



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

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

**Turismo cultural en el Centro Histórico de Lima desde la perspectiva de los
visitantes nacionales, 2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo

AUTORA

Cinthia Lucia Huilca Paniura

ASESOR

MG. Walter Enrique Zúñiga Porras

LINEAS DE INVESTIGACION

PATRIMONIO Y RECURSOS TURISTICOS

LIMA –PERU

Año: 2017-I



Mg. Asencio Reyes Luz.

PRESIDENTE



SECRETARIO

Mg. Calle Ruiz Samanta.



VOCAL

Mg. Zúñiga Porras Walter.

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mis padres que son mi motor y motivo para seguir en este largo trayecto de la vida.

Agradecimiento

Quiero agradecer a la Universidad por haberme ayudado en mi formación universitaria, y especialmente a mis profesores por la ayuda y la paciencia hacia mi persona.

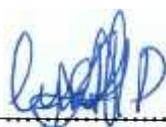
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Huillca Paniura, Cinthia con DNI N° 47718062 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresarial, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis 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 aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 15 de julio del 2017



Cinthia Huillca Paniura

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "Turismo cultural en el Centro Histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, 2017", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración en turismo y Hotelería.

La autora.

INDICE

Página del jurado.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de autenticidad.....	iv
Presentación.....	v
Índice.....	vi
Índice de gráficos.....	vii
Índice de tablas.....	viii
Resumen.....	x
Abstrac.....	x
I.INTRODUCCION.....	11
1.1 Problema de investigación.....	22
1.2 Objetivos.....	23
II. METODO.....	24
2.1 Diseño de investigación.....	24
2.2 Variable de Operación.....	24
2.3 Población y muestra.....	24
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	25
2.5. Método de análisis de datos	28
2.6 Aspectos éticos.....	28
III. RESULTADOS	32
IV.DISCUCION.....	36
V. CONCLUSION.....	39
VI. RECOMENDACIONES.....	40
VII. REFERENCIAS.....	41
ANEXOS.....	43

Índice de Figuras

Grafico N°1.....	31
Grafico N°2.....	32
Grafico N°3.....	33
Grafico N°4.....	34
Grafico N°5.....	48
Grafico N°6.....	49
Grafico N°7.....	50
Grafico N°8.....	51
Grafico N°9.....	52
Grafico N°10.....	53
Grafico N°11.....	54
Grafico N°12.....	55
Grafico N°13.....	56
Grafico N°14.....	57
Grafico N°15.....	58
Grafico N°16.....	59
Grafico N°17.....	60
Grafico N°18.....	61
Grafico N°19.....	62
Grafico N°20.....	63
Grafico N°21.....	64
Grafico N°22.....	65
Grafico N°23.....	66
Grafico N°24.....	67
Grafico N°25.....	68
Grafico n°26.....	69
Grafico N°27.....	70
Grafico N°28.....	71

Índice de tablas

Tabla N°1.....	25
Tabla N°2.....	27
Tabla N°3.....	28
Tabla N°4.....	29
Tabla N°5.....	29

RESUMEN

El turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, es aquella actividad que favorece al desarrollo de una sociedad debido a que, gracias a ello, diversas empresas públicas y privadas trabajan en fomentar la identidad cultural a través de diversas actividades en las cuales se involucra a los visitantes nacionales, además de ello hay seguridad y valoración a los recursos históricos de esta manera más visitantes nacionales van a desear visitar en el Centro Histórico de Lima. En el presente trabajo de investigación se planteó como objetivo general determinar las características del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el año 2017. El estudio comprendió al realizadas las encuestas a los visitantes nacionales que se encontraban practicando la actividad de turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, la población fue desconocida por lo cual la muestra estuvo conformada por 196 visitantes nacionales que se encontraban en el Centro Histórico de Lima, los cuales de una manera muy amistosa no dudaron en contestar los cuestionarios, los cuales luego fueron procesadas por el programa estadístico SPSS 21. Y como resultado final se obtuvo que la variable turismo cultural se presenta a través de desplazamiento, turista y sistema en las cuales están el transporte, alojamiento, motivaciones culturales, satisfacciones culturales, actividades culturales y manifestaciones culturales que siempre existen dentro de una sociedad.

Palabra clave: Turismo cultural, identidad cultural y actividades turísticas.

Abstract

Cultural tourism in the historic center of Lima is an activity that favors the development of a society because, thanks to this, various public and private companies work to promote cultural identity through various activities in which the National visitors, in addition there is security and valuation to historical resources in this way more national visitors will want to visit in the historic center of Lima. In the present research work, the general objective was to determine the characteristics of cultural tourism in the Historic Center of Lima, from the perspective of national visitors in 2017. The study comprised the surveys of national visitors who were Practicing the activity of cultural tourism in the historic center of Lima, the population was unknown, so the sample was made up of 196 national visitors who were in the historical center of Lima, who in a very friendly way did not hesitate to answer the Questionnaires, which were then processed by the SPSS 21 statistical program. The final result was that the variable cultural tourism is presented through displacement, tourist and system in which are transportation, accommodation, cultural motivations, cultural satisfactions, Cultural activities and cultural events that Companies exist within a society.

Key words: Cultural tourism, cultural identity and tourist activities .

I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se da a conocer cómo se desarrolla el turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, el cual fue declarado patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO en el año 1991. El Centro Histórico de Lima es uno de los lugares más concurridos debido a su admirable pasado virreinal y republicano, además de ello preserva su encanto, cultura y tradición. El centro histórico es considerado uno de los más importantes destinos turísticos del Perú y símbolo de la ciudad, además de ser el hogar con más de 600 monumentos pertenecientes a la época colonial hispánica.

El Centro Histórico de Lima aún conserva numerosas construcciones, que cuentan con una belleza en lo arquitectónico, también con joyas de incalculable valor, en él también se puede observar a las casonas que cuentan con balcones únicos en Latinoamérica, por otra parte, tenemos a las iglesias santuarios y conventos que muestran la arquitectura virreinal donde se puede apreciar valiosas colecciones de arte. El Centro Histórico de Lima, declarado Patrimonio de la Humanidad encierra en algunas pocas cuadras las muestras más representativas de la arquitectura colonial peruana. El Centro Histórico se puede recorrer a pie y con seguridad. Comienza su periplo en la Plaza Mayor, el corazón de Lima , siguiendo al complejo de San Francisco para visitar las catacumbas y la Catedral donde uno puede deleitarse con sus altares y pinturas.

Se prosigue por el jirón de la Unión, el que une la plaza Mayor con la plaza San Martín. También se puede visitar el Parque de la Muralla, un lugar rescatado recientemente, con restos de la muralla que alguna vez libró a Lima de los piratas; y por supuesto, al Mercado Central y el barrio chino, pintorescos puntos de encuentro multicultural de todo el país.

Según la Organización Mundial de Turismo, OMT (2005) define al turismo cultural como

” Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual con el fin de adquirir información y nuevas experiencias que les permita satisfacer necesidades culturales y a la vez obtener nuevas experiencias y conocimientos”.

Por ello se puede decir que el turismo cultural es un tipo de turismo que consiste principalmente en visitar los diferentes bienes de interés cultural de la ciudad de destino con el fin de conocer la historia, aprender de la cultura, disfrutar de su patrimonio y del paisaje. Por lo tanto, se puede decir que el turismo cultural busca placer y conocimiento durante nuestro tiempo de ocio. No obstante, habitualmente se entiende como turismo cultural, aquel que tiene por objeto conocer los bienes de interés cultural de un lugar.

México es uno de los países con mayor turismo cultural del mundo. La riqueza cultural, geográfica e histórica de este país sólo es posible, de apreciar a través de sus destinos turísticos, su gastronomía, su arquitectura, sus tradiciones y todo lo que forma parte del ser de un pueblo.

Según la Secretaría de Turismo de México, SECTUR (2015) indica que la meta es:

“potenciar la conservación y preservación del patrimonio cultural tangible e intangible, ya que esto es una fuente importante de desarrollo económico regional. Todo esto de acuerdo a los resultados de las encuestas que se generaron, en las cuales se indica que el turismo motivado especialmente por la cultura de México representa el 5.5% de viajes nacionales y el 3% viajes internacionales. Se puede indicar que alrededor de 70 millones de turistas realizan actividades relacionadas con la cultura de México”.

México cuenta con varios destinos culturales , entre ellos destacan el Centro Histórico de la Ciudad de México y Xochimilco, la Ciudad Prehispánica de Teotihuacán, el Centro histórico de Oaxaca y la Zona Arqueológica de Monte Albán, Centro Histórico de Puebla, la Ciudad Prehispánica y el Parque Nacional de Palenque Y en Chiapas, Centro Histórico de Guanajuato, Guanajuato y sus minas adyacentes, la Ciudad Prehispánica de Chichen-Itza, Yucatán, el Centro Histórico de Morelia, Michoacán, Ciudad Prehispánica, El Tajin, Veracruz, Pinturas Rupestres de la Sierra de San Francisco, Baja California Sur y Centro Histórico de Zacatecas, Zacatecas.

La ciudad de México era anteriormente conocida como Distrito Federal es un territorio del país. Según la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos vigente y es una de las 32 partes integrantes de la Federación Mexicana. Se le declaró sede de los Poderes la Unión y capital de los Estados Unidos Mexicanos.

En México, según Vargas (2009) el turismo cultural en la región sur de Jalisco, las cifras turísticas culturales no se han determinado con precisión, indican que solo el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) precisa haber bajo custodia 16.4 millones de visitantes en el año 2002, mientras los visitantes nacionales representaron alrededor de 13.2 millones y los internacionales 3.2 millones.

En el ámbito nacional, la población total del Perú va alrededor de los 31,151 643 habitantes. De los cuales en una investigación realizada por PROMPERU de visitantes nacionales se llegó a la conclusión que solamente a Lima llegan alrededor de 3,736113 personas al año. Y se pudo saber que el flujo de turistas nacionales creció un 4% con respecto al 2014.

El perfil del vacacionista nacional 2015, es de aproximadamente 1,7 millones de vacacionistas, más de la mitad son personas adultas que van entre los 35 y 64 años, estado civil casados 63%, solteros 37%, sexo M 40% y H 60%, que varían entre los niveles socioeconómicos de A/B 48%, C 52%. Los cuales tienen un gasto promedio por turista de S/. 451.

Lima ha cumplido 481 años de fundación española y posee una riqueza cultural excepcional, por ello mantiene su vigencia entre los destinos turísticos más requeridos en la región. Entre los principales atractivos de la capital del Perú destacan las imponentes infraestructuras de Palacio de gobierno, así como la municipalidad y catedral de Lima. Pero lo que más llama la atención a los extranjeros y nacionales es la pileta al centro de las construcciones indicadas.

En cuanto a las iglesias, la más concurrida es la iglesia San Francisco, que es uno de los más importantes complejos religiosos de la ciudad de Lima, ya que cuentan con una particularidad que son las catacumbas o conocidas también como galerías subterráneas donde se sepultaba a los antiguos habitantes de la ciudad. También se puede resaltar la iglesia de Santo Domingo, famosa por su cúpula y sillería que se encuentra tallada en madera de cedro, este es un lugar donde los visitantes llegan con mucha devoción, pues aquí yacen los restos de San Martín de Porres y Santa Rosa de Lima.

En el ámbito local, el Centro Histórico de Lima, conocido también como "ciudad de los reyes" se encuentra ubicado en el distrito de Lima. Actualmente

Lima posee la fama de ser la más rica y próspera ciudad de todas las colonias debido a la construcción de grandes palacios y casonas, sus iglesias y conventos atesorados de joyas de arte, todo esto en medio de lujo y riqueza que hacen gala en sus mansiones y vestidos.

El Centro Histórico de Lima ha logrado conservar numerosas construcciones, por su inmensa belleza, en lo arquitectónico, y por las joyas artísticas, las cuales son de incalculable valor, por todo esto ha sido declarada “Patrimonio Cultural de la Humanidad” por la UNESCO.

Ante lo expuesto se da a conocer que el Centro Histórico de Lima provoca una enorme preocupación por su abandono flagrante e indetenible degradación física y social, también presenta a través del turismo de cultura un impacto negativo en el patrimonio, ya que es evidente que la sobreexplotación del turismo cultural puede abocar a la degradación del patrimonio visitado. Además de ello en algunos casos se podría llegar a ofrecer una visión del turismo cultural como algo negativo para las personas residentes si este provoca atascos, aglomeraciones o robos. Por ello la finalidad de esta investigación es dar a conocer como se da el turismo cultural en el Centro Histórico de Lima según los turistas nacionales del distrito de Lima.

Las investigaciones que se han realizado sobre “turismo cultural” están referidos a aspectos de identidad cultural, por lo cual se han realizado diversos estudios para determinar la importancia del turismo cultural. A continuación, se muestran algunos trabajos sobre el tema.

En la investigación de Curiel (2007), titulada “La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia”, para obtener el grado de Doctor en la Universidad Complutense de Madrid. Tuvo como objetivo estudiar las distintas motivaciones de los residentes, visitantes nacionales e internacionales en relación al turismo cultural contemporáneo en Madrid y Valencia. Se utilizó el método cuantitativo. La información se obtuvo de libros, revistas e información de reportes y entrevistas. Entre las principales conclusiones del estudio se demostró que el turista que visita atracciones culturales contemporáneas prefiere estar más motivado por

aspectos intangibles de la experiencia turística urbana que por los elementos intangibles. De acuerdo a lo datos obtenidos la principal motivación del turista cultural es “experimentar el ambiente” de la ciudad en la que se encuentra.

En un estudio de Lechuga (2007), titulada “Guía para el turismo cultural de la ciudad de Valparaíso”, para optar al título de profesional de diseño gráfico en la Universidad de Chile. Tuvo como objetivo desarrollar una propuesta de comunicación visual basada en la identidad de Valparaíso, para reflejar su rica cultura, y transmitir parte de la identidad de Valparaíso. Se utilizó el método cuantitativo. Entre las primordiales conclusiones se llegó a que Valparaíso es una de las ciudades más singulares del país de Chile y el mundo. Cosa que se demuestra al ser declarada Patrimonio de la Humanidad en el año 2003, también que evidenciando la poca identidad que reflejan los guías turísticos de hoy y la riqueza visual y cultural con la que cuenta Valparaíso, el presente proyecto dio a través de códigos visuales lograra obtener una identificación para que el lugar sea más fiel a la realidad y la cultura y la identidad crezca cada día más.

Pacheco (2015), en una investigación titulada “Turismo Cultural en el Cercado de Lima” en la Universidad Cesar Vallejo para obtener el título de Licenciado Administración en Turismo y Hotelería. Tuvo como objetivo identificar qué características presenta el turismo cultural en el cercado de Lima. Se utilizó el método cuantitativo. Entre las conclusiones se llegó a que el Centro de Lima es un atractivo de índole cultural porque se ha podido apreciar la intervención de operadores de turismo que hacen que se desarrolle esta actividad, también se identificó las tradiciones y costumbres de los turistas nacionales y así darnos cuenta de la capacidad de cultura sobre el cuidado que se debe tener con los recursos históricos.

En la investigación de Andia (2014), titulada “Turismo cultural y nivel de satisfacción del turista nacional en el Centro Histórico de Lima” En la Universidad Cesar vallejo Lima Norte, para obtener el título profesional de licenciado en Administración en Turismo y Hotelería, tuvo como objetivo determinar la relación existente entre el turismo cultural, y el nivel de satisfacción del turista nacional que visita el Centro Histórico de Lima en el año 2014. La metodología que se empleó

para el desarrollo de esta investigación fue el método de la observación. Entre las conclusiones se llegó a que la relación que existe entre el turismo cultural y el nivel de satisfacción del turista nacional que visita el Centro Histórico en el año 2014 es óptima.

Lizarte (2013), en un estudio titulado “Plan de negocios operador de turismo cultural al nuevo circuito nocturno del santuario Pachacamac”. En la Universidad San Martín de Porres, para obtener el título de licenciado en Administración de Turismo y Hotelería, coloco como objetivo generar un nuevo concepto de recorridos y visitas turísticas en Lima, desarrollando una nueva marca de satisfacción confiable. Incentivar las personas con nuevas propuestas concretas e innovadoras basadas en cultura, mística y explicación didáctica. La metodología que se empleó para la elaboración de esta tesis fue el estudio del mercado, estudio técnico, estudio de la inversión y financiera para medir los parámetros de medición. Como resultado del proyecto se obtuvo cambiar la manera de utilizar la historia y plasmarla en elementos de bajo costo y efectivos.

Por otro lado, se tiene a Morocho (2009) en su anteproyecto de tesis en el cual investiga el flujo turístico hacia el Perú, analiza la demanda turística pero principalmente de forma económica, inicia con el desarrollo del turismo en el mundo y el Perú, el principal objetivo en esta investigación es saber cuáles son las variables que afectan directamente a la demanda turística. Se utiliza una investigación descriptiva, empírica-explicativa, describiendo las características del desarrollo del turismo en los últimos años. Esta investigación permite analizar cómo ha ido cambiando la demanda turística del Perú.

A continuación, tenemos aportes teóricos sobre defunciones de turismo cultural.

Definición de turismo

En el siglo XVII comienza una actividad que acaba a caracterizando a las sociedades del siglo XXI: el turismo, conocido como el “movimiento de forasteros” hacia espacios desconocidos. Estos primeros viajeros disfrutaban de la contemplación de monumentos, ruinas y obras de arte que habían sobrevivido al paso del tiempo y que aún conservan un gran poder de evocación o dicho de

un modo más preciso, varios aspectos derivados del contacto entre el turismo y la cultura. El turismo es un fenómeno socialmente significativo a partir de la década de los cincuenta del siglo XX. Es entonces cuando la extensión de un modelo determinado de organización sociopolítica, el determinado, estado de bienestar hace posible que por primera vez en la historia un determinado grupo de ciudadanos dispongan de tiempo libre con recursos excedentes para dedicarlos al ocio. Por ello las vacaciones comienzan a ser remuneradas para los trabajadores: y las mujeres empiezan a incorporarse al mundo labor, etc.

Este momento coincide además con los diferentes avances tecnológicos. Es entonces cuando el viaje, que existió siempre, llega a alcanzar una escala que desencadena el fenómeno que hoy se conoce como turismo. Por otra parte, se puede decir que, el turismo es un fenómeno intrínsecamente transversal que se aborda por múltiples disciplinas científicas. Por ello se indica tres grupos de definiciones de turismo: Un primer grupo son definiciones que se realizan observando el turismo desde una disciplina académica correcta. En la cual puede apreciarse la diferencia entre definir el turismo como una actividad económica relacionada con determinados desplazamientos, definir el turismo como un conjunto de actividades de producción y consumo que tiene lugar en un espacio determinado o definir el turismo como una práctica social de naturaleza espacial. Un segundo grupo de definiciones se centra en las características del sujeto que realiza la actividad: el turista. La definición más citada elaborada por la OMT, dice que el turismo

“Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales. A estas personas se les denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades”. OMT (2013).

Un tercer grupo de definiciones parte de la idea de “sistema”, un sistema es conocido como un conjunto de elementos que se relacionan y generan procesos dinámicos. La idea de sistema tiene una gran capacidad metafórica y permite concentrarse tanto en los elementos específicos que lo conforman, como en las dinámicas de relaciones entre ellos. La idea de sistema turístico dirige la atención a las dinámicas y relaciones que vinculan a turistas, empresas, actores

públicos, y sociedad civil cuando se trata de atraer y hospedar a visitantes en un espacio determinado. (McIntosh y Goeldner, 1994).

El sistema turístico tendría tres elementos básicos: actores, actividades turísticas y manifestaciones culturales. McIntosh indica que los actores turísticos son, primordialmente, agentes privados. Las actividades turísticas son las que hacen posible el turismo mediante la organización o intermediación, el transporte, el alojamiento, la manutención de los turistas o la provisión de bienes y servicios que enriquecen la estancia del turista. Por ello definen que las manifestaciones culturales son innumerables y están en constante evolución.

Según Velazco (2004), existen también múltiples clasificaciones de productos turísticos los cuales han sido agrupados en cinco entornos; entorno marítimo, entorno natural, entorno urbano, entorno cultural y entorno social.

Se considera a turismo como la suma de relaciones e interpretaciones que se dan entre cualquier actor, cualquier actividad o cualquier producto en un espacio y momento determinado, con el propósito de atraer, acoger y proveer de actividades a ciudadanos ocasionales en el turismo. Por ello se concluye que el turismo es la suma de todas las posibles relaciones que puedan darse entre los tres elementos básicos del sistema.

Definición de cultura.

Si el turismo es un fenómeno propio del siglo XX, la cultura es consustancial al hombre el término cultura ha sido objeto de debate desde antiguo. El término se utilizó principalmente en el latín con el significado de “cultivo de la tierra”, con el paso del tiempo, siendo exactos en el siglo XVIII el término ha sido objeto de reflexión de grandes teóricos y se ha ido convirtiendo en uno de los conceptos que más interés y preocupación despierta entre los científicos sociales. Las definiciones se realizan desde tres enfoques; cognitivo, expresivo e interpretativo.

Para el enfoque cognitivo la cultura es el conocimiento acumulado. Es decir, la cultura sería los saberes que debe dominar un ciudadano “culto”. Para el enfoque expresivo la cultura es la suma de las prácticas o expresiones que el ser humano ha desarrollado a lo largo de su proceso de adaptación, y creación

de su medio vital. Por último para el enfoque interpretativo, la cultura es la capacidad que poseen las diferentes sociedades de dotar el significado o valor a las prácticas. Se puede definir que la cultura sería el conocimiento acumulado, más todas las prácticas y expresiones sociales de una comunidad concreta.

Donaire (2012) considera que se pueden identificar cuatro tipos básicos de turismo cultural; el turismo culto, el turismo de la cultura (o monumental), el turismo de patrimonio y el turismo de las culturas (o etnológico).

Turismo culto; es el turismo cultural realizado especialmente por turistas motivados y preparados, el elemento clave es el turista. El turista culto se acerca a cualquier espacio o manifestación cultural, turismo de la cultura o monumental; su objetivo es la visita de determinados bienes o manifestaciones culturales, personas interesadas en la cultura, turismo del patrimonio; es el turismo cuyo objetivo es la vista o contemplación de bienes del patrimonio cultural, a esta categoría pertenecen aquellos que se consideran como la herencia cultural del pasado y el turismo de las culturas; el objetivo de este turismo es la contemplación, la de otra cultura viva, la cercanía a otras sociedades y personas que viven de manera diferente en el lugar que visita.

Turismo cultural

Es el ejercicio de turismo con la finalidad de obtener a cambio un enriquecimiento cultural (Diccionario de Turismo, hotelería y transportes, 1998:403)

A Partir de la década de los ochenta del siglo XX aumenta de manera significativa la práctica del turismo cultural. Este aumento se encuentra relacionado con la importancia que las sociedades le brindan al valor cultura. Las sociedades postindustriales son sociedades de consumo, este consumo se concentra en consumo de cultura. De este modo distintas manifestaciones culturales, como un museo, un concierto de música o un monumento se convierten en un objeto de consumo reclamado por un número de ciudadanos cada vez más elevado, teniendo como preferencia las manifestaciones culturales. Un ejemplo de ello serían las exposiciones temporales, aquellas que exhiben obras de arte que tienen un gran número de público garantizado. La UNESCO define al turismo cultural como una actividad en creciente

transcendencia que además constituye uno de los tres rubros más importantes a escala mundial en lo que respecta a estrategias de desarrollo socioeconómico.

Mientras la Organización Mundial de Turismo (OMT,1985:130) define al turismo cultural como “los movimientos de personas con motivaciones básicamente culturales, tales como circuitos de estudio, circuitos culturales y de artes del espectáculo, viajes a festivales u otros eventos culturales, visitas a monumentos viajes para estudiar naturaleza, el folclore o el arte, así como peregrinaciones”.

El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, obtener el conocimiento de monumentos y sitios históricos – artísticos. Logra un efecto realmente positivo entre sobre ellos y también contribuye, para satisfacer los propios fines. Por ello se indica que el turismo justifica los esfuerzos de mantenimiento y protección que exige la comunidad humana debido a los beneficios socio-culturales y económicos para toda la población que se encuentra implicada. (ICOMOS, 1976:6)

La OMT y la UNESCO proponen una definición más amplia considerando turismo cultural todo aquel desplazamiento turístico, ya que cualquier tipo de turismo contribuye a satisfacer la necesidad humana de diversidad y tienden a aumentar el nivel cultural del individuo y a ocasionar nuevos conocimientos, experiencia y encuentros.

Según Quezada (2007) indica que el turismo cultural se encuentra íntimamente ligado con el deseo del hombre por conocer la forma en la que viven otros, así como sus costumbres y maneras de expresarse. Por ello el turismo cultural es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos. (p.101)

Por su parte Robinson (1996) precisa que el turismo cultural es viajar por una motivación cultural, sea este un viaje de estudios u otra actividad de índole cultural que se esté realizando durante las vacaciones o algún viaje de negocios.

Por ende, se puede decir que, entre ambos autores, Robinson detalla de una forma más precisa el significado de turismo cultural.

McIntosh y Goeldner (1996) ofrecen una perspectiva distinta del turismo cultural, ellos afirman que el turismo cultural es todos los aspectos de turismo a través de los cuales los visitantes o viajeros puedan aprender sobre la historia, estilos de vida y patrimonio y formas de pensar de otras personas.

Gómez, Modéjar, y Sevilla (2005) proponen que el turismo cultural es organizar y realizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático para así llevar a cabo actividades que les permitan experimentar la cultura, así como también las diferentes formas de vida de otras gentes. (p.05)

Entre ambos autores se puede indicar que Gómez, Modéjar, y Sevilla proponen una propuesta con mayor contenido para que así se pueda experimentar la cultura y aprender de las distintas formas de vida de las otras personas.

Recuero, Blasco, Madariaga (2016) definen al turismo cultural como una actividad económica basada en el uso de recursos medioambientales y socio-culturales para así atraer visitantes,(...), por ello indican que el turismo cultural es una pieza clave en las actuaciones estratégicas de desarrollo territorial y económico.

Según la Secretaria de Turismo afirma que el turismo cultural es referido como un viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que permiten caracterizar a una sociedad o un grupo social de un destino específico. (SECTUR, 2015, pàrr.2).

Por su parte Swarbrooke (1996) afirma que el turismo cultural es sencillo de definir en términos generales como: “cualquier tipo de turismo que incluye turismo cultural si este se encuentra motivado por la actitud de observar, participar y aprender en la cultura del destino turístico.

Mientras Richards (1996) indica que la definición técnica dice que el turismo cultural es cualquier movimiento de personas hacia atracciones culturales, como sitio de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales fuera de su lugar habitual de residencia. Mientras que la definición técnica permite

investigar al turista cultural identificándolo por medio de los productos que consume, la definición conceptual permite observar la esencia del fenómeno.

Richard muestra tres factores que intervienen en el turismo cultural; Desplazamiento turístico, el turista y el sistema turístico.

Desplazamiento, es todo desplazamiento turístico que contribuye a satisfacer la necesidad humana de diversidad y tienden a aumentar el nivel de cultura del individuo y así ocasionar nuevos conocimientos además de recoger información y experiencia nuevas que satisfagan las necesidades culturales tales como circuitos culturales, también son las que hacen posible el turismo cultural mediante la organización o intermediación, el transporte, el alojamiento, la manutención de los turistas o la provisión de bienes y servicios que enriquecen la estancia del turista

El turista, personas con motivaciones básicamente culturales, tales como circuitos de estudios, visitas a patrimonios y manifestaciones artísticas, fuera de su lugar de residencia con el fin de obtener satisfacciones culturales.

Sistema turístico, conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos (turistas, empresas, agentes públicos y agentes del tercer sector) que tiene como fin impulsar diferentes actividades que permitan a los ciudadanos disfrutar de actividades turísticas, manifestaciones culturales o también turismo religioso en un entorno distinto al habitual.

Este trabajo de investigación intenta conocer desde perspectiva de los visitantes nacionales el desarrollo del turismo cultural y a los servicios que se ofrecen en el Centro Histórico de Lima, para así poder aportar a través de esta investigación al desarrollo del turismo cultural.

Problema de investigación

Problema general

¿Cómo es el nivel de desarrollo del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales del distrito de Lima en el año 2017?

Problemas específicos

¿Cómo es el desplazamiento turístico en el Centro Histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales del distrito de Lima en el año 2017?

¿Cómo es el visitante nacional del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, en el año 2017?

¿Cómo es el sistema turístico del Centro Histórico de Lima según los visitantes nacionales en el distrito de Lima en el año 2017?

Esta investigación permite teorizar y a la vez profundizar sobre lo que abarca el turismo cultural para que de esta manera se pueda acrecentar los conocimientos que hasta el momento se tiene de turismo cultural con la finalidad de contribuir en el cuerpo teórico.

Otra de las importancias de esta investigación es que, a través de la identificación, descripción y análisis de sus principales características del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, se permitirá entender como se viene dando este fenómeno, cuáles son sus principales limitaciones de forma que se puede generar estrategias que se encuentren abarcadas al desarrollo o mejoramiento de nuevos productos turísticos como también a la mejora de la calidad en la gestión turística.

El turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de los países, las consecuencias que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, trae como resultado la satisfacción del cliente, junto a la conservación del patrimonio de uso turístico desarrollo social y económico de las comunidades a partir de la generación de nuevos puestos de empleos. (SECTUR-Secretaría de turismo de México, 2010)

Por ende dado que el Centro Histórico de Lima cuenta con historia y cultura, y teniendo en cuenta que todas las investigaciones realizadas hasta la fecha no han permitido generar o desarrollar un plan de desarrollo adecuado, además debido a que no se cuenta con un gran apoyo por parte del sector público, se necesita realizar una investigación que permita analizar la realidad problemática del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima para que así se

pueda conservar el patrimonio a través de la gran demanda turística que existe en el Centro de Lima.

Actualmente se cuenta con una realidad problemática, una enorme preocupación en el Centro Histórico de Lima, que por su abandono flagrante e indetenible degradación física y social, también presenta a través del turismo de cultura un impacto negativo en el patrimonio, ya que es evidente que la sobreexplotación del turismo cultural puede abocar a la degradación del patrimonio visitado. Además de ello en algunos casos se podría llegar a ofrecer una visión del turismo cultural como algo negativo para las personas residentes si este provoca atascos, aglomeraciones o robos.

Objetivos

Objetivo general

Determinar el nivel de desarrollo del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el año 2017.

Objetivos específicos

Identificar como se da el desplazamiento turístico de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima, 2017.

Identificar el perfil del visitante nacional desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima, 2017.

Determinar cómo se desarrolla el sistema turístico del turismo cultural desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima, 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental básico, ya que sólo se recolectó datos y se describió la situación actual del Turismo Cultural en el Centro Histórico de Lima en el distrito de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, mediante una encuesta.

2.2. Variable de Operalización.

Tabla N° 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	RANGO
TURISMO CULTURAL	Movimiento de personas con motivaciones básicamente culturales, tales como circuitos de estudio, circuitos culturales y de artes del espectáculo, viajes a festividades u otros eventos culturales, viajes para estudiar la naturaleza, el folclore o el arte, así como peregrinaciones. Donaire (2012).	La variable Turismo Cultural presenta 3 dimensiones; el desplazamiento turístico, el turista y el sistema turístico. Las cuáles serán medidas a través de un cuestionario con reactivos que serán aplicados a través de 24 preguntas a los visitantes nacionales del centro histórico de Lima.	El desplazamiento Turístico	Transporte Alojamiento	Ordinal – Escala de Likert 5-Totalmente en desacuerdo 4- De acuerdo 3- Ni de acuerdo, ni desacuerdo 2-Desacuerdo 1-Totalmente en desacuerdo	3 Alto 2- Medio 1-Bajo
			El turista	Motivaciones culturales Satisfacción Culturales		
			El sistema turístico	Actividades turísticas Manifestaciones culturales		

Nota: Tomado del manual del proyecto de investigación, por la Universidad Cesar Vallejo, 2017.

Población y muestra

Población

La población fue desconocida, ya que no se logró obtener una cifra exacta de personas que acuden al Centro Histórico de Lima y estuvo conformado por todos los visitantes nacionales que fueron a visitar el Centro Histórico de Lima entre los meses de mayo - junio del 2017.

Muestra:

La muestra estuvo conformada por 196 visitantes nacionales que se encontraron en el Centro Histórico de Lima en el año 2017.

En la presente investigación estará compuesta por 196 personas del Centro Histórico de Lima las cuales fueron encuestadas.

Z= nivel de confianza =95% = z = 1.96

P= probabilidad de éxito = P= 0.7

Q= probabilidad de fracaso =q =0.7

E= margen de error = e = 7% =z = 0.07

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0049} = 196$$

Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

En esta investigación se empleó la técnica “encuesta” que fue recolectar la información, ya que esto permitió obtener amplia información de la variable de estudio “*Turismo Cultural*”, a través de preguntas cerradas estructuradas en un cuestionario impreso.

En esta investigación el instrumento de investigación que se empleó fue el cuestionario que fue elaborado por el investigador, con la finalidad de obtener datos cuantitativos sobre la variable de *estudio Turismo Cultural* y de cada una de sus dimensiones estableció en la operacionalización de la variable.

El cuestionario que se elaboró fue tipo Escala Likert, que contenía la categoría de respuesta: 5 Totalmente de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 Ni de acuerdo, ni desacuerdo, 2 Desacuerdo, 1 Totalmente en desacuerdo.

Validez del instrumento de medición

Para la validez de este instrumento, se tuvo en cuenta la validez del contenido, que se llevó a cabo con los datos obtenidos en la tabla de evaluación de los juicios de expertos, así como, del método de promedio.

Para la presente investigación el instrumento fue validado por cinco expertos de la Universidad Cesar Vallejo sede Lima Este.

Tabla N°2

Juicio de expertos

Nº	EXPERTOS	INSTITUCION	VALORACION DE LA APLICABILIDAD
01	MBA: López Uribe, Manuel	Universidad Cesar Vallejo	90%
02	Dr. Seminario Unzueta Ranaall	Universidad Cesar Vallejo	75%
03	Dr. Muñoz L. Sabino	Universidad Cesar Vallejo	65%
04	Mg. Samanta Calle Ruiz	Universidad Cesar Vallejo	85%
05	Mg. Vigo Gálvez María	Universidad Cesar Vallejo	85%
PROMEDIO			80.0%

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos de la Universidad Cesar Vallejo Lima Este, 2017 - I

En base al “Informe de Opinión de Expertos del Instrumento de Investigación”, se tabularon los datos para cada uno de los validadores, y se obtuvo la sumatoria de criterios para luego aplicar la siguiente fórmula:

$$p = \frac{4020}{50} = 80.40$$

Tabla N° 3

Validez de contenido por indicador

VALIDADORES	López Uribe, Manuel	Seminario Unzueta Ranaall	Muñoz Sabino	Samanta Calle Ruiz	Vigo Gálvez María	Promedio
CLARIDAD	90%	75%	65%	90%	85%	81%
OBJETIVIDAD	90%	75%	65%	90%	85%	81%
PERTINENCIA	90%	75%	65%	90%	85%	81%
ACTUALIDAD	90%	75%	65%	90%	85%	81%
ORGANIZACIÓN	90%	75%	65%	90%	85%	81%
SUFICIENCIA	90%	75%	65%	70%	85%	77%
INTENCIONALIDAD	90%	75%	65%	90%	85%	81%
CONSISTENCIA	90%	75%	65%	90%	85%	81%
COHERENCIA	90%	75%	65%	80%	85%	79%
METODOLOGIA	90%	75%	65%	70%	85%	77%

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos de la Universidad Cesar Vallejo Lima
Este, 2016 – II

Interpretación:

Al aplicar la fórmula, el resultado de los promedios del juicio de expertos para la validez del instrumento de investigación dio 80%, lo que significa que el instrumento es considerado *Muy Bueno*.

Confiabilidad del instrumento de medición

La medición del nivel de confiabilidad del instrumento se llevó a cabo mediante la prueba del Alfa de Cronbach, con la finalidad de determinar el grado de homogeneidad que tienen los ítems.

El coeficiente de Alfa de Cronbach tiene valores entre 0 y 1, donde 0 significa confiabilidad nula, y 1 representa confiabilidad total, y esto se realizó con el programa estadístico SPSS.

Tabla N° 4

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	196	100,0
	Excluido ^o	0	,0
Total		196	100,0

Fuente: Programa estadístico SPSS

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

Tabla N° 5

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,707	24

Fuente: Programa estadístico SPSS

Interpretación:

De acuerdo con los resultados del análisis de fiabilidad, al procesar los datos de la prueba de la encuesta, el KR 20 dio como resultado **0,707** lo que demuestra que el instrumento tiene una fiabilidad Aceptable.

Fórmula:

$$KR - 20 = \left(\frac{k}{k-1}\right) * \left(1 - \frac{\sum p.q}{Vt}\right)$$

2.5. Método de análisis de datos

La consistenciación: La utilización de esta técnica permitió depurar los datos incensarios o falsos proporcionados por algunos encuestados.

La clasificación de la información: Es una etapa básica de datos. Se efectuó con la finalidad de agrupar datos mediante la distribución de frecuencias de las variables.

La tabulación de datos: La tabulación manual se efectuó agrupando en categorías y dimensiones, es decir, se anotó en una categoría o distribución el número de repeticiones hasta completar el total de la muestra. Después de esta tabulación se hizo uso de Programas estadísticos como el SPSS versión 22.

2.6. Aspectos Éticos

El desarrollo de la investigación certifico que el investigador no incurrió en acciones de plagio ya que se respetó la propiