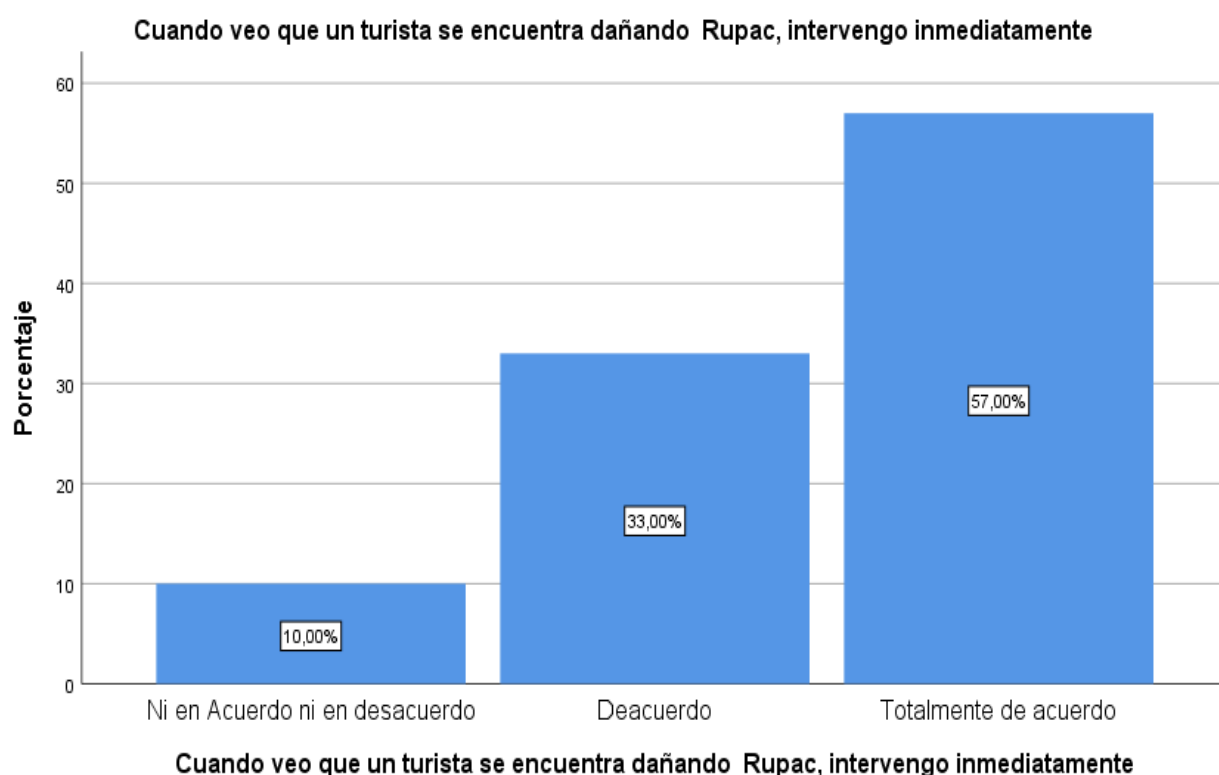


**Interpretación:**

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 76% desconoce de las actividades culturales que brindan en Rúpac, mientras que solo el 24% conoce sobre estas actividades. Esto desfavorece totalmente en el crecimiento cultural del complejo ya que tendríamos menos participación de turistas para la interculturalidad.

### 10. Cuando veo que un turista se encuentra dañando Rúpac, intervengo inmediatamente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	33	33,0	33,0	43,0
	Totalmente de acuerdo	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



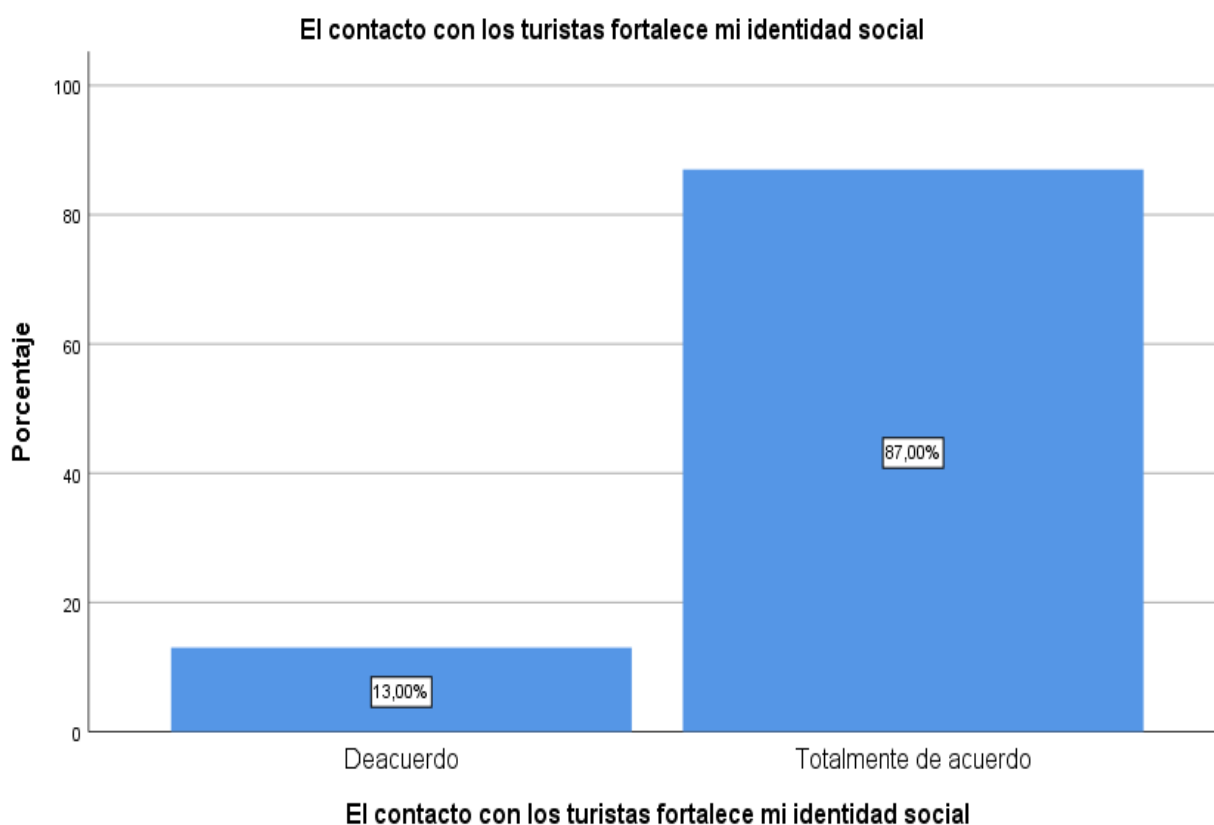
Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 57% de encuestados intervienen si un turista está dañando el complejo arqueológico, mientras que el 10% no ha observado dicha acción, este resultado evidencia que la mayoría de la población si cuida y preserva Rúpac puesto que están dispuestos a intervenir cualquier acto en contra del complejo.



### 11. El contacto con los turistas fortalece mi identidad social

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	13	13,0	13,0	13,0
	Totalmente de acuerdo	87	87,0	87,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

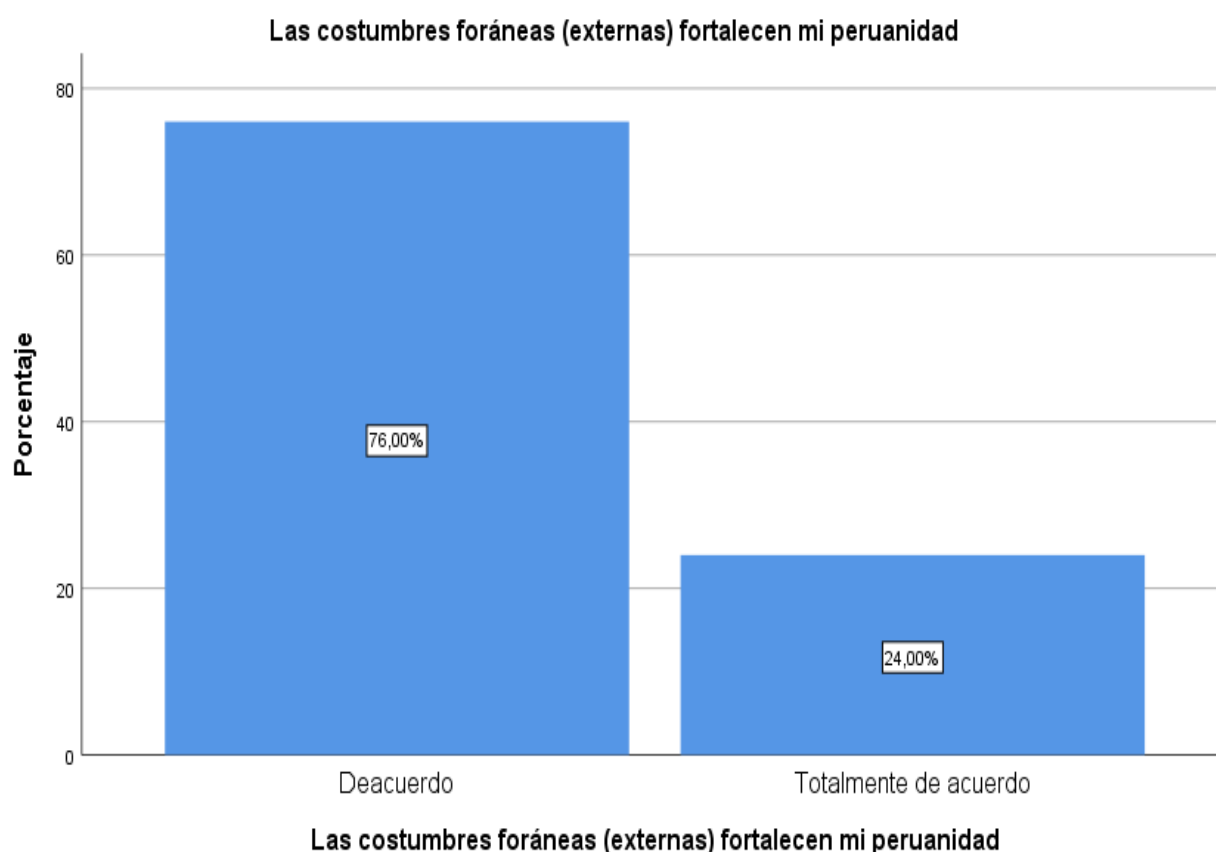


#### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 87% de los encuestados fortalece su identidad social con el contacto con los turistas, mientras que el 13% desconoce del tema. Esto favorece directamente a la comunidad ya que puede interactuar de manera fluida con los turistas por ende este tendría una mejor bienvenida y hospitalidad.

## 12. Las costumbres foráneas (externas) fortalecen mi peruanidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	76	76,0	76,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

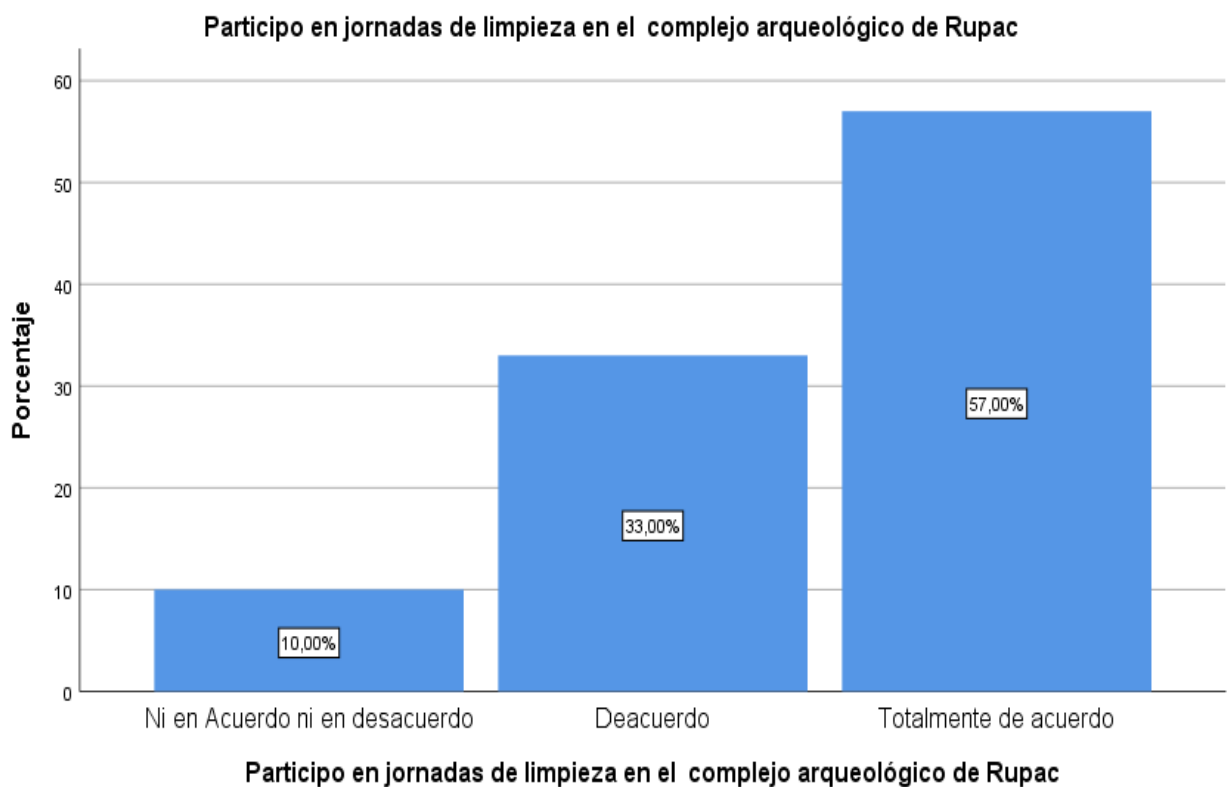


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 76% de los encuestados desconoce de las costumbres foráneas que fortalecen su peruanidad, mientras que solo el 24% manifiesta que las costumbres foráneas si fortalecen su peruanidad. Esto evidencia que los pobladores no tienen ninguna clase de información más allá de la que ya conocen.

### 13. Participo en jornadas de limpieza en el complejo arqueológico de Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	33	33,0	33,0	43,0
	Totalmente de acuerdo	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

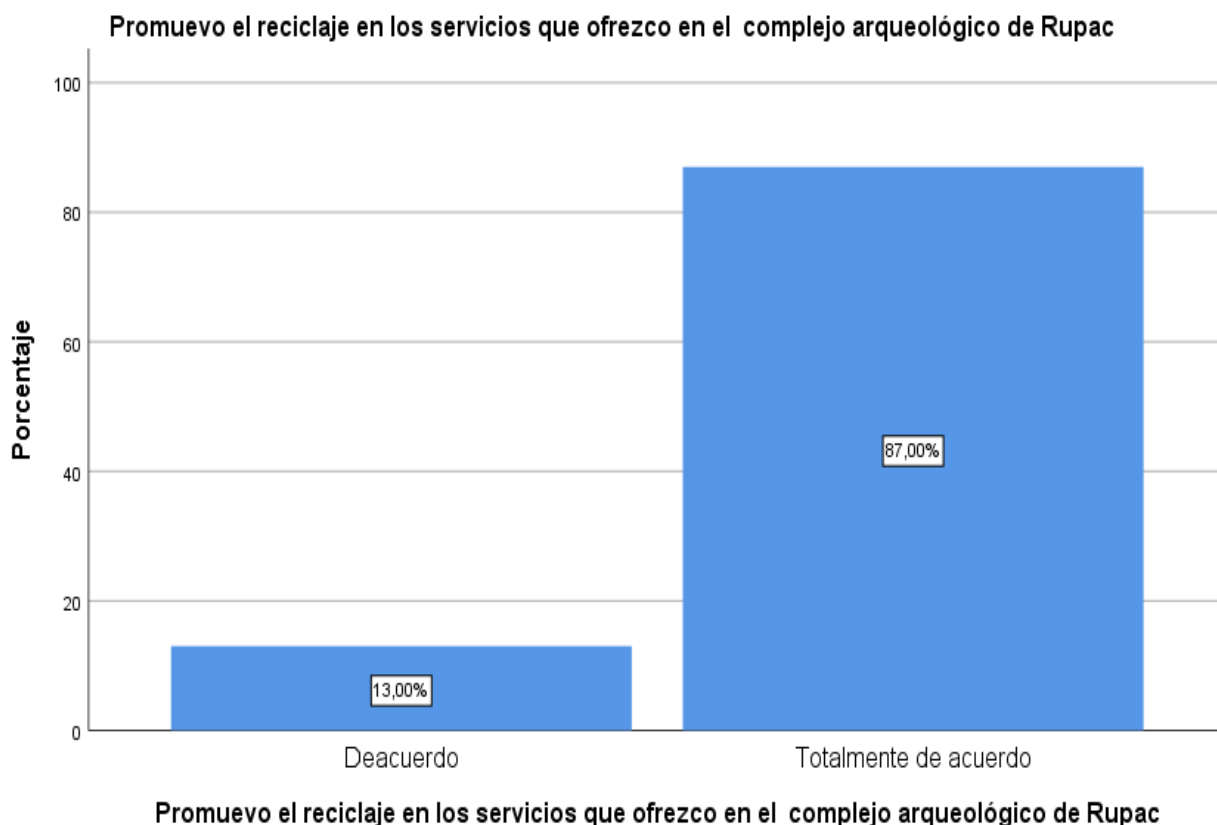


#### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 57% participo en jornadas de limpieza en el complejo, mientras que el 10% no tenía información del tema. Esto favorece al complejo puesto que se mantiene limpio y hace que el turista tenga una mejor conciencia turística para cuando vaya a visitar otro lugar.

#### 14. Promuevo el reciclaje en los servicios que ofrezco en el complejo arqueológico de Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	13	13,0	13,0	13,0
	Totalmente de acuerdo	87	87,0	87,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

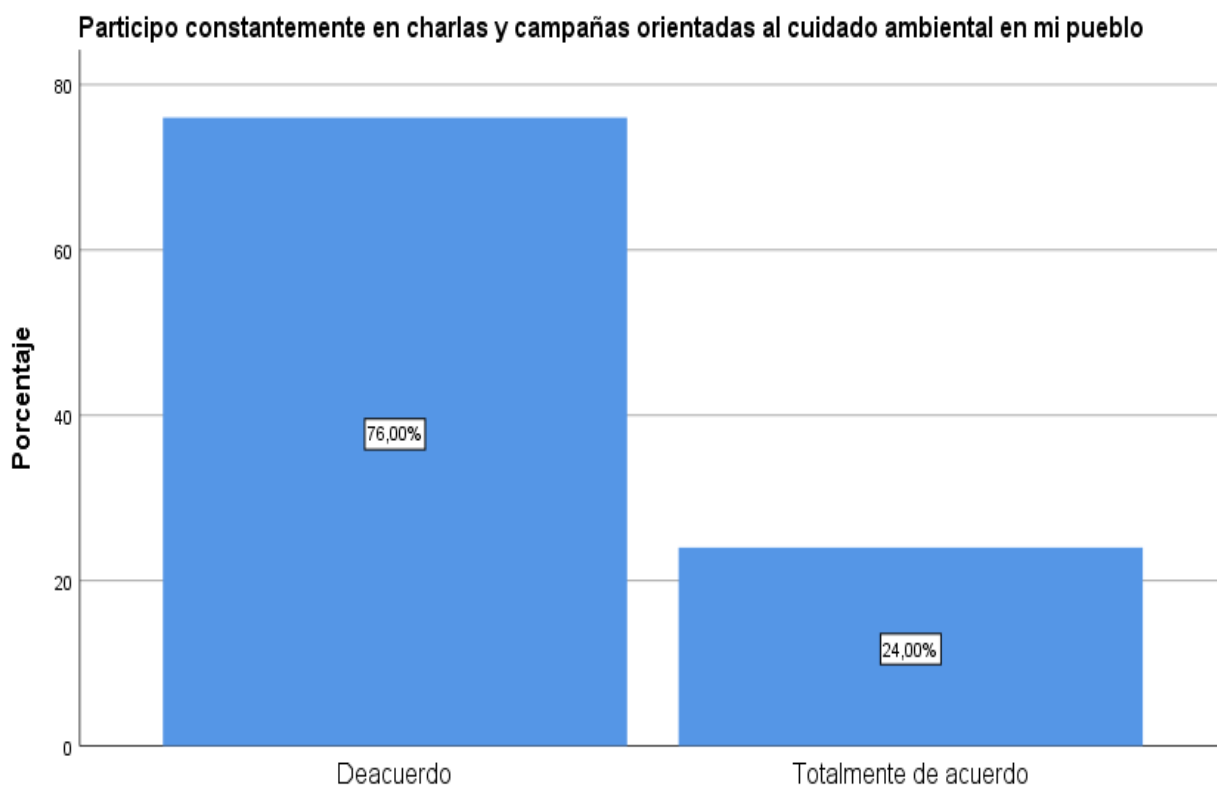


#### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 87% de los encuestados promueve el reciclaje en los servicios que los pobladores ofrecen en el complejo arqueológico, mientras que el 13% desconoce de la actividad que se realiza. Este resultado hace que se evidencie la mala coordinación de los pobladores para dicha actividad que se ofrece en el complejo arqueológico Rúpac.

**15. Participo constantemente en charlas y campañas orientadas al cuidado ambiental en mi pueblo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	76	76,0	76,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



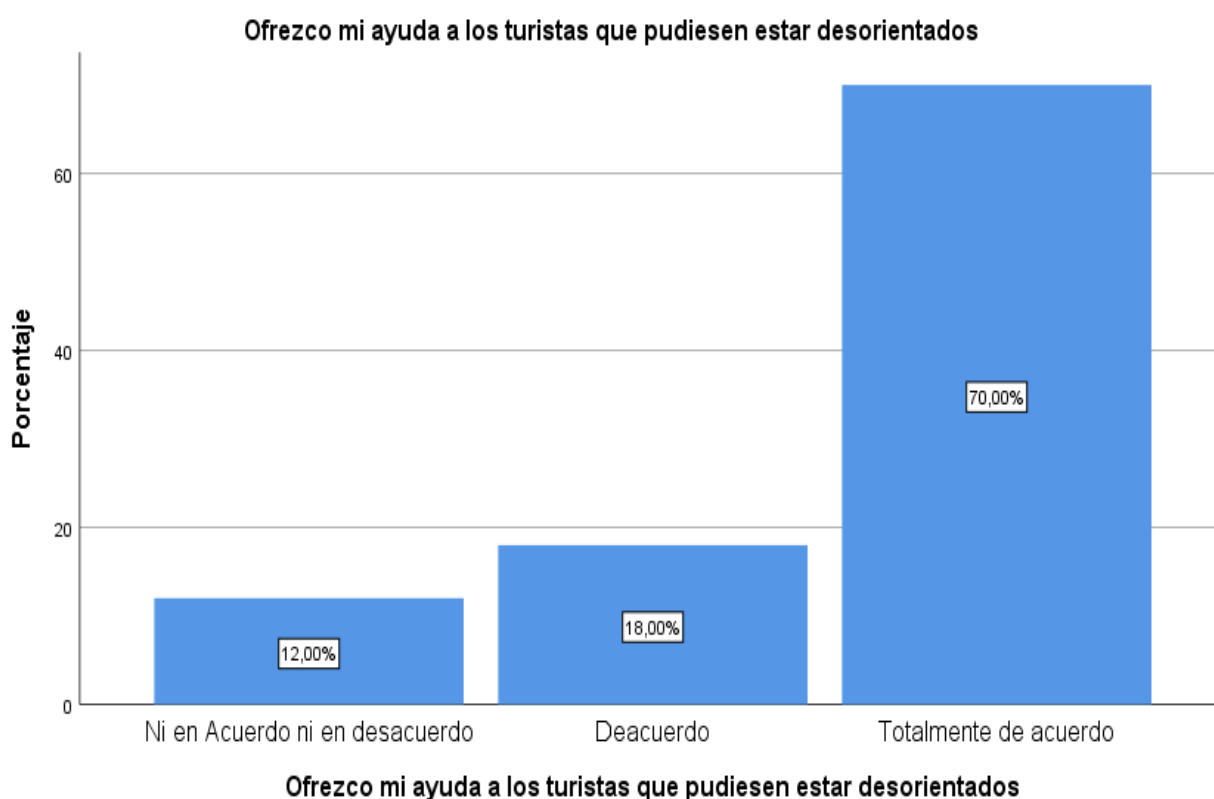
**Participo constantemente en charlas y campañas orientadas al cuidado ambiental en mi pueblo**

**Interpretación:**

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 78% desconoce de la información sobre las campañas y charlas orientadas al cuidado ambiental del complejo Rúpac, mientras que solo el 24% si participa constantemente en estas actividades. Este resultado no es positivo puesto que en su gran mayoría la población no tiene una orientación adecuada del cómo cuidar un complejo arqueológico como lo es Rúpac.

## 16. Ofrezco mi ayuda a los turistas que pudiesen estar desorientados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	12	12,0	12,0	12,0
	De acuerdo	18	18,0	18,0	30,0
	Totalmente de acuerdo	70	70,0	70,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

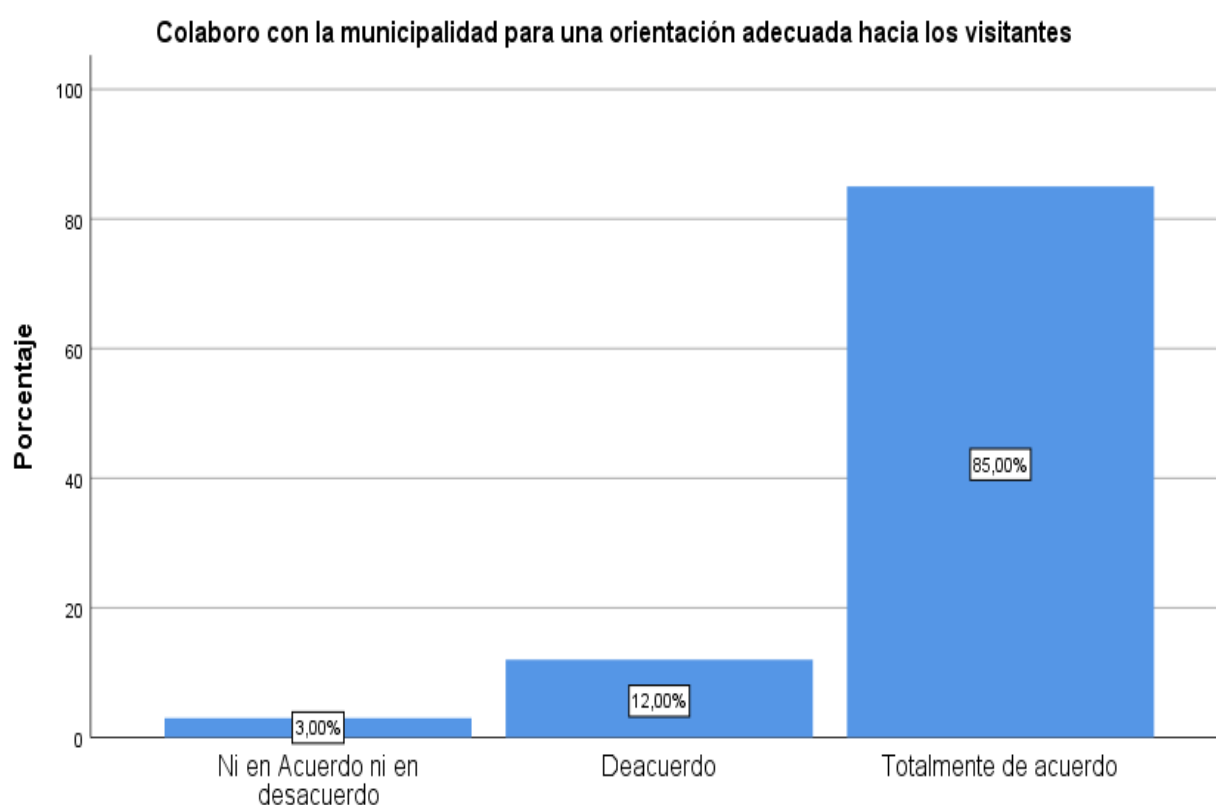


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 70% de encuestados orienta al turista que desconoce sobre algún tema en específico dentro del complejo, mientras que el 12% prefiere evadir su respuesta. Afortunadamente hay un porcentaje alto de pobladores que están dispuestos a orientar al turista en cualquier circunstancia, esta acción beneficiaria no solo al complejo si no también a la misma población puesto que existiría un mayor lazo de entendimiento entre ambos.

### 17. Colaboro con la municipalidad para una orientación adecuada hacia los visitantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	3	3,0	3,0	3,0
	De acuerdo	12	12,0	12,0	15,0
	Totalmente de acuerdo	85	85,0	85,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



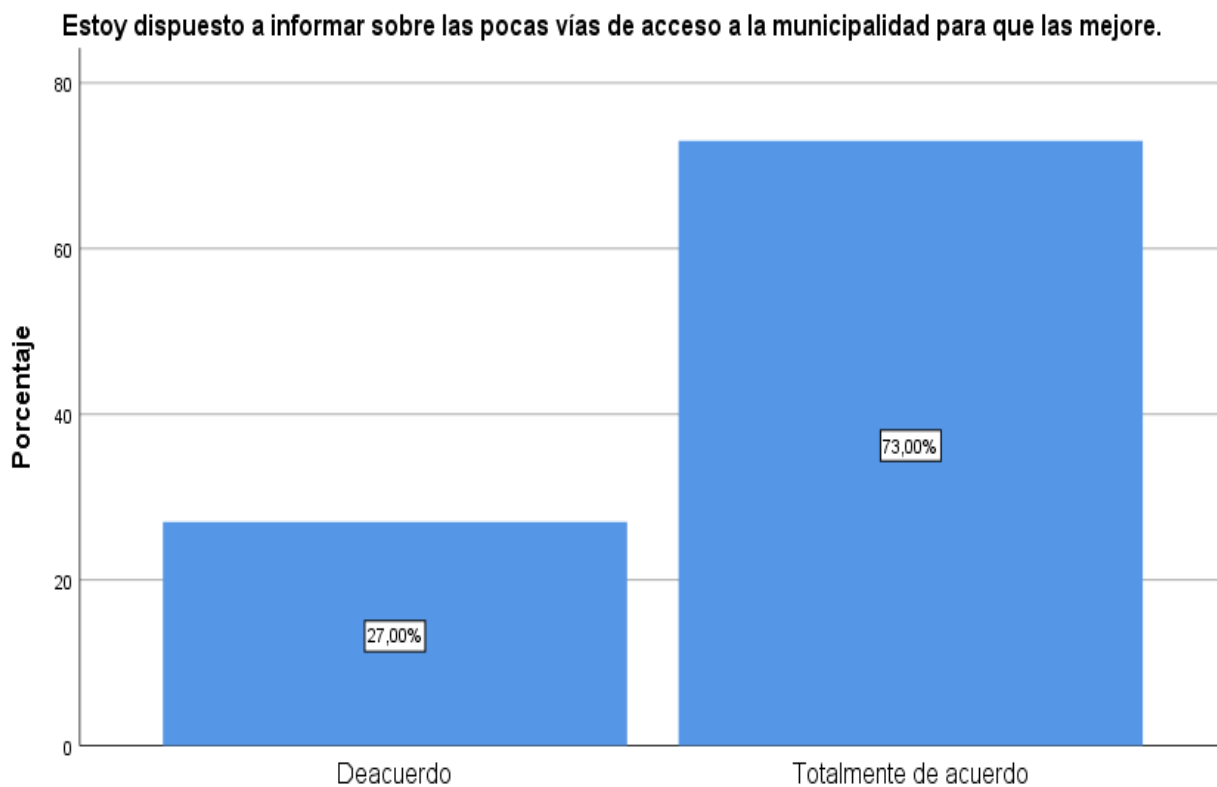
**Colaboro con la municipalidad para una orientación adecuada hacia los visitantes**

#### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 85% de encuestados colabora con las autoridades municipales para una orientación adecuada para los turistas, mientras que solo el 3% no se encuentra enterada de dicha actividad. Este resultado favorece en la valoración que le puede dar cada poblador y turista en el complejo, puesto que tendrían mayor conocimiento de como orientar satisfactoriamente al turista.

**18. Estoy dispuesto a informar sobre las pocas vías de acceso a la municipalidad para que las mejore.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	27	27,0	27,0	27,0
	Totalmente de acuerdo	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



**Estoy dispuesto a informar sobre las pocas vías de acceso a la municipalidad para que las mejore.**

Interpretación:

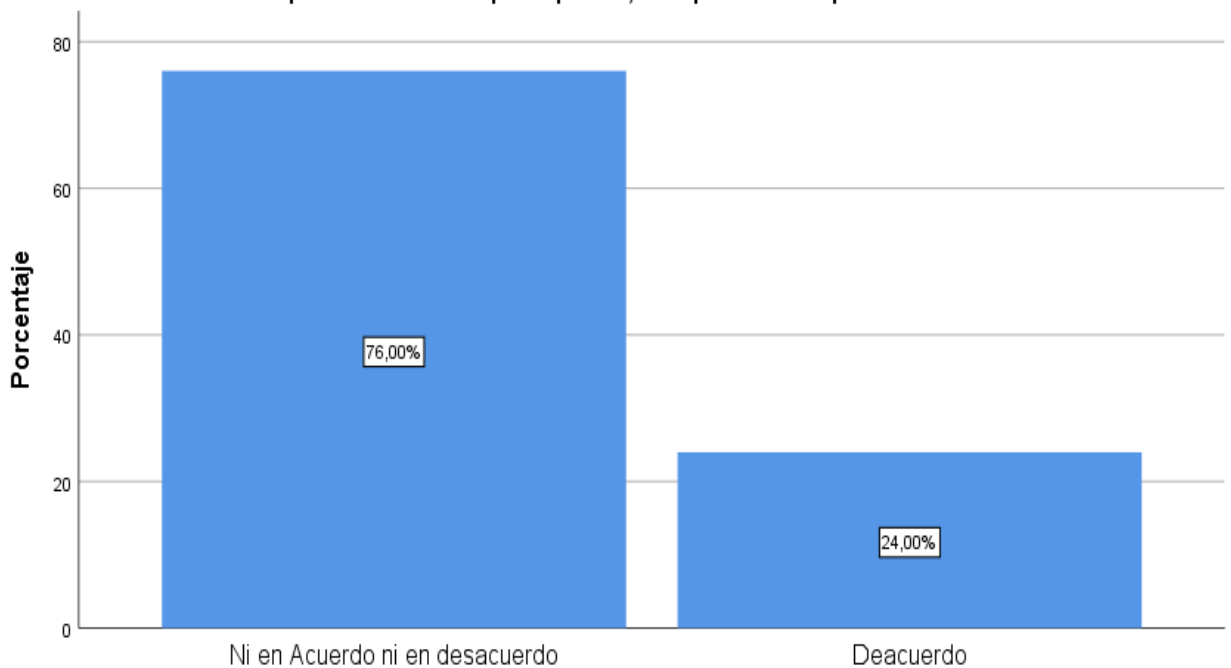
De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 73% de los encuestados están dispuestos a informar sobre las pocas vías de acceso a la municipalidad para que las mejore, mientras que el 27% puede que también esté dispuesto a colaborar con dicha actividad. Esto evidencia que los pobladores son los primeros interesados en que exista una mayor vía acceso para que así, mas personas puedan conocer este singular complejo.



**19. Junto con la municipalidad estoy dispuesto a intervenir positivamente para que Rúpac pueda ser inventariado por el MINCETUR para que así, más personas sepan de el**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	76	76,0	76,0	76,0
	De acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Junto con la municipalidad estoy dispuesto a intervenir positivamente para que Rupac pueda ser inventariado por el MINCETUR para que así, más personas sepan de el**



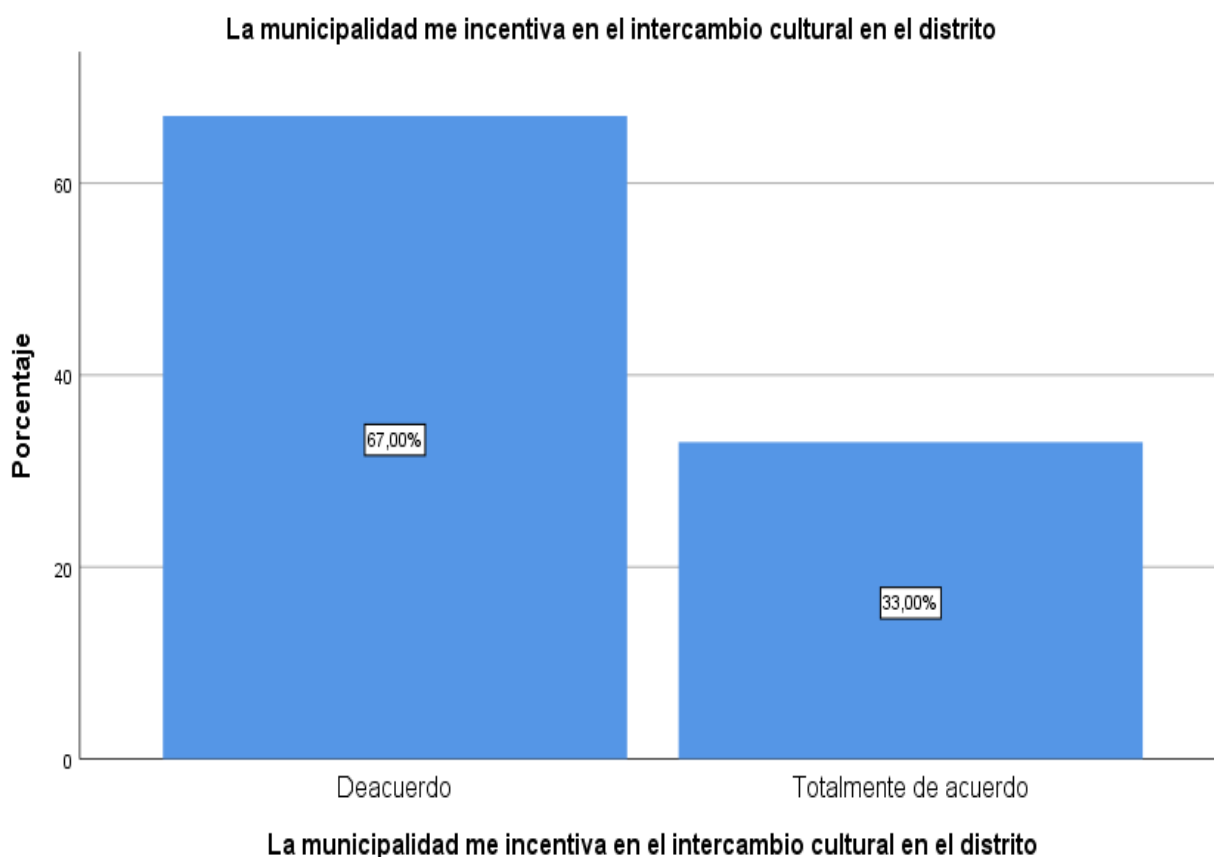
**Junto con la municipalidad estoy dispuesto a intervenir positivamente para que Rupac pueda ser inventariado por el MINCETUR para que así, más personas sepan de el**

**Interpretación:**

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 76% de encuestado manifiesta que no está ni en acuerdo ni en desacuerdo en intervenir positivamente para que Rúpac pueda estar inventariado por el MINCETUR, mientras que el 24% de la población si está dispuesta a trabajar junto con municipalidad para que el inventario sea exitoso. Esto se debe a que los pobladores sienten que MINCETUR no tiene interés en la comunidad ni en el complejo, es por eso que se reúsan a trabajar conjuntamente con ellos.

## 20. La municipalidad me incentiva en el intercambio cultural en el distrito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	67	67,0	67,0	67,0
	Totalmente de acuerdo	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

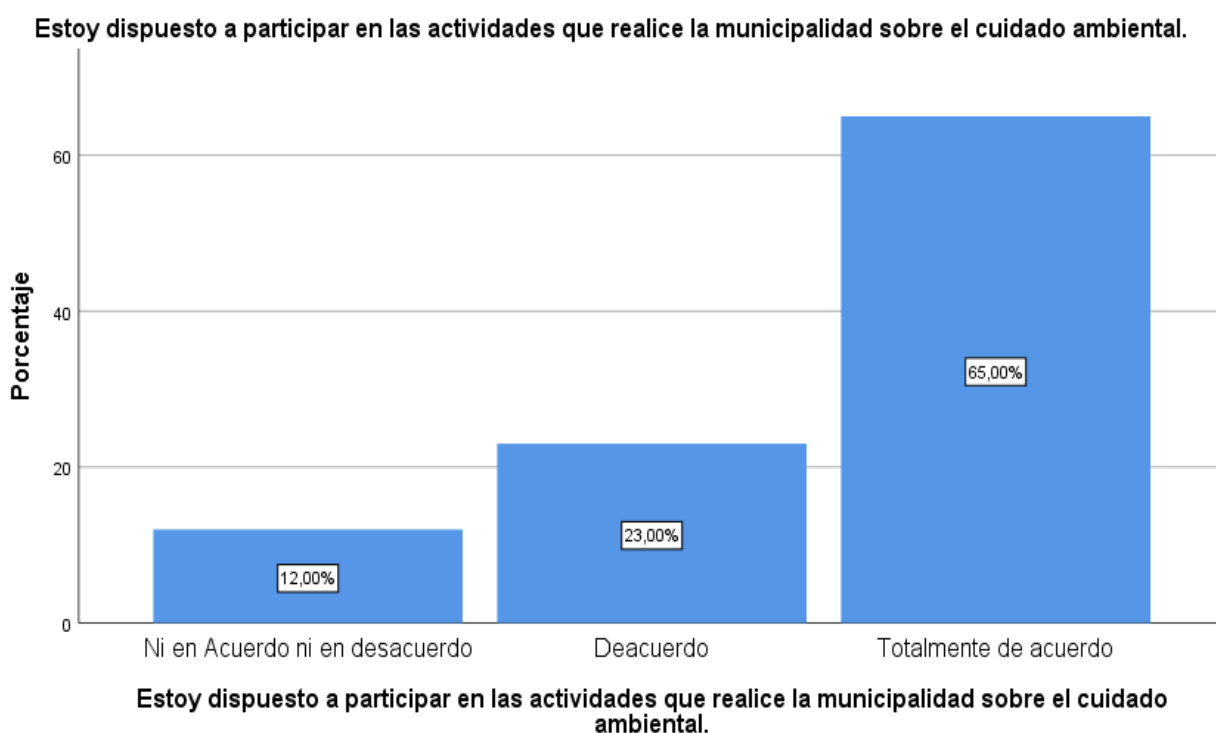


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 67% de los encuestados manifiesta que la municipalidad los incentiva en el intercambio cultural en la zona, mientras que el 33% de los pobladores la municipalidad si interviene con la motivación de los mismos. Este resultado es debido a que los pobladores que la municipalidad incentiva son mayormente los que están a cargo de Rúpac, esta entidad no lo hace con la totalidad de la población.

**21. Estoy dispuesto a participar en las actividades que realice la municipalidad sobre el cuidado ambiental.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	12	12,0	12,0	12,0
	De acuerdo	23	23,0	23,0	35,0
	Totalmente de acuerdo	65	65,0	65,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

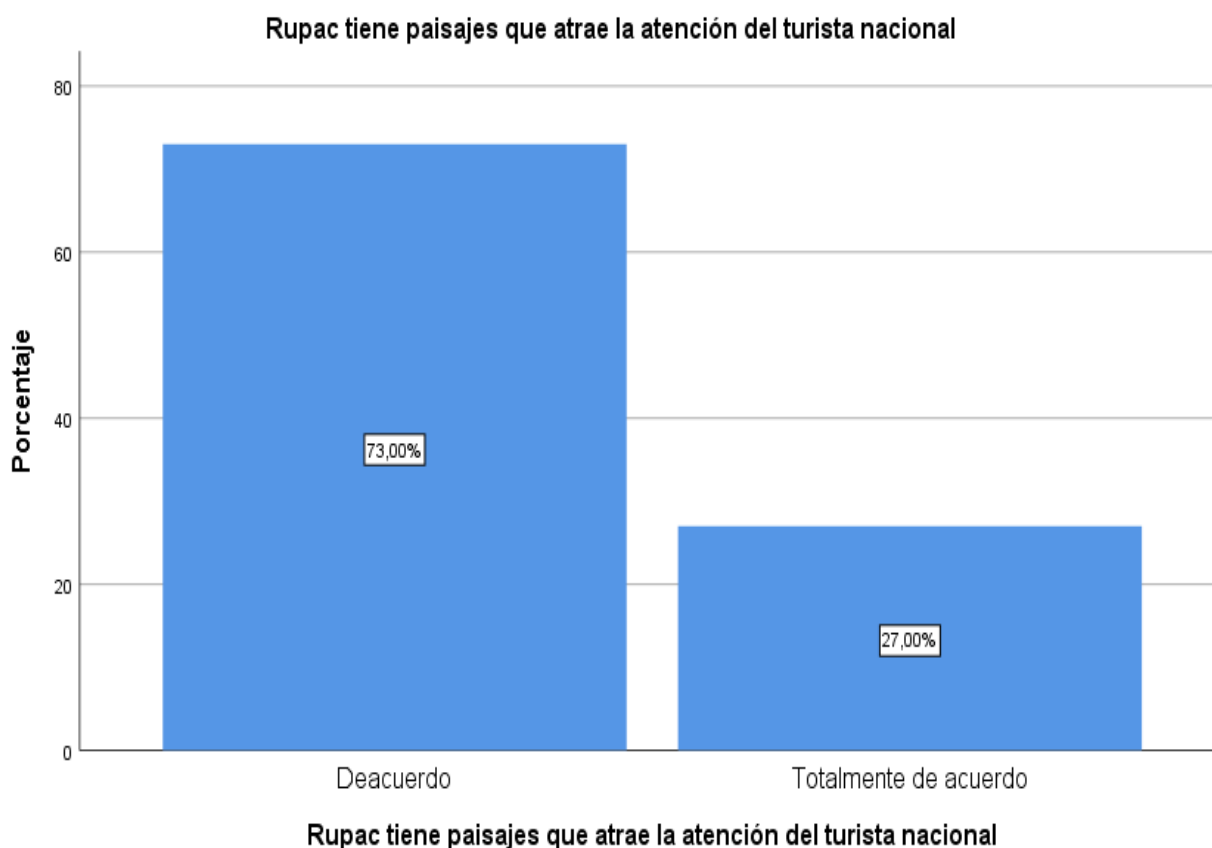


**Interpretación:**

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 65% de los encuestados está dispuesto a participar en las actividades que realice la municipalidad sobre el cuidado ambiental, mientras que el 12% no se encuentra con decisión segura para este tema. Se evidencia que en su gran mayoría los pobladores del complejo Arqueológico Rúpac están dispuestos a participar en estas actividades, esto favorece positivamente al complejo, puesto que mientras más informados estén del cómo cuidar el medio ambiente, habrá mejor preservación del lugar.

## 22. Rúpac tiene paisajes que atrae la atención del turista nacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	73	73,0	73,0	73,0
	Totalmente de acuerdo	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

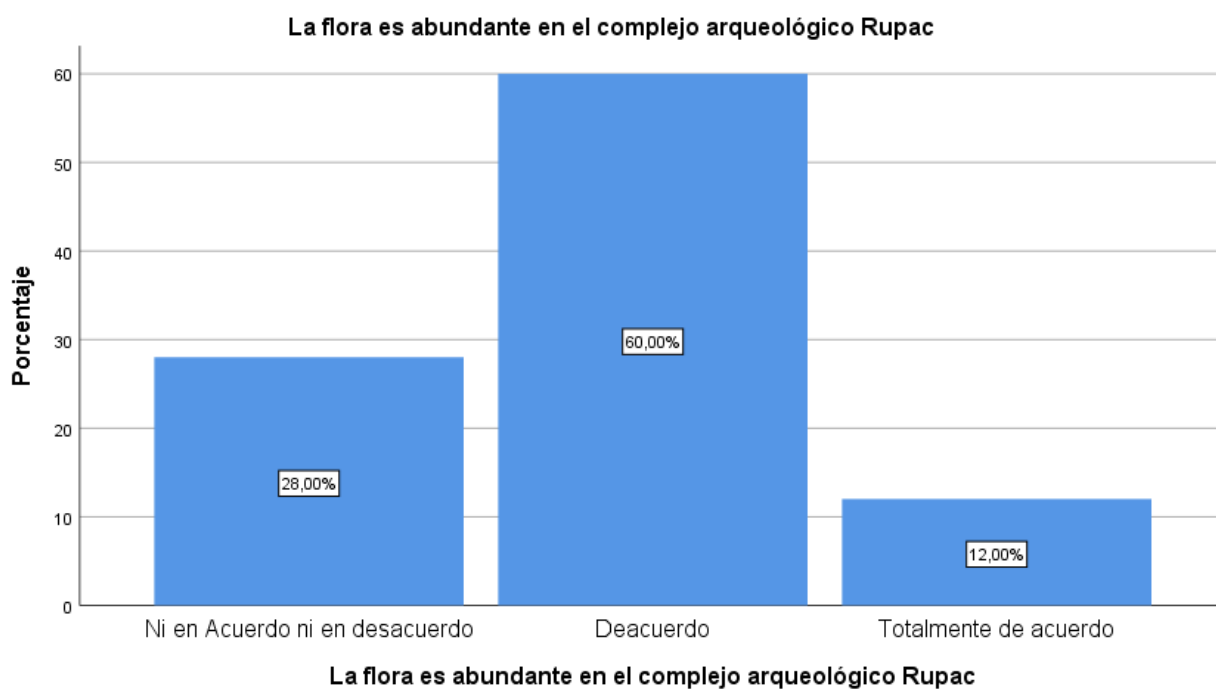


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 73% de los encuestados manifiesta que los turistas nacionales se sienten atraído por su paisaje, mientras que el 27% está seguro que una de las atracciones que tiene el complejo arqueológico es su paisaje. Este porcentaje se debe a que la mayoría de personas no visita Rúpac como se debe, si no que van en temporada seca, no acampan para disfrutar tanto el atardecer como el amanecer, esto hace que no se disfrute por completo de su paisaje natural.

### 23. La flora es abundante en el complejo arqueológico Rúpac

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	28	28,0	28,0	28,0
	De acuerdo	60	60,0	60,0	88,0
	Totalmente de acuerdo	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

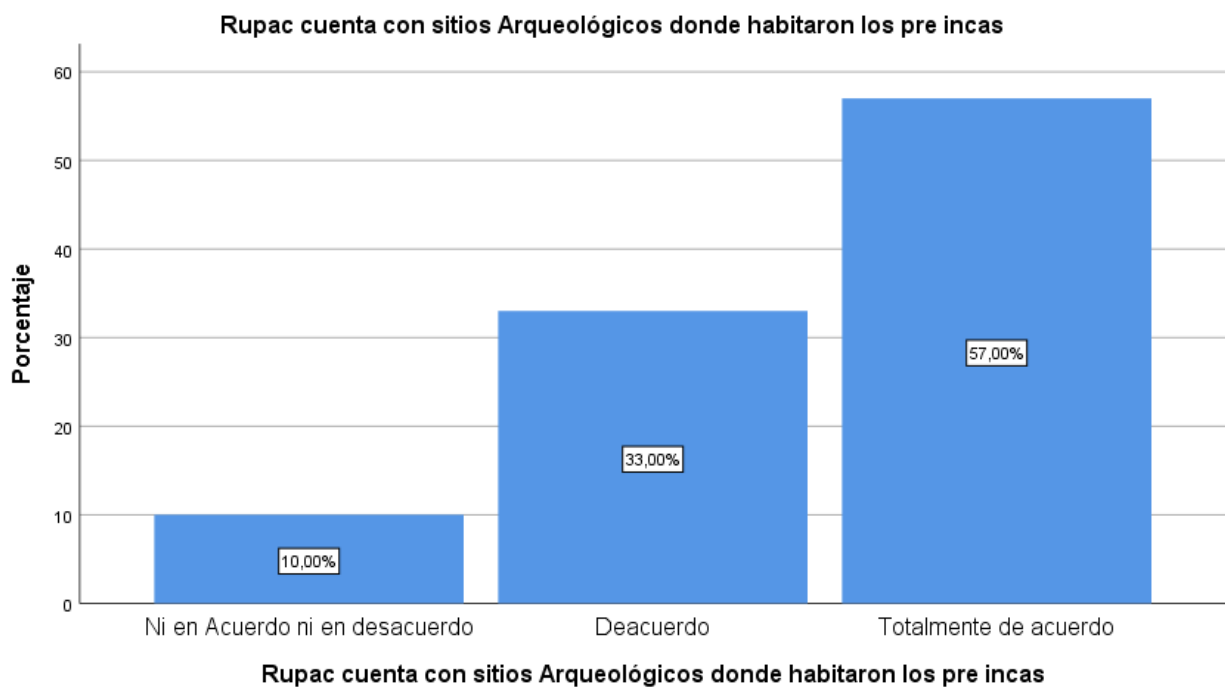


#### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 60% de esta de acuerdo que la flora es abundante en el complejo arqueológico Rúpac, mientras que solo el 12% está totalmente de acuerdo con que la flora es abundante, esto se debe a que este lugar se visualiza con mayor flora en época de invierno.

## 24. Rúpac cuenta con sitios Arqueológicos donde habitaron los pre incas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	33	33,0	33,0	43,0
	Totalmente de acuerdo	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

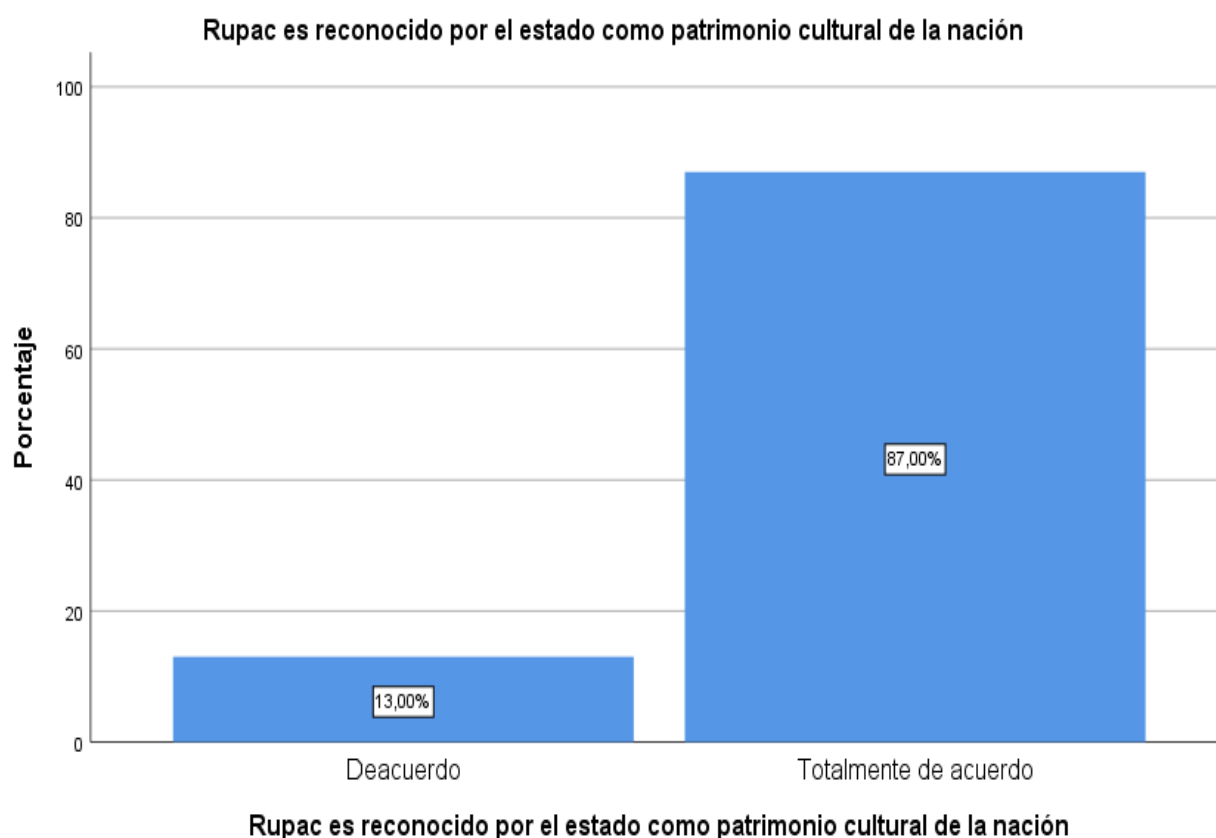


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 57% de los encuestados manifiestan que Rúpac cuenta con sitios Arqueológicos donde habitaron los pre-incas, mientras que el 10% desconoce del tema. Esto se debe a que no existe mucha información sobre el pasado de Rúpac, solo encontramos información básica tanto por parte de los pobladores como en redes.

## 25. Rúpac es reconocido por el estado como patrimonio cultural de la nación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	13	13,0	13,0	13,0
	Totalmente de acuerdo	87	87,0	87,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

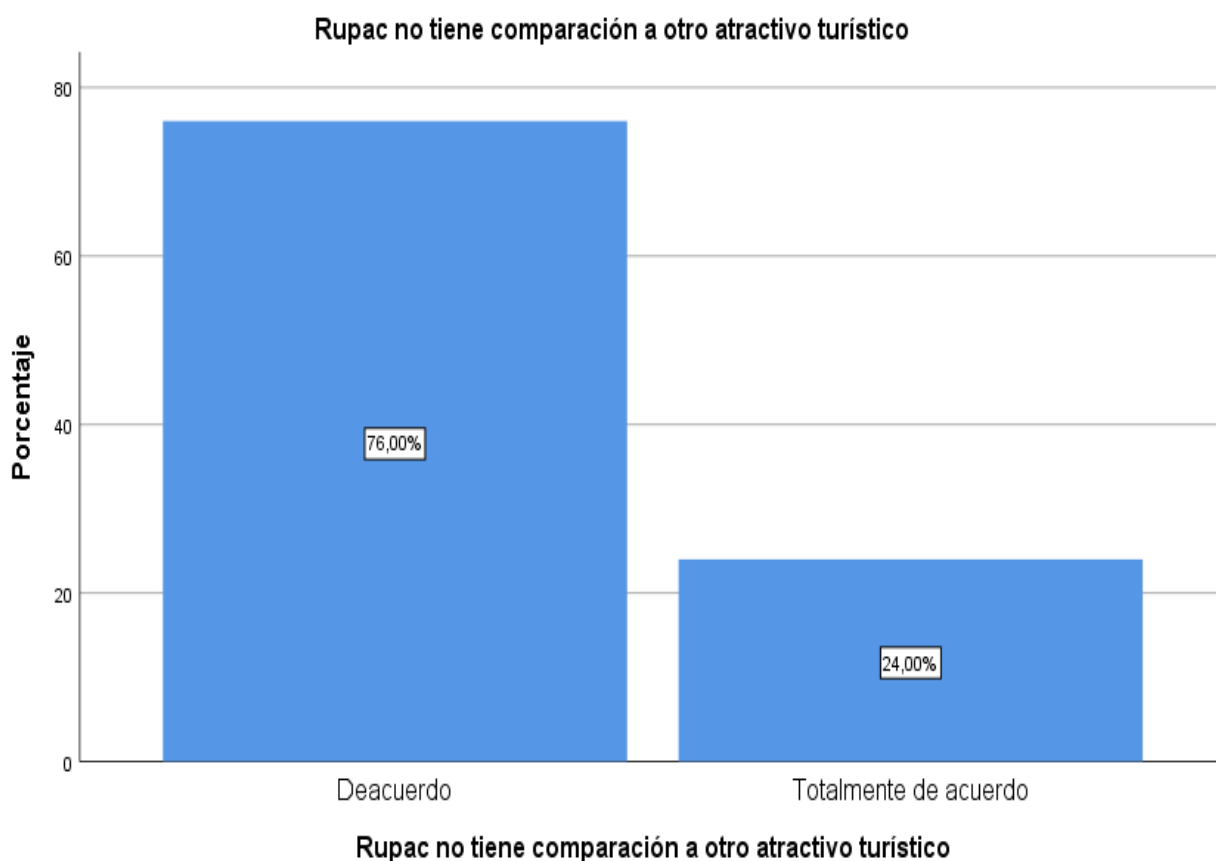


### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 87% de los encuestados saben que Rúpac es reconocido por el estado como patrimonio cultural de la nación, mientras que solo el 13% tiene duda de dicha información, Este resultado evidencia que existe una pequeña población que no cuenta con la completa información de Rúpac.

## 26. Rúpac no tiene comparación a otro atractivo turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	76	76,0	76,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



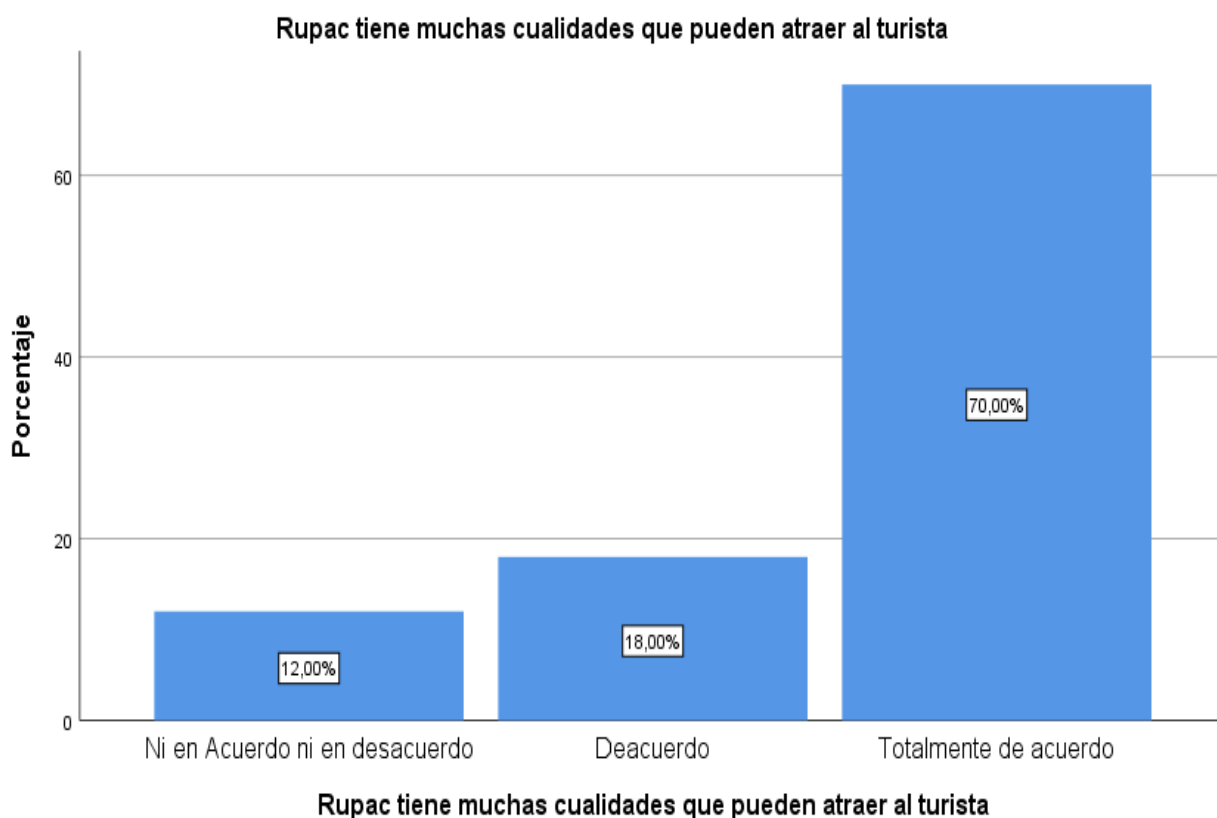
### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 76% de los encuestados manifiesta que posiblemente Rúpac no tiene comparación a otro atractivo turístico, mientras que solo el 24% nos dice que Rúpac no tiene comparación a otro atractivo turístico. La mayoría de personas tiene este concepto pues que el complejo es comparado con una maravilla del mundo, por ende lo relacionan involuntariamente.



## 27. Rúpac tiene muchas cualidades que pueden atraer al turista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	12	12,0	12,0	12,0
	De acuerdo	18	18,0	18,0	30,0
	Totalmente de acuerdo	70	70,0	70,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

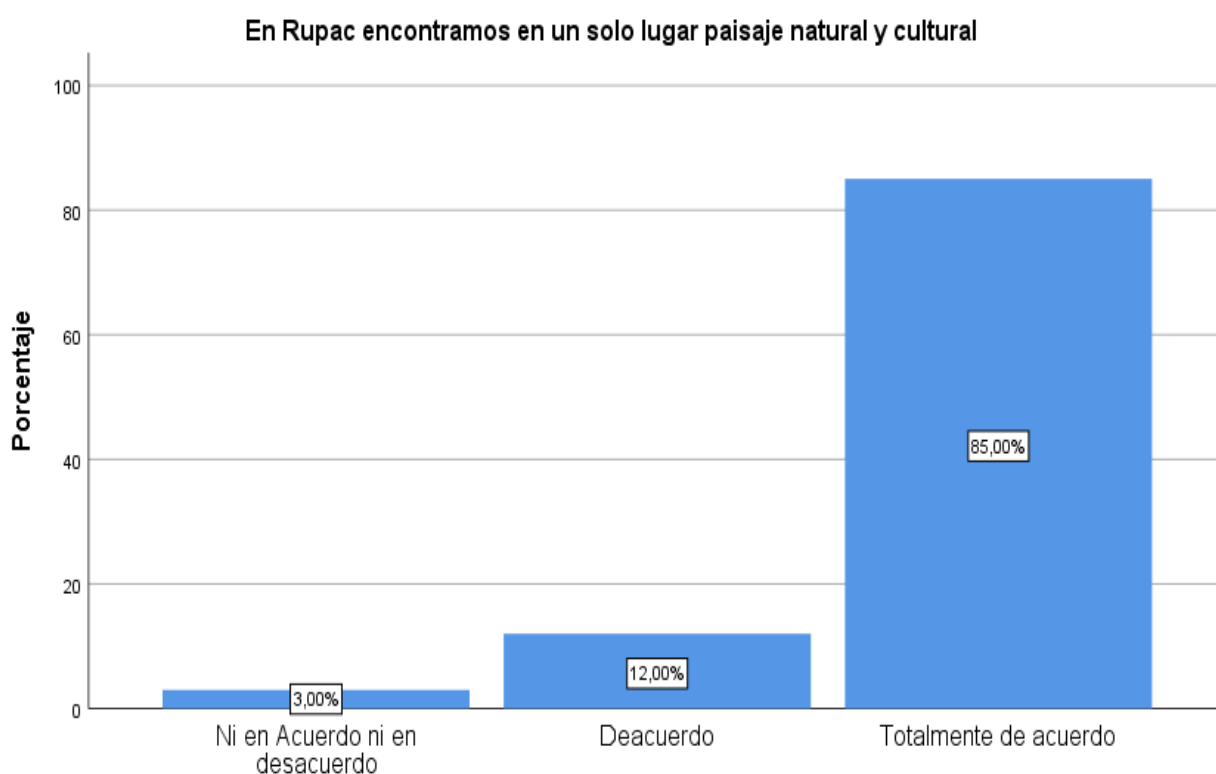


Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 70% de encuestados manifiesta que Rúpac tiene muchas cualidades que pueden atraer al turista, mientras que el 12% no opina sobre el tema, Este resultado evidencia que los pobladores de Rúpac están conscientes de las cualidades que tiene el lugar para poder cuidarlo y preservarlo.

## 28. En Rúpac encontramos en un solo lugar paisaje natural y cultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	3	3,0	3,0	3,0
	De acuerdo	12	12,0	12,0	15,0
	Totalmente de acuerdo	85	85,0	85,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



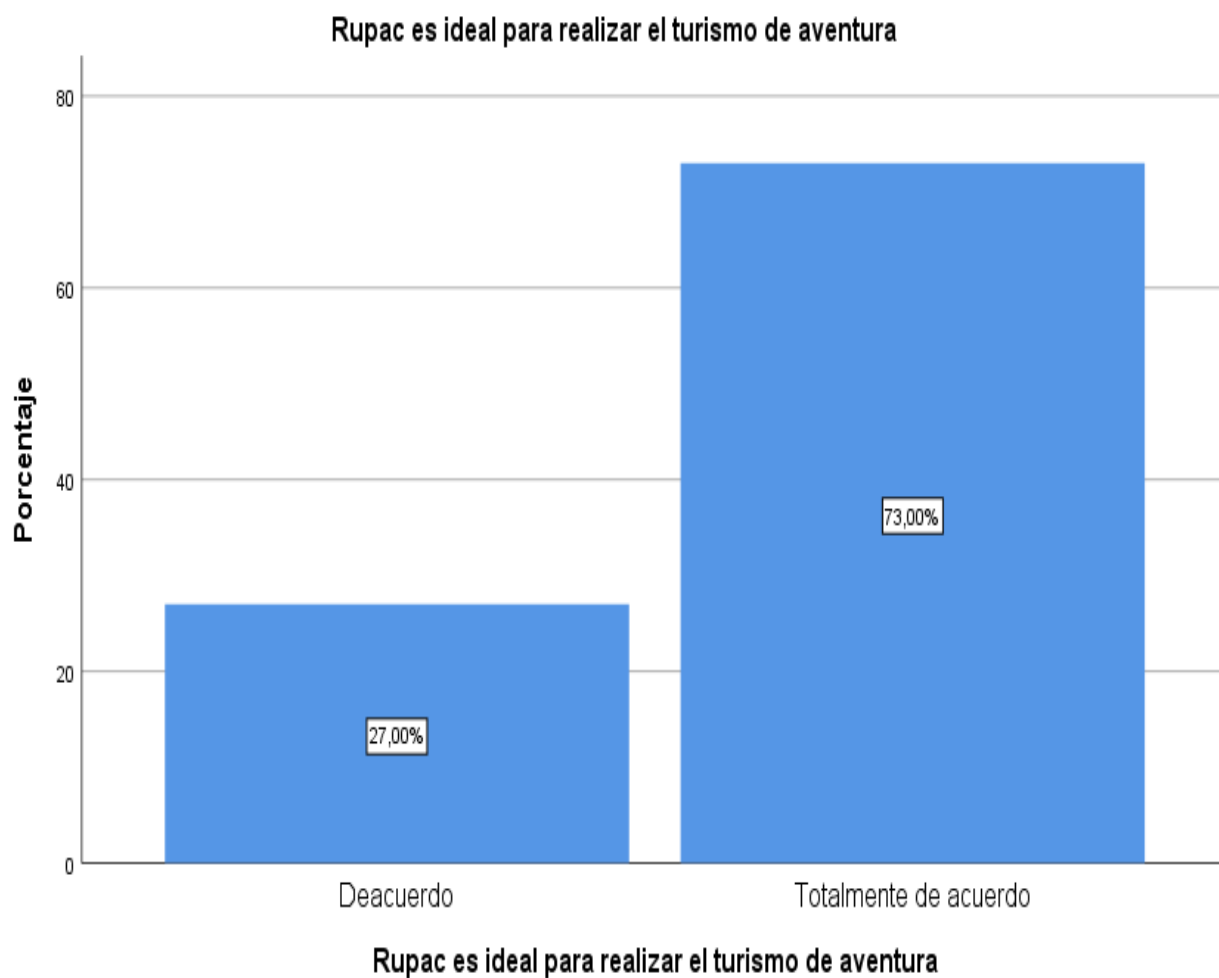
**En Rupac encontramos en un solo lugar paisaje natural y cultural**

Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 85% manifiesta que Rúpac cuenta en un solo lugar paisaje natural y cultural, mientras que solo el 3% no opina del tema, Este resultado es favorable para el lugar puesto que el paisaje natural y cultural es notorio no solo para el poblador sino también para los visitantes.

### 29. Rúpac es ideal para realizar el turismo de aventura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	27	27,0	27,0	27,0
	Totalmente de acuerdo	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

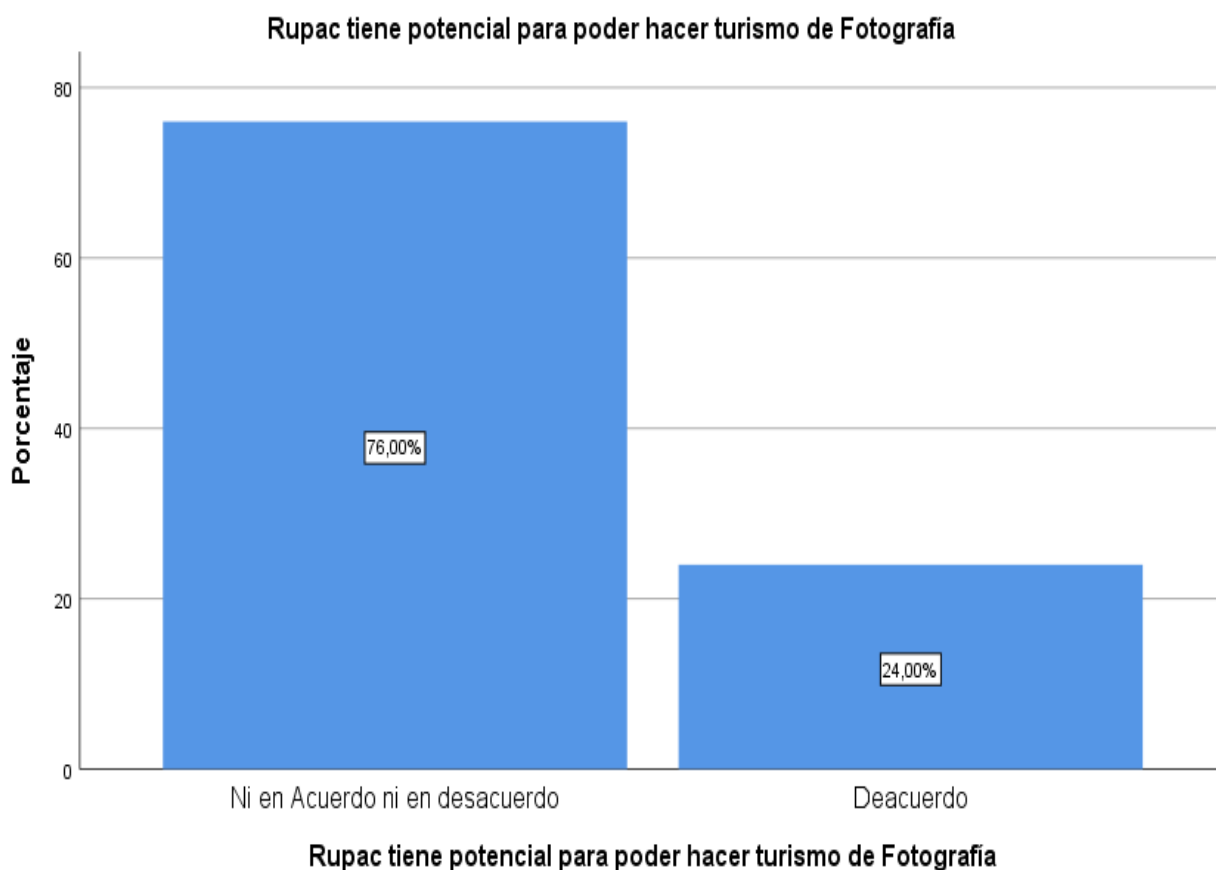


#### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 73% de encuestados manifiesta que Rúpac es ideal para realizar un turismo de aventura, mientras que el 27% no está completamente de acuerdo, Este resultado evidencia que el poblador es testigo de lo arriesgado que puede ser llegar a la cima y conocer Rúpac.

### 30. Rúpac tiene potencial para poder hacer turismo de Fotografía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en Acuerdo ni en desacuerdo	76	76,0	76,0	76,0
	De acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

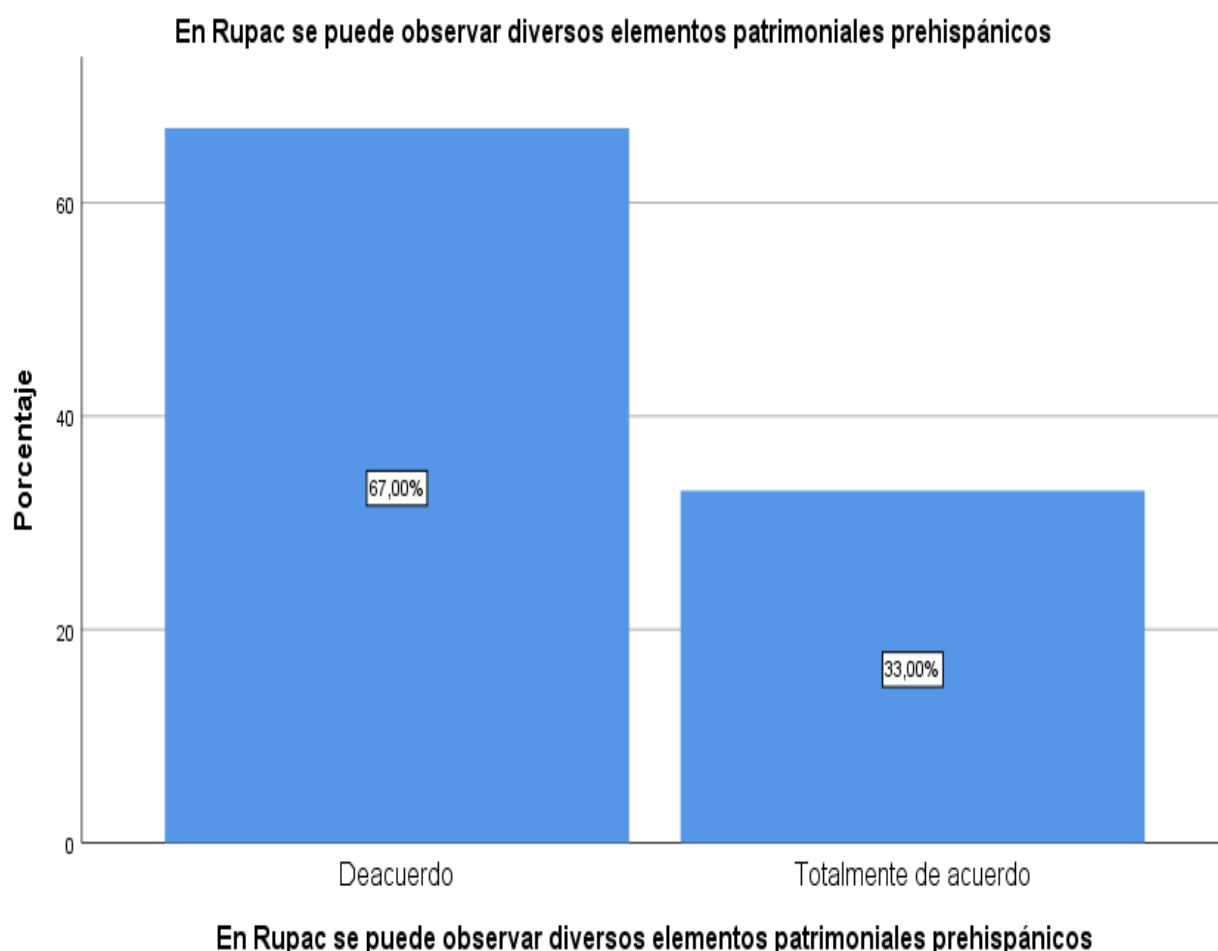


#### Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 76% de los encuestados no tiene claro si Rúpac tiene potencial para poder hacer turismo de Fotografía, mientras que el 24% posiblemente si tenga potencial, Este resultado va más por el lado de que la mayoría de personas visitan Rúpac en una época en la cual no encuentras flora, por ende el recorrido a Rúpac es totalmente seco y no se visualiza el paisaje como lo es en época de Invierno.

### 31. En Rúpac se puede observar diversos elementos patrimoniales prehispánicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	67	67,0	67,0	67,0
	Totalmente de acuerdo	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



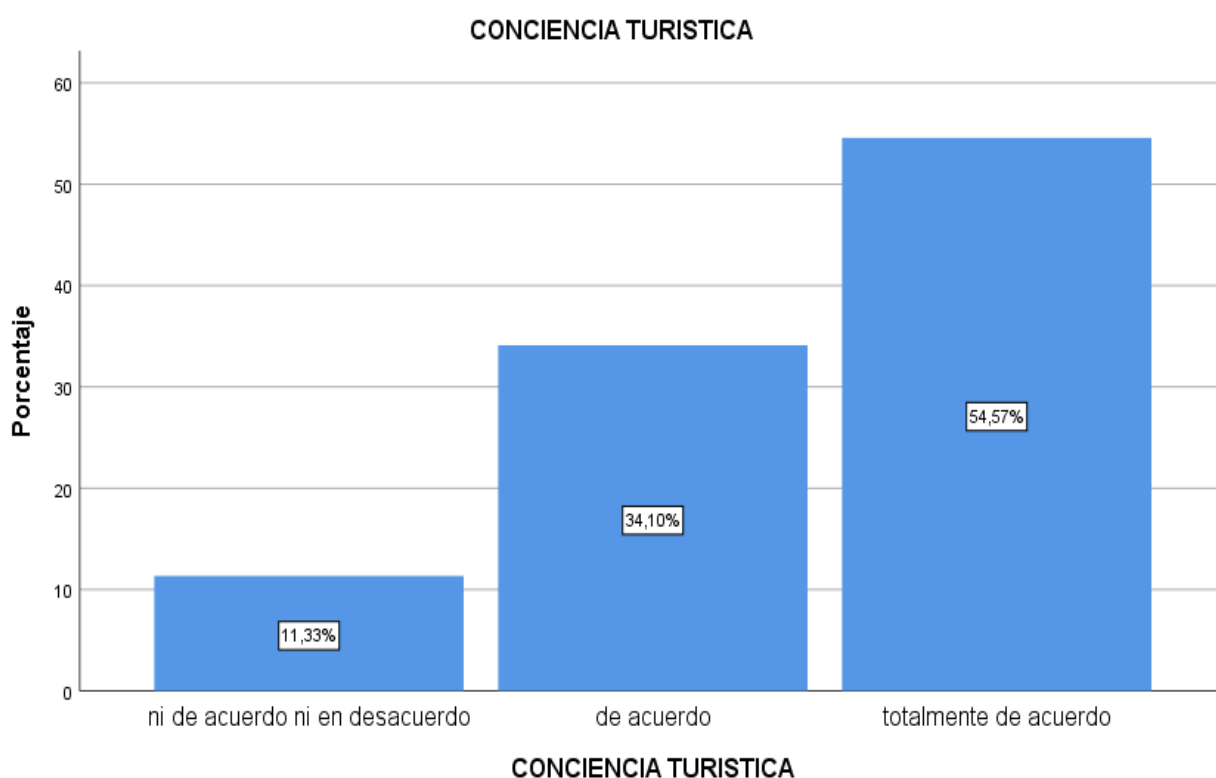
Interpretación:

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 67% de encuestados manifiestan que posiblemente en Rúpac se puede observar diversos elementos patrimoniales prehispánicos, mientras que el 33% observa con exactitud los elementos patrimoniales prehispánicos. Son notorio los diversos elementos que cuenta el complejo arqueológico puesto que con tan solo visualizar su infraestructura percibirás los elementos prehispánicos.

## Gráficos Inferenciales

### CONCIENCIA TURISTICA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	238	11,3	11,3	11,3
	de acuerdo	716	34,1	34,1	45,4
	totalmente de acuerdo	1146	54,6	54,6	100,0
	Total	2100	100,0	100,0	

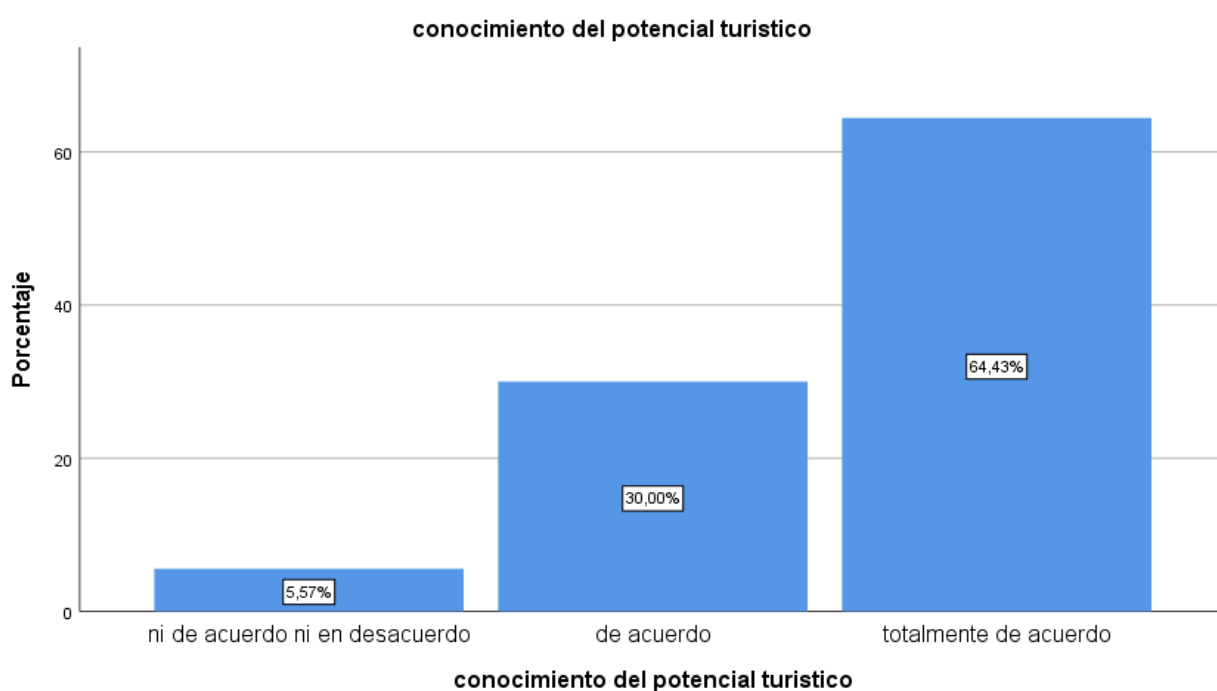


### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 54.57% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la variable conciencia turística, asimismo un 34.10% se muestra de acuerdo y un 11.33% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 88% de encuestados con una actitud positiva con respecto a la conciencia turística de los comuneros de San Salvador de Pampas y la Florida

### conocimiento del potencial turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	1,9	5,6	5,6
	de acuerdo	210	10,0	30,0	35,6
	totalmente de acuerdo	451	21,5	64,4	100,0
	Total	700	33,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1400	66,7		
Total		2100	100,0		

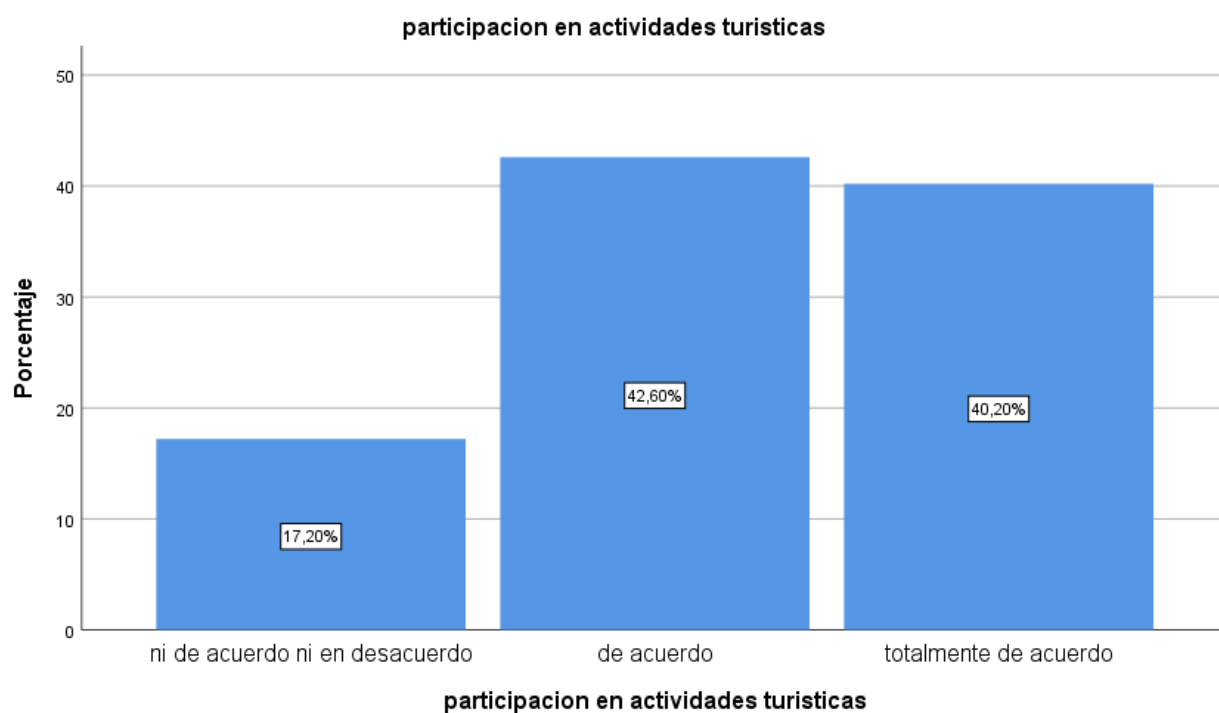


#### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 64.43% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la dimensión Conocimiento del Potencial Turístico, asimismo un 30% se muestra de acuerdo y un 5.57% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 90% de comuneros de San Salvador de Pampas y la Florida muestran un efectivo conocimiento sobre el potencial turístico de Rúpac.

### participación en actividades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	86	4,1	17,2	17,2
	de acuerdo	213	10,1	42,6	59,8
	totalmente de acuerdo	201	9,6	40,2	100,0
	Total	500	23,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1600	76,2		
Total		2100	100,0		



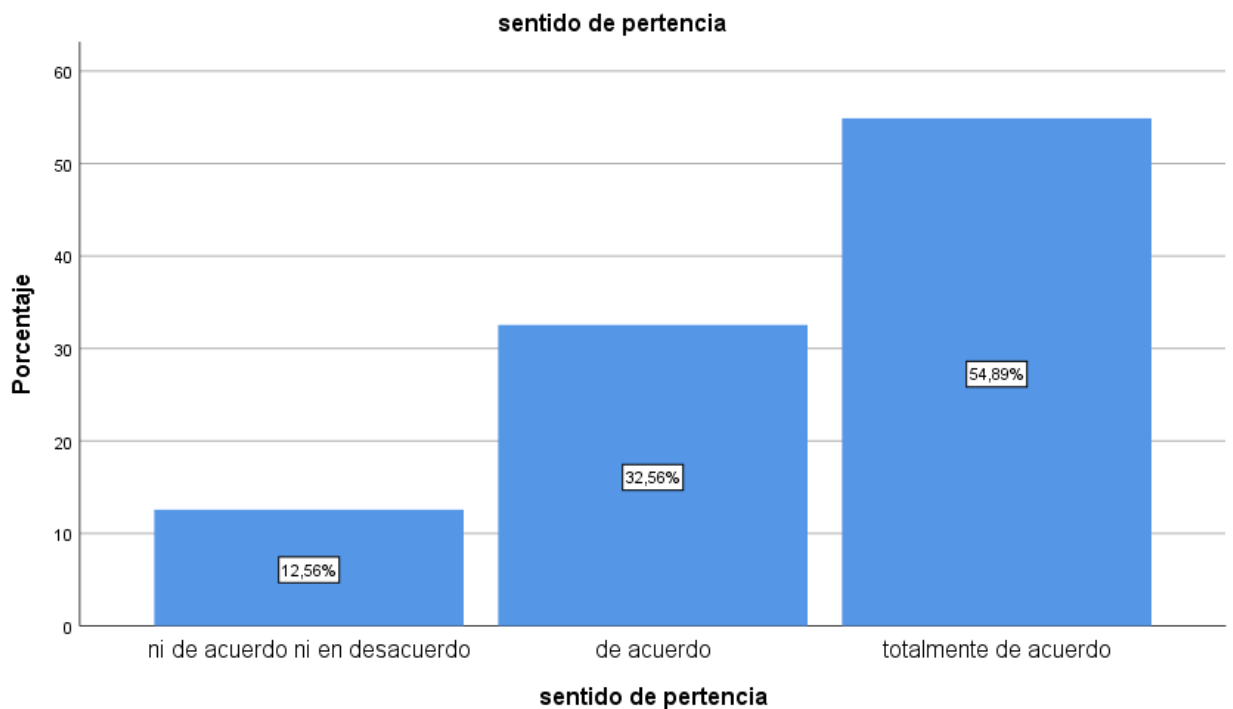
#### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 40.20% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la dimensión de Participación en actividades Turísticas, asimismo un 42.60% se muestra de acuerdo y un 17.20% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 85% de encuestados que participan positivamente en actividades turísticas en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida.



### sentido de pertenencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	113	5,4	12,6	12,6
	de acuerdo	293	14,0	32,6	45,1
	totalmente de acuerdo	494	23,5	54,9	100,0
	Total	900	42,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1200	57,1		
Total		2100	100,0		

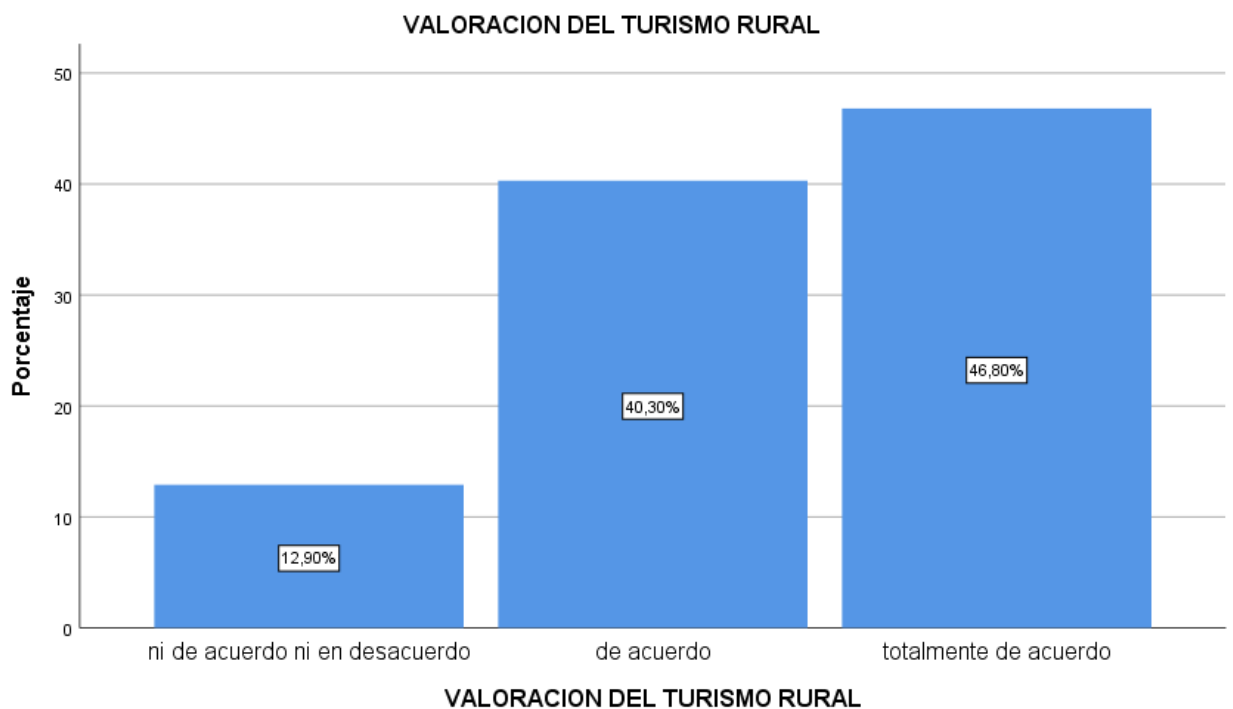


### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 54.89% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la dimensión Sentido de pertenencia, asimismo un 32.56% se muestra de acuerdo y un 12.56% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 85% de comuneros de San Salvador de Pampas y la Florida muestran un positivo sentido de Pertenencia sobre el complejo Arqueológico de Rúpac.

### VALORACIÓN DEL TURISMO RURAL

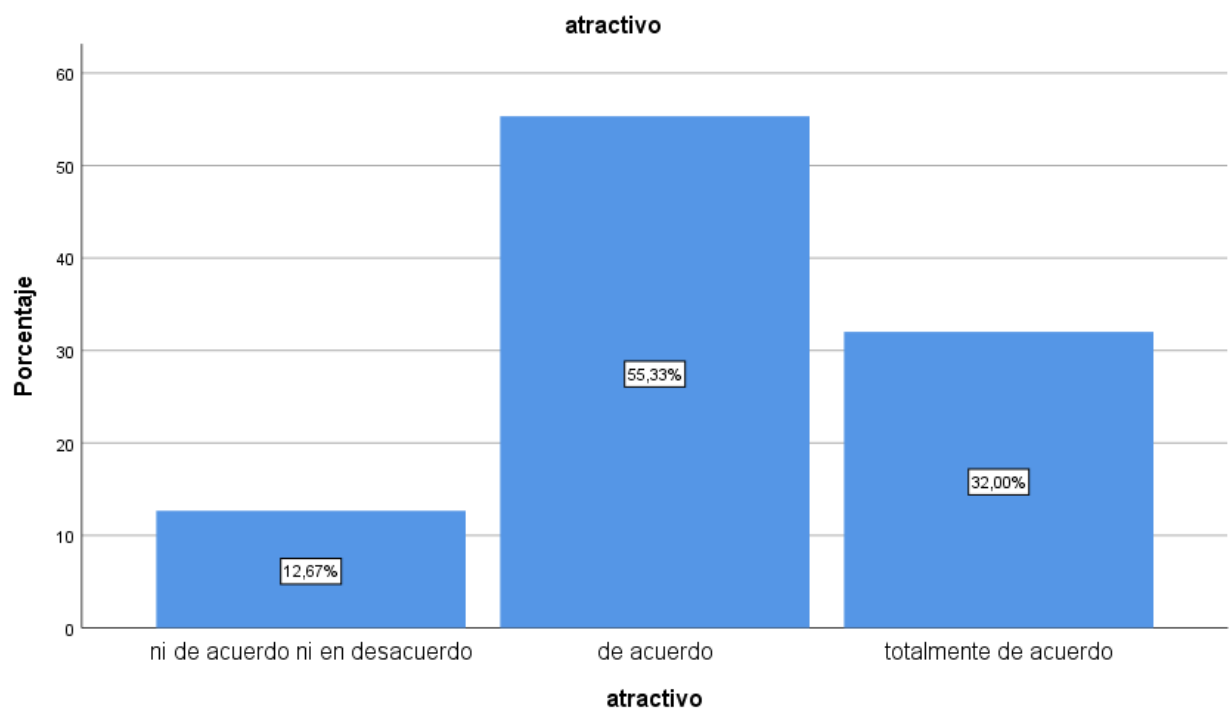
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	129	6,1	12,9	12,9
	de acuerdo	403	19,2	40,3	53,2
	totalmente de acuerdo	468	22,3	46,8	100,0
	Total	1000	47,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1100	52,4		
Total		2100	100,0		



#### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 46.80% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la variable Valoración del turismo Rural, asimismo un 40.30% se muestra de acuerdo y un 12.90% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 85% de comuneros de San Salvador de Pampas y la Florida muestran una valoración del turismo rural positiva.

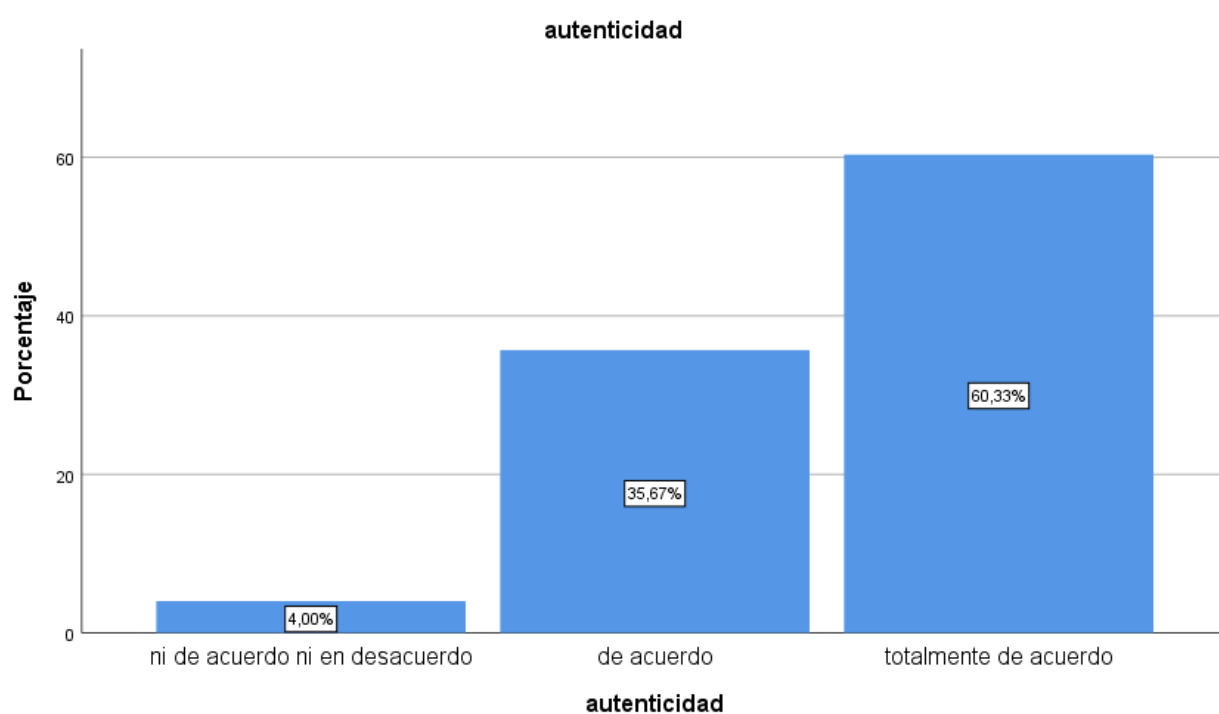
		atractivo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	1,8	12,7	12,7
	de acuerdo	166	7,9	55,3	68,0
	totalmente de acuerdo	96	4,6	32,0	100,0
	Total	300	14,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1800	85,7		
Total		2100	100,0		



### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 32% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la dimensión Atractivo, asimismo un 55.33% se muestra de acuerdo y un 12.67% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 85% de comuneros de San Salvador de Pampas y la Florida manifiestan que existe un Atractivo considerable sobre complejo arqueológico Rúpac.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	,6	4,0	4,0
	de acuerdo	107	5,1	35,7	39,7
	totalmente de acuerdo	181	8,6	60,3	100,0
	Total	300	14,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1800	85,7		
Total		2100	100,0		

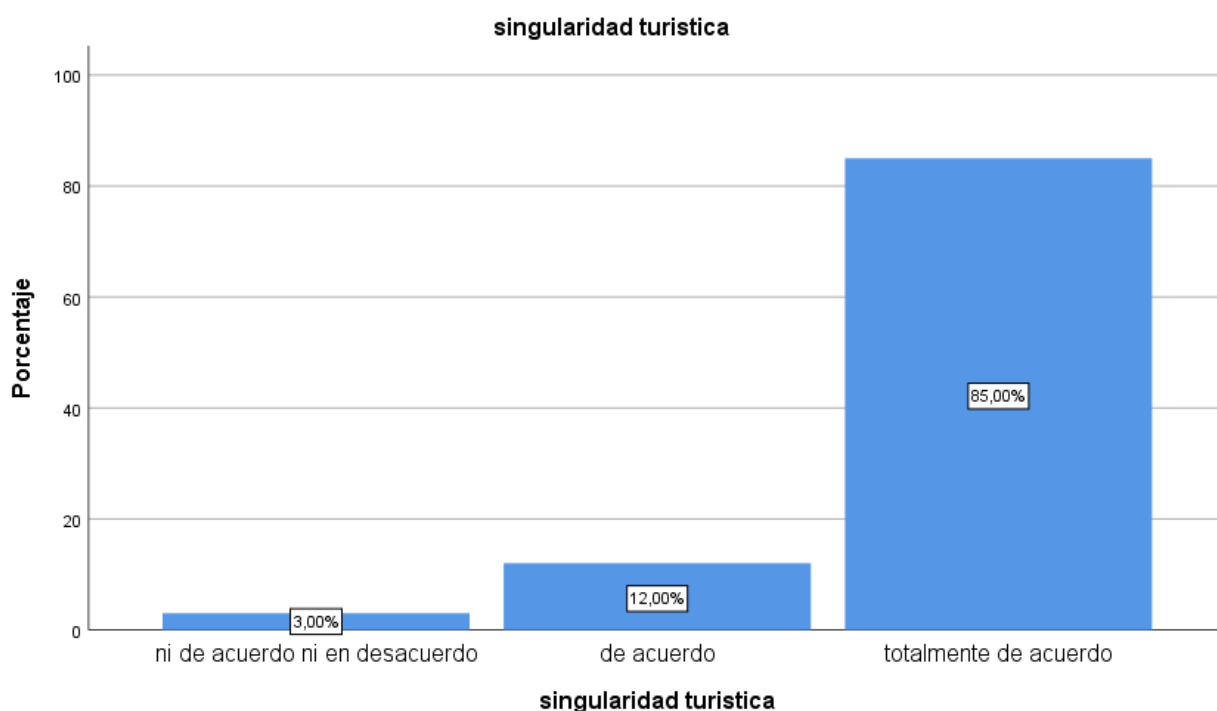


### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 60.33% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la dimensión Autenticidad, asimismo un 35.67% se muestra de acuerdo y un 4% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 95% de comuneros de San Salvador de Pampas y la Florida donde muestran que el complejo arqueológico Rúpac cuenta con una autenticidad notoria.

### singularidad turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	,1	3,0	3,0
	de acuerdo	12	,6	12,0	15,0
	totalmente de acuerdo	85	4,0	85,0	100,0
	Total	100	4,8	100,0	
Perdidos	Sistema	2000	95,2		
Total		2100	100,0		

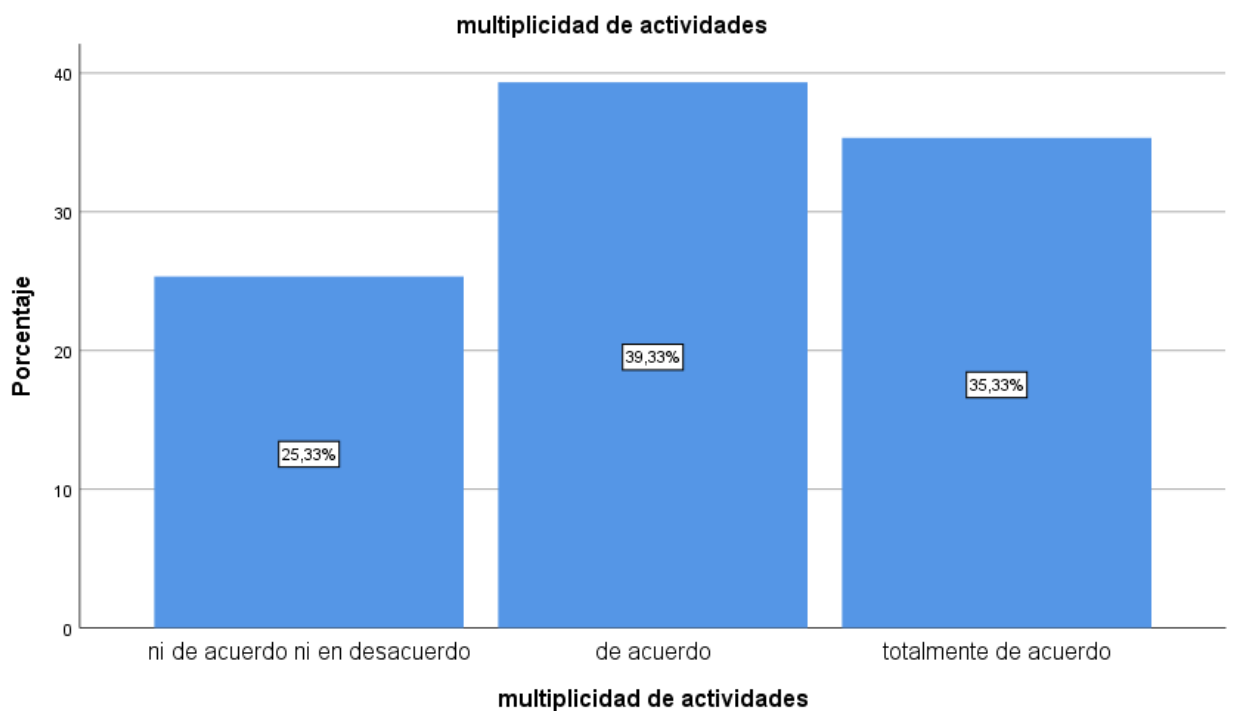


### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 85% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la dimensión Singularidad Turística, asimismo un 30% se muestra de acuerdo y un 5.57% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 90% de comuneros de San Salvador de Pampas y la Florida muestran un efectivo conocimiento sobre el potencial turístico de Rúpac.

### multiplicidad de actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	76	3,6	25,3	25,3
	de acuerdo	118	5,6	39,3	64,7
	totalmente de acuerdo	106	5,0	35,3	100,0
	Total	300	14,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1800	85,7		
Total		2100	100,0		



#### Interpretación

De todos los comuneros encuestados en la comunidad campesina San Salvador de Pampas y la Florida el 35.33% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo con los ítems respecto a la dimensión Multiplicidad de actividades, asimismo un 39.33% se muestra de acuerdo y un 25.33% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Si sumamos los dos primeros, suman un 80% de comuneros de San Salvador de Pampas y la Florida manifiestan que existe una multiplicidad de actividades en el complejo arqueológico Rúpac.

## Contrastación de Hipótesis

### Prueba de normalidad

En la prueba de la normalidad se aplicó la estadística de Kolmogorov Smirnov a una muestra de 100 pobladores del entorno del complejo arqueológico de Rúpac.

**TABLA 3.** Cuadro prueba de normalidad.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
CONCIENCIA	,179	100	,000	,933	100	,000
VALORACION	,130	100	,000	,946	100	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:  $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$ , con un 95% de confianza, por lo tanto, se admite la hipótesis alterna y se niega la hipótesis nula, la conciencia turística tiene una relación significativa con la valoración del turismo. En la tabla 4, se observó el resultado de la prueba de kolmogorov smirnov; lo cual la distribución de los datos recolectados no es normal, obteniéndose un valor de significancia 0.000 para ambas variables, que es menor a 0.05, por ende, se usó la estadística de Rho de Spearman.

### Prueba de hipótesis

**TABLA 4.** Niveles de correlación dependiendo el coeficiente Rho.

Coeficiente	Correlación
-1.00	Correlación negativa grande o perfecta
-0.90	Correlación negativa muy alta o muy fuerte
-0.75	Correlación negativa alta o considerable
-0.50	Correlación negativa moderada o media
-0.25	Correlación negativa baja o débil
-0.10	Correlación negativa muy baja o muy débil
+0.00	No existe Correlación alguna entre las variables o es nula
+0.10	Correlación positiva muy baja o muy débil
+0.25	Correlación positiva baja o débil
+0.50	Correlación positiva moderada o media
+0.75	Correlación positiva alta o considerable
+0.90	Correlación positiva muy alta o muy fuerte
+1.00	Correlación positiva grande y perfecta.

Para la contratación de hipótesis se obtuvo el siguiente resultado:

Hipótesis General:

Para la contratación de hipótesis se obtuvo el siguiente resultado:

Ho: La conciencia turística no se relaciona significativamente con la Conciencia Turística y Valoración del Turismo en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, 2019

Ha: La conciencia turística se relaciona significativamente con la Conciencia Turística y Valoración del Turismo en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, 2019

**TABLA 5.** *Conciencia turística y valoración del turismo.*

			Correlaciones	
			CONCIENCIA	VALORACIÓN
Rho de Spearman	CONCIENCIA	Coeficiente de correlación	1,000	,758**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	VALORACIÓN	Coeficiente de correlación	,758**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la tabla 5 se muestra una correlación de 0.758 para ambas variables teniendo una población de N=100, comparado con los niveles de correlación de la tabla 5 existe una correlación positiva alta o considerable; así mismo se observó que la significancia bilateral encontrada es 0.000, lo cual es menor al nivel de significancia de 0.05, con un 95% de confianza. Por lo tanto, la hipótesis alterna se acepta y se niega la hipótesis nula, en consecuencia, La conciencia turística se relaciona significativamente con la Conciencia Turística y Valoración del Turismo en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral 2019.

Hipótesis específica 1

El conocimiento del potencial turístico se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el Complejo Arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019



**TABLA 6.** *Conocimiento y valoración del turismo.*

			Correlaciones	
			conocimiento	VALORACIÓN
Rho de Spearman	conocimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,661**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	VALORACIÓN	Coeficiente de correlación	,661**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

Interpretación: En la tabla 6 se muestra una correlación de 0.661 para ambas variables teniendo una población de N=100, comparado con los niveles de correlación de la tabla 5 existe una correlación moderada o media; así mismo se observó que la significancia bilateral encontrada es 0.000, lo cual es menor al nivel de significancia de 0.05, con un 95% de confianza. Por lo tanto, la hipótesis alterna se acepta y se niega la hipótesis nula, en consecuencia, El conocimiento se relaciona significativamente con la Conciencia Turística y Valoración del Turismo en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral 2019.

#### Hipótesis específica 2

La participación en actividades turísticas se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019.

**TABLA 7.** *Participación y valoración del turismo.*

			Correlaciones	
			participación	VALORACIÓN
Rho de Spearman	participación	Coeficiente de correlación	1,000	,552**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	VALORACIÓN	Coeficiente de correlación	,552**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

Interpretación: En la tabla 7 se muestra una correlación de 0.552 para ambas variables

teniendo una población de N=100, comparado con los niveles de correlación de la tabla 5 existe una correlación moderada o media; así mismo se observó que la significancia bilateral encontrada es 0.000, lo cual es menor al nivel de significancia de 0.05, con un 95% de confianza. Por lo tanto, la hipótesis alterna se acepta y se niega la hipótesis nula, en consecuencia, La participación se relaciona significativamente con la Conciencia Turística y Valoración del Turismo en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral 2019.

### Hipótesis específica 3

El sentido de pertenencia se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019.

**TABLA 8.** *Sentido de pertenencia y valoración del turismo.*

		Correlaciones		
		sentido	VALORACIÓN	
Rho de Spearman	sentido	Coeficiente de correlación	1,000	,683**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	VALORACIÓN	Coeficiente de correlación	,683**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

Interpretación: En la tabla 8 se muestra una correlación de 0.683 para ambas variables teniendo una población de N=100, comparado con los niveles de correlación de la tabla 5 existe una correlación moderada o media; así mismo se observó que la significancia bilateral encontrada es 0.000, lo cual es menor al nivel de significancia de 0.05, con un 95% de confianza. Por lo tanto, la hipótesis alterna se acepta y se niega la hipótesis nula, en consecuencia, El Sentido de pertenencia se relaciona significativamente con la Conciencia Turística y Valoración del Turismo en el complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral 2019.

#### IV. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación existente entre la conciencia turística y la valoración del turismo en el Complejo Arqueológico de Rúpac, además, se buscó determinar la relación entre cada dimensión de la variable, conocimiento del potencial turístico, participación en actividades turísticas, sentido de pertenencia) con la variable valoración del turismo. Este estudio, nace debido a la poca conciencia turística que existe tanto en diversos sitios del Perú como en el mundo, dando a conocer la escasa educación que tienen los pobladores de las comunidades receptoras, esto provoca que un atractivo o recurso turístico no solo disminuya su afluencia, sino también se tenga un mal concepto del lugar, tal como nos indica Flores e Ishuiza (2007, p. 23), donde expresa que la conciencia turística interviene en el desarrollo turístico, pues es uno de los pilares esenciales para un desarrollo con responsabilidad y sostenibilidad, además, incluye actitudes y/o comportamientos favorables respecto a los turistas, el cuidado del medio ambiente, así como el restablecimiento de los valores naturales propios y culturales.

Así mismo, Sosa (2004, p. 15), hace mención a indica que es vital las actitudes y el comportamiento de la población respecto a los turistas, ya que la conciencia turística tiene relación con el conocimiento del potencial turístico, la bienvenida, hospitalidad, y aprovechamiento de los recursos que generen beneficios a la nación. Lo importante que es para el turista el comportamiento que el poblador tiene con ellos, la hospitalidad, la bienvenida son factores fundamentales para que este se sienta conforme con la atención en el lugar, permitiendo que valore el recurso o atractivo turístico que está visitando. Gracias a estos dos autores podemos tener una mejor idea de que es lo que realmente motiva a que un turista valore y promueva el turismo responsable de un determinado lugar, teniendo en cuenta la buena disposición para atender, guiar y orientar a un turista. Es por ello que se busca orientar y capacitar a los pobladores de diferentes comunidades de nuestro país para que estén aptos para poder recibir y dar una buena información a los turistas sobre el lugar que están visitando.

Por otro lado, apreciamos que la conciencia turística si tiene relación con la valoración del turismo Rural, tal es el caso del complejo Arqueológico Rúpac el cual por ciertos motivos los turistas muy poco conocen la originalidad y singularidad de dicho complejo, es por ello que no conservan y protegen el lugar, ya que se evidencia la mala conciencia turística en el recorrido hacia Rúpac.

Con respecto al conocimiento del potencial turístico representan en gran mayoría un positivo resultado, esto se debe a que los pobladores de hoy en día de la comunidad San Salvador de Pampas y La Florida, tienen toda su vida viviendo ahí, por ende, sus generaciones antiguas los han informado desde cómo comenzó la construcción de dicho complejo arqueológico, esto es sumamente importante ya que saben cómo interactuar mejor con los turistas, así mismo, tenemos que tener en cuenta que existe un porcentaje de la población que no cuenta con conocimiento sobre el potencial turístico, esto puede ser desfavorable para el atractivo puesto que esa mala información puede llegar a absorber cualquier turista que se encuentre en el complejo. En concordancia a lo mencionado, Ginés (2010, p. 10), señala que la identificación del potencial turístico consiste en registrar íntegramente la totalidad de los elementos turísticos que por sus particularidades naturales, culturales y/o humanos, representan un recurso para el turista.

Así mismo (Cardona, 2012, p. 332), nos dice que el nivel de conocimiento de la población acerca de la contribución del turismo, es muy importante, pues ejerce de algún modo influencia en su actitud hacia al turismo, pues, la inquietud de temas locales interesa a toda la comunidad, lo cual trae consigo beneficios o problemas para ellos. Gracias a estos dos autores podemos apreciar que no solo basta con tener un buen conocimiento sobre el potencial turístico si no también el riesgo que puede correr dicho lugar, si la población no sabe sobre los factores negativos que puede tener el complejo arqueológico Rúpac, por ejemplo si yo sé cuántas horas tardará un turista subiendo hacia Rúpac y no le informo sobre que si desea apreciar el atardecer tiene que acampar arriba, tiene que tener con que abrigarse puesto que tiene una altura de aproximadamente más de 3850 m.s.n.m. Si esta básica información no se transmite al turista en definitiva no se podrá apreciar ni disfrutar en su totalidad las cualidades paisajísticas que tiene el complejo Arqueológico.

Por ello, es vital que demos la información no solo de lo positivo que es y que encontraremos rumbo al lugar, si no también advertirles sobre posibles eventualidades que puedan ocurrir en cualquier instancia, si lo vemos por el lado positivo es favorable para la comunidad ya que algunos turistas no se informan sobre los implementos básicos que se tiene que tener para visitar Rúpac por ende incrementaría la rentabilidad de alquiler de brazadas, sleeping, bastones de trekking y carpas.

Con relación a la participación en actividades turísticas la población participa considerablemente y está dispuesta a seguir con las actividades turísticas que se presenten en el complejo arqueológico Rúpac, esto hará que los pobladores conozcan más el atractivo

de cerca y a la vez interactuar con el turista dándole una mayor experiencia en su recorrido, en concordancia a lo mencionado López Sánchez *et. al* (como se citó en Espinoza, Enderica y Caicedo, 2017, p. 141), definen a los servicios turísticos como elementos complementarios que dan facilidades para efectuar las visitas turísticas, posibilitan así también, el conocimiento de los recursos, y la realización de actividades dentro de estos, con el objetivo de brindar experiencias innovadoras a quienes las practican, agregándole un valor extra. Es preciso señalar que los servicios básicos se incluyen en los servicios turísticos.

Por ello, Flores e Ishuiza (2007, p. 25), nos dice que la participación de actividades turísticas se compone de un grupo de acciones que establezcan un vínculo directo o indirecto con la actividad turística, esta a su vez, trae consigo la prestación de servicios turísticos, tales como el transporte, guiado, alimentación, entre otros, osea, ofrece a los turistas, bienes y servicios, cuya función será la complacencia de las demandas y sobrepaso de las expectativas de los turistas. Además, las actividades turísticas tienen implicancias sobre el desarrollo de los productos turísticos, que se transforman en el factor por el que los turistas requieren que les brinden tales servicios durante su estancia en el destino. Por ejemplo, en la comunidad campesina de Pampas, hacen un concurso sobre conocimiento previo del complejo arqueológico, el ganador de dicha actividad no paga el alquiler de uno de los implementos básicos para empezar con el recorrido a Rúpac, esto no solo beneficia al turista sino también al poblador ya que sus visitantes estarán seguros de las posibles eventualidades negativas que puedan ocurrir rumbo a Rúpac.

Por ello, es necesario que no solo una parte de pobladores participen en estas actividades sino en su totalidad así como las autoridades, dar ideas y apoyar en dichas actividades para que no solo el poblador tenga beneficios si no también el visitante.

Por lo que se refiere a los pobladores de San Salvador de Pampas y la Florida presentan un alto y positivo sentido de pertenencia puesto que el cuidado ambiental que le dan los mismos pobladores es bueno, ya que tratan de mantener al complejo Arqueológico cuidado a pesar de las malas actitudes que algunos turistas tienen con este lugar. En concordancia a lo mencionado, es trascendental el conocimiento de los lugares de nuestro país, localidad o comunidad, a fin de propiciar cambios en la actitud y comportamiento en las personas, así como crear estrategias para el bien de las personas, no solo del lugar, sino también del entorno, con el propósito de concientizar a la población mediante capacitaciones por parte del Estado o las municipalidades. De manera prioritaria se debe plantear metas a corto plazo, de manera que la comunidad local valore y proteja su patrimonio, teniendo la

información necesaria para dicha acción. Así mismo, al hablar de identidad cultural, esta se vincula al sentido de pertenencia respecto a una agrupación social con el que se comparte múltiples aspectos, tales como valores, creencias, y costumbres. Cabe señalar que la identidad es propiciada por componentes de antropología, y sociología, captando influencias del exterior de forma permanente (Molano, 2006, p. 12).

Es por eso que la población tiene que intervenir siempre que observa alguna actitud negativa como por ejemplo con los grafitis que existen en algunas rocas que se encuentran yendo al complejo, o la basura y embaces descartables de agua que se encuentra en el piso, así como también desperdicio de comida enlatada en el lugar donde se acampa, por ende la comunidad siempre busca el apoyo de autoridades para una mejor actitud de los pobladores así como el cumplimiento de ciertas normas ya establecidas para cuidar y preservar el medio ambiente, esto hará que la hospitalidad que le brindan a los visitantes sea con mayor respeto y cariño, ya que si los pobladores identifican a los turistas que infieren en la mala conciencia turística no tendrán la mejor disposición para atenderlos y esto desfavorecerá tanto a la comunidad como a los mismos visitantes, en vez de no tener una buena hospitalidad con ellos, enseñarles y orientarlos a que cuiden y preserven el complejo Arqueológico Rúpac.

En relación a la variable valoración del turismo rural, muestra un positivo resultado por parte de la población de la comunidad campesina de Pampas y la Florida esto se debe a que el complejo Arqueológico Rúpac es un atractivo que cuenta con una autenticidad y singularidad turística única así lo demuestran los resultados de esta investigación, así como también cuenta con una multiplicidad de actividades que favorecen al complejo, todo esto es posible gracias al apoyo de las municipalidades y de la región, puesto que sin la ayuda de estos no podríamos conservar un atractivo tan importante no solo por su historia sino también por su infraestructura singular. En concordancia a lo mencionado, Pulido (2008) dice que la valoración del turismo rural, constituye un producto de una determinada comunidad, y así, no solamente requiere de las capacidades de índole empresarial, y de la existencia de empresas turísticas, sino además, de las capacidades de naturaleza comunitaria local, liderazgo local, formación y presencia de agentes que de manera directa o indirecta están inmiscuidos en el desarrollo turístico (p.53). Es por ello que las autoridades y la comunidad tienen que estar siempre en conjunto para el bienestar no solo de estos dos entes sino también de los visitantes. Como por ejemplo las autoridades buscar a personas aptas para capacitar a los pobladores y dar charlas sobre valoración a los turistas y estos apoyar con su buena actitud y voluntad para aprender. Esto beneficiara tanto a la comunidad de Pampas y la

Florida como a las autoridades ya que habrá una mejor conciencia turista por parte de los turistas y una mejor disposición por parte de los pobladores para una mejor interacción con el mismo.

En relación a la dimensión atractivo sobre el complejo arqueológico Rúpac, es una combinación de paisaje, flora y una zona arqueológica puesto que según los resultados podemos encontrar estos factores en un mismo lugar, puesto que no evalúan la distancia ni los riesgos que puede ocurrir en el recorrido hacia Rúpac, en relación a lo mencionado El Tourism Center de la Universidad de Minnesota (como se citó en Ochoa, Conde y Maldonado, 2012, p. 12), nos dice que resulta de la mezcla entre lo más distante que el turista está dispuesto a recorrer para conocerlo, del lugar de donde surge y del medio de accesibilidad. Es por ello que a los turistas no les preocupa el hecho de caminar 4 horas en subida solo para encontrarse con esa combinación que existe en el Complejo Arqueológico de Rúpac.

En cuanto a la autenticidad de Rúpac es notoria ya que se evidencia la originalidad y atributos del lugar así nos muestra nuestros resultados, Así mismo la experiencia según los turistas es única ya que el esfuerzo de llegar a Rúpac vale la pena, en relación a lo mencionado, El Tourism Center de la Universidad de Minnesota (como se citó en Ochoa, Conde y Maldonado, 2012, p. 12), menciona que el turista viaja a sitios específicos por lapsos temporales limitados. Su complacencia incrementará si percibe que su experiencia es auténtica. Los atractivos reales y genuinos, son los que no se han inventado como un paisaje natural o un elemento cultural local, los cuales son inigualables, no pueden ser replicados y son una ventaja competitiva. Es por ello que es importante cuidar y preservar el complejo arqueológico ya que cuenta con atributos que en otros lugares es difícil de combinar.

Por otro lado en relación a la dimensión singularidad, según los resultados la diferenciación es visible ya que cuenta con una arquitectura que aún está intacta pese a los años y las modificaciones del clima que ocurre en el lugar, además a esto le sumamos los reconocimientos del estado hacia el lugar, en relación a lo mencionado el Tourism Center de la Universidad de Minnesota (como se citó en Ochoa, Conde y Maldonado, 2012, p. 12), menciona que a raíz de que nuevas zonas se agregan al desarrollo turístico, es vital el hallazgo y desarrollo de productos nuevos. Los lugares que imiten atractivos existentes, no podrán ofrecer nada innovador a los turistas. Por medio del inventario de recursos, se puede detectar varias oportunidades, no obstante, se requiere seleccionar varios productos que ofrezcan experiencias innovadoras a los turistas, el proceso es complejo, pero aquello

novedoso es lo que capta la atención de los turistas hacia un lugar en específico. Es por ello que el complejo arqueológico debe de ser conocido mundialmente ya que presenta singularidades que solo se observara en dicho lugar. Esto beneficiara tanto a la comunidad de Pampas y la Florida como a las autoridades del lugar.

Finalizando con la última dimensión de la variable del turismo rural, tenemos a la multiplicidad de actividades esto enmarca un turismo de aventura, turismo de fotografía, y una infraestructura arqueológica inimaginable, es por eso que los turistas en su mayoría se le recomienda pernoctar en el lugar para poder visualizar ese atardecer y amanecer sorprenderte, en relación a lo mencionado el Tourism Center de la Universidad de Minnesota (como se citó en Ochoa, Conde y Maldonado, 2012, p. 12), menciona que la disposición de solamente un atractivo no en todos los casos es adecuado, ya que el turista necesita varias alternativas que le motiven a permanecer más tiempo o conocer más. Es vital considerar que la oferta de actividades debe ser congruente con los atractivos más importantes, y con los recursos de índole natural y cultural del lugar. Es por ello que es importante comunicar a los turistas acerca de las actividades que pueden hacer dentro del complejo arqueológico puesto que existe un porcentaje de turistas que solo suben y bajan en un solo día y no pueden disfrutar de la vista que Rúpac nos ofrece a todos nosotros.

Con respecto a la valoración del turismo Rural, tenemos el trabajo de Menoya, Gómez, Pérez y Cándano (2017), en la que buscaron crear un diseño de modelo de gestión turística a partir de la autoridad local en municipios con vocación hacia el turismo, que coadyuve a alcanzar el enlace entre los procesos gestores turísticos y el desarrollo local en el ámbito municipal en Cuba. Ante ello, nuestro trabajo supera al de Menoya, Gómez, Pérez y Cándano, puesto que nosotros no solo buscamos un modelo gestor turístico para que el gobierno lo lleve a cabo, sino también interactuar con los turistas directamente mediante las actividades turísticas que se hacen con la población de la zona en el mismo lugar antes de conocer el complejo arqueológico, lo cual permite que el turista empiece su recorrido a Rúpac informado de las eventualidades que pueden ocurrir en el recorrido.

Así mismo, tenemos el trabajo de Delgado & Pantoja (2016), buscó realizar una aportación al proceso de distinción de los lugares relevantes a formar parte de una propuesta turística sostenible llamada “Ruta del oro”. Ante ello, nuestro trabajo va más allá que una propuesta, puesto que nosotros buscamos aumentar las actividades en conjunto con las autoridades locales para que así se pueda valorar y preservar el Complejo Arqueológico Rúpac.



Por otro lado el trabajo de Núñez (2018), tuvo por finalidad, la determinación de la manera en la que la conciencia turística se relaciona con el desarrollo sostenible de la playa Centinela, distrito de Huara. Esta investigación está en la misma línea en la que va nuestro trabajo puesto que lo que nosotros buscamos es establecer la relación existente entre la conciencia turística y la valoración del turismo Rural de los pobladores de la comunidad de Pampas y la Florida, Por otro lado Núñez tuvo una mayor población a encuestar mientras que nuestra población fue limitada puesto que en el lugar no existen muchos habitantes.

Así mismo, el trabajo de Milla (2019), en donde tuvo como propósito, la identificación de la relación existente entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores de la ciudad de Canta. Este trabajo nos sirvió como modelo, puesto que busca al igual que nosotros una mayor conciencia turística de la población local para que así pueda existir una mayor Identidad cultural por parte de ellos, y por nuestra parte que exista una razonable valoración sobre el turismo rural que se encuentra en el complejo arqueológico Rúpac. Milla también obtuvo una mayor población, puesto que esto da una mayor visión de resultados del lugar y de lo que se quiere investigar, con esto no quiero decir que nuestro trabajo no es confiable, todo lo contrario, ya que no solo se encuestó a una sola población sino a los dos pueblos donde habitan pobladores que conocen Rúpac.

Con respecto a las limitaciones del trabajo, tuvimos que encuestar no solo a la comunidad campesina de Pampas sino también a la Florida ya que para que nuestro trabajo sea confiable necesitábamos un número de encuestado proporcionalmente alto, pero a pesar de eso pudimos encuestar a todos los comuneros y llegar al número de encuestados que requerida nuestra investigación, es por eso que nuestro trabajo se hizo un estudio específico con los pobladores netamente del lugar, descendientes de los antiguos que Vivian en el complejo arqueológico. Así mismo una de las grandes limitaciones que tuve fue las horas de caminata para llegar a Rúpac, puesto que requiere de un buen físico y resistencia para poder recorrerlo en las horas que normalmente los pobladores del lugar lo hacen que son de 3 a 4 horas como máximo, sin embargo pude lograrlo con esfuerzo, paciencia y muchas ganas de conocer esa combinación única que Rúpac tiene, es por eso que nuestro trabajo también busca informar sobre quienes pueden acceder y quienes no al complejo Arqueológico Rúpac.

## V. CONCLUSIONES

Se determinó que la conciencia turística se relaciona significativamente con la valoración del turismo en el Complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, de acuerdo al hallazgo de la prueba Rho de Spearman (0.758), resultó significativa, el valor  $p=0,000$  (sig) es menor que el nivel de significación  $\alpha=0,05$ , por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Se determinó que el conocimiento del potencial turístico se relaciona significativamente con la valoración del turismo en el Complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, de acuerdo al hallazgo de la prueba Rho de Spearman (0.661), resultó significativa, el valor  $p=0,000$  (sig) es menor que el nivel de significación  $\alpha=0,05$ , por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Se determinó que la participación en actividades turísticas se relaciona significativamente con la valoración del turismo en el Complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, de acuerdo al hallazgo de la prueba Rho de Spearman (0.552), resultó significativa, el valor  $p=0,000$  (sig) es menor que el nivel de significación  $\alpha=0,05$ , por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Se determinó que el sentido de pertenencia se relaciona significativamente con la valoración del turismo en el Complejo Arqueológico Rúpac – provincia de Huaral, de acuerdo al hallazgo de la prueba Rho de Spearman (0.683), resultó significativa, el valor  $p=0,000$  (sig) es menor que el nivel de significación  $\alpha=0,05$ , por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

## **VI. RECOMENDACIONES**

La Municipalidad Provincial de Huaral, MINCETUR, PROMPERU y otros organismos pertinentes, deben realizar estrategias de gestión en turismo para el fortalecimiento de la conciencia turística de las comunidades de La Florida y Pampas, con la finalidad de revalorar los aspectos históricos y culturales del Complejo Arqueológico de Rúpac. Y, es importante que se desarrollen proyectos en beneficio de la valoración, protección y conservación del sitio arqueológico.

La Municipalidad Provincial de Huaral, a través de la Sub Gerencia de Desarrollo Empresarial y Turismo, debe promover full days o paseos para los estudiantes de la provincia de Huaral al Complejo Arqueológico de Rúpac para el conocimiento de este lugar de gran importancia histórica y cultural. Asimismo, se puede implementar una oficina de información turística en las comunidades de La Florida y Pampas para dar información del sitio arqueológico, pero sobre todo, recomendaciones para visitarlo.

Crear un plan de actividades que fortalezcan la conciencia turística de las comunidades de Pampas y Florida, a través de su participación en actividades abiertas y públicas que atraigan la mirada hacia el lugar, realización de eventos gastronómicos y culturales que tengan como sede esas comunidades. Asimismo, es importante la participación eficaz y eficiente de los comuneros en las actividades de limpieza y vigilancia del Complejo Arqueológico de Rúpac, incluso pueden incentivar la participación de sus hijos.

El Ministerio de Cultura puede formar guías u orientadores locales en las comunidades de La Florida y Pampas, con la finalidad de que ellos puedan sentirse identificados con el sitio arqueológico y darlo a conocer a más personas. De otro lado, es importante que el Complejo Arqueológico de Rúpac sea promocionado y difundido como destino para la práctica del turismo rural y cultural, destacando su singularidad y belleza, todo esto con el apoyo de MINCETUR, PROMPERU, y principalmente de los comuneros.

## REFERENCIAS

- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. y Miranda, M. (abril-junio, 2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Rev Alerg Méx*, 63 (2), 201-206.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Cameron, J. (2016). *Tourism Awareness and its impact on conservancy management strategies in Namibia: A case study of the Tsiseb conservancy*. Recuperado de [https://pdfs.semanticscholar.org/6fda/dba8e851ec05dc8a98476025b74ee117b429.pdf?\\_ga=2.200416106.517986947.1572397161-1140003354.1570124936](https://pdfs.semanticscholar.org/6fda/dba8e851ec05dc8a98476025b74ee117b429.pdf?_ga=2.200416106.517986947.1572397161-1140003354.1570124936)
- Cardona, J. (2012). Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza. (Tesis de doctorado). Recuperada de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/104266/tjrc1de1.pdf?sequence=1>
- Crosby A. (2009). Re-inventando el Turismo Rural, gestión y desarrollo. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=\\_NjEMwc1i\\_AC&printsec=frontcover&dq=turismo+rural&hl=es419&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMIranqj9aFyQIVSZCQCh1RuQqm#v=onepage&q=turismo%20rural&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=_NjEMwc1i_AC&printsec=frontcover&dq=turismo+rural&hl=es419&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMIranqj9aFyQIVSZCQCh1RuQqm#v=onepage&q=turismo%20rural&f=false)
- Delgado, A. y Pantoja, F. (2016). Valoración del paisaje en una propuesta de turismo sostenible: la “Ruta del Oro”, Nariño (Colombia). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 25 (1), 233-253.
- Diez, A. (2001). Organizaciones e integración en el campo peruano después de las políticas neoliberales. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/rural/hurtado.pdf>
- Espinoza, F., Enderica, L., y Caicedo, D. (2017). Intercambio cultural de buenas prácticas mediante la valoración turística del patrimonio religioso entre la Catedral de Santa María de Gerona, España y la Catedral de la Inmaculada Concepción de Cuenca, Ecuador para la gestión de visitantes en pro de la conservación de acuerdo a la realidad

de cada sitio. *International journal of scientific management and tourism*, 3 (3), 135-156.

Fernández, M. (2008). *Turismo: Relaciones e intercambio entre otros culturales. Caso de estudio*. Argentina.

Flores, R. e Ishuiza, R. (2007). Conciencia turística y su contribución al desarrollo del turismo en la provincia de San Martín. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Facultad de Ciencias Económicas).

Fuller, N. (2009). Políticas públicas de turismo en el Perú. En G. Damonte y M. Valcárcel. Autores (eds.), *Minería, Turismo y Agroindustria. Nuevos ejes económicos* (pp. 33-48). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Gil, M., & García, M. (2017). La estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos rurales. Caso de estudio: el Valle de Ricote (Murcia). *Cuadernos De Turismo*, (39), 215-238.

Ginés, H. (2010). Evaluación del potencial turístico. Recuperado de: <http://www.iiap.org.pe/cdpublicaciones2011/documentos/pdf/proterra/pu/13.pdf>

González, F. (25 de octubre de 2014). San Andrés: ¿Una isla para los carros? El Isleño. Recuperado de [http://www.xn--elisleo-9za.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=8509:san-andres-iuna-isla-para-los-carros&catid=47:columnas&Itemid=86](http://www.xn--elisleo-9za.com/index.php?option=com_content&view=article&id=8509:san-andres-iuna-isla-para-los-carros&catid=47:columnas&Itemid=86)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1991). *Metodología de la investigación*. México DF, México: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5.<sup>a</sup> ed.). México DF, México: McGraw-Hill.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.<sup>a</sup> ed.). México DF, México: McGraw-Hill.
- Hosteltur. (24 de agosto de 2017). OMT apuesta a la creación de viajeros con consciencia. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/lat/182000\\_omt-apuesta-creacion-viajeros-consciencia.html](https://www.hosteltur.com/lat/182000_omt-apuesta-creacion-viajeros-consciencia.html)
- Hurtado. (11 de marzo de 2012). Mincetur iniciará campaña Conciencia Turística para contribuir al desarrollo del país. Andina. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-mincetur-iniciara-campana-conciencia-turistica-para-contribuir-al-desarrollo-del-pais-403613.aspx>
- Kriegel, U. (2006). "Consciousness, Theories of", *Philosophy Compass*, 1(1); 58- 64.
- Lekaota, L. (2017). Awareness and education about sustainable tourism in Katse and Mohale tourism development areas in Lesotho. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. Recuperado de [http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article\\_14\\_vol\\_6\\_\\_1\\_\\_2017.pdf](http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_14_vol_6__1__2017.pdf)
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74.
- López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Recuperado de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)
- Manzanilla, L. (2015). La cadena global de valor de turismo (CGVT) de la Isla de Cozumel, México. Recuperado de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/17.07.pdf>
- Martínez, L. (1999): "El turismo rural: la tarea de INDAP", *Turismo rural - el llamado de la tierra*, 4to seminario internacional de turismo rural del Cono Sur, INDAP, Santiago.
- Mata, M. y Macassi, S. (1997). Cómo elaborar muestras para los sondeos de audiencias. Cuadernos de investigación No 5. ALER, Quito.

- Méndez, C. (1999). *Metodología guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. 2ª. ed., Santafé de Bogotá Colombia: Ed. Mc Graw Hill interamericana.
- Menoya, S., Gómez, G., Pérez, I., & Cándano, L. (2017). Modelo basado en enfoque de cadena de valor para gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística. *Retos de la Dirección*, 11(1), 172-204.
- Mincetur. (2008). Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/2015/11/LINEAMIENTOS\\_DESARROLLO\\_TURISMO\\_RURAL\\_A RTE.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/2015/11/LINEAMIENTOS_DESARROLLO_TURISMO_RURAL_A RTE.pdf)
- Milla, L. (2019). Identidad cultural y conciencia turística en la población de la ciudad de Canta, 2018 (Tesis de pregrado). Recuperada de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4809/1/MILLA\\_LE.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4809/1/MILLA_LE.pdf)
- Molano, O. (2006). *La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial*. Perú: Territorios con identidad cultural.
- Noguera, C. (2005). El turismo como industria. México.
- Núñez, H. (2018). Conciencia turística y desarrollo sostenible en la playa Centinela del distrito de Huaura, periodo 2017. (Tesis de pregrado). Recuperada de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/1741/TFCE-03-04.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ochoa, I. Conde, E. y Maldonado E. (junio de 2012). Valoración de un producto turístico. *Revista TURYDES*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.pdf>
- Olórtegui, F. (1988). *Psicología del desarrollo*. Lima: Editorial San Marcos.

- Pulido, J. (coord.) (2008): El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España. Editorial Síntesis, Madrid.
- Santa Cruz, D., Domínguez, T. y Gonzáles, A. (2015). El turismo de naturaleza y el desarrollo ambiental sostenible. Recuperado de <http://ecociencia.ecotec.edu.ec/upload/php/files/numero1/04.pdf>
- Soriano, S. (2018). Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018 (Tesis de pregrado). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/35395/Soriano\\_RSV.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/35395/Soriano_RSV.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sosa, C. (2004). *Identidad cultural y conciencia turística, pilares del desarrollo*. Lima: Editorial San Marcos.
- OMT. (15 de enero de 2018). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. Recuperado de <https://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- Perú21. (10 de diciembre de 2014). Líneas de Nasca: Activistas de Greenpeace recibirían hasta 8 años de cárcel. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/lineas-nasca-activistas-greenpeace-recibirian-8-anos-carcel-200367-noticia/>
- Pulido-Fernández, J.; López-Sánchez, Y. (enero-marzo, 2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 26 (59), 155-175.



## **ANEXOS**

### **ANEXO 1**

**Matriz de consistencia**

**TABLA 9. Matriz de consistencia.**

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Componentes	Metodología
General: ¿Qué relación existe entre la conciencia turística y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019?	General: Determinar la relación que existe entre la conciencia turística y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019	General: La conciencia turística se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019	Conciencia turística	Tipo: Aplicada
Específicos: ¿Qué relación existe entre el conocimiento del potencial turístico y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019?	Específicos: Determinar la relación que existe entre el conocimiento del potencial turístico y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019	Específicos: EL conocimiento del potencial turístico se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento del potencial turístico</li> <li>• Participación en actividades turísticas</li> <li>• Sentido de pertenencia</li> </ul>	Enfoque: Cuantitativo
¿Qué relación existe entre la participación en actividades turísticas y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019?	Determinar la relación que existe entre la participación en actividades turísticas y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019	La participación en actividades turísticas se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019	Valoración del turismo	Nivel: Descriptivo-correlacional
¿Qué relación existe entre el sentido de pertenencia y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019?	Determinar la relación que existe entre el sentido de pertenencia y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019	El sentido de pertenencia se relaciona significativamente con la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, provincia de Huaral, 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivo</li> <li>• Autenticidad</li> <li>• Singularidad turística</li> <li>• Multiplicidad de actividades</li> </ul>	Técnica: Encuesta
				Instrumento: Cuestionario

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 2  
Cuestionarios

## CUESTIONARIO SOBRE EVALUACIÓN DE LA CONCIENCIA TURÍSTICA DE LOS POBLADORES EN EL ENTORNO DEL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE RÚPAC

El presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación cuyo objetivo es determinar la relación que existe entre la conciencia turística y la valoración del turismo rural en el Complejo Arqueológico de Rúpac. Por ello, solicitamos su apoyo y colaboración en el desarrollo de las siguientes preguntas.

### Datos generales:

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

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

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

N°	Ítem	5	4	3	2	1
1.	Conozco la mayoría de los restaurantes y alojamientos que ofrecen servicios a los turistas que visitan Rúpac.					
2.	Conozco a la mayoría de los guías turísticos del pueblo que ofrecen servicios hacia Rúpac.					
3.	Conozco los servicios de transporte que se ofrecen servicio hacia Rúpac					
4.	Conozco todas las vías de acceso hacia el complejo arqueológico de Rúpac					
5.	Conozco las limitaciones de accesibilidad que tienen el complejo arqueológico de Rúpac					
6.	Conozco los principales recursos turísticos en Rúpac					
7.	Conozco las limitaciones que presentan los recursos turísticos en Rúpac					
8.	Participo en las actividades culturales relacionadas al turismo a Rúpac					
9.	Estoy dispuesto a participar en actividades que contribuyan al desarrollo turístico de Rúpac					
10.	Cuando veo que un turista se encuentra dañando Rúpac, intervengo inmediatamente					
11.	El contacto con los turistas fortalece mi identidad social					
12.	Las costumbres foráneas (externas) fortalecen mi peruanidad					
13.	Participo en jornadas de limpieza en el complejo arqueológico de Rúpac					
14.	Promuevo el reciclaje en los servicios que ofrezco en el complejo arqueológico de Rúpac					
15.	Participo constantemente en charlas y campañas orientadas al cuidado ambiental en mi pueblo					
16.	Ofrezco mi ayuda a los turistas que pudiesen estar desorientados					
17.	Colaboro con la municipalidad para una orientación adecuada hacia los visitantes					
18.	Estoy dispuesto a informar sobre las pocas vías de acceso a la					

	municipalidad para que las mejore.					
19.	Junto con la municipalidad estoy dispuesto a intervenir positivamente para que Rúpac pueda ser inventariado por el MINCETUR para que así, más personas sepan de el					
20.	La municipalidad me incentiva en el intercambio cultural en el distrito					
21.	Estoy dispuesto a participar en las actividades que realice la municipalidad sobre el cuidado ambiental.					

Gracias por su gentil participación.

## CUESTIONARIO SOBRE EVALUACIÓN DE LA VALORACION DEL TURISMO DE LOS POBLADORES EN EL ENTORNO DEL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE RÚPAC

El presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación cuyo objetivo es Determinar la relación que existe entre la conciencia turística y la valoración del turismo rural en el complejo arqueológico de Rúpac, Por ello solicitamos su apoyo y colaboración en el desarrollo de las siguientes preguntas.

### Datos generales:

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

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

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

Nº	Ítem	5	4	3	2	1
1.	Rúpac tiene paisajes que atrae la atención del turista nacional					
2.	La flora es abundante en el complejo arqueológico Rúpac					
3.	Rúpac cuenta con sitios Arqueológicos donde habitaron los pre incas					
4.	Rúpac es reconocido por el estado como patrimonio cultural de la nación					
5.	Rúpac no tiene comparación a otro atractivo turístico					
6.	Rúpac tiene muchas cualidades que pueden atraer al turista					
7.	En Rúpac encontramos en un solo lugar paisaje natural y cultural					
8.	Rúpac es ideal para realizar el turismo de aventura					
9.	Rúpac tiene potencial para poder hacer turismo de Fotografía					
10.	En Rúpac se puede observar diversos elementos patrimoniales prehispánicos					

Gracias por su gentil participación.

ANEXO 3  
Fotografías



Figura 1: Investigador entrevistando al poblador de la comunidad de Pampas.



Figura 2: Investigador entrevistando al poblador de la comunidad de la Florida.





Figura 3: Investigador entrevistando al poblador de la comunidad de Pampas.



Figura 4: Evidencia de la mala conciencia de los visitantes al Complejo Arqueológico.



Figura 5: Evidencia de la mala conciencia de los visitantes al Complejo Arqueológico.



Figura 6: Evidencia de la mala conciencia de los visitantes al Complejo Arqueológico.

## ANEXO 4

Tabla de validación de expertos

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

Lima, 14 DE OCTUBRE de 2020

Apellido y nombres del experto: SEGOLIA ARONIBAN ELIZABETH

DNI: 10460332

Teléfono: \_\_\_\_\_

Título/grados: MAESTRO EN ECONOMÍA

Cargo e institución en que labora: DOCENTE

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

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

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_



FIRMA DEL EXPERTO

## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Lima, 18 de octubre del 2019

 Apellido y nombres del experto: Tamara Ramírez Carlos

 DNI: 10139218

 Teléfono: 997050409

 Título/grados: Magíster en Administración

 Cargo e institución en que labora: UCV

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

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

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



FIRMA DEL EXPERTO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 18 OCTUBRE del 2019

Apellido y nombres del experto: Jara Miranda Robert Alexander

DNI: 42312593

Teléfono: \_\_\_\_\_

Título/grados: Doctor en Administración

Cargo e institución en que labora: DTC - Gaburto Pedagógico

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

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

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

  
FIRMA DEL EXPERTO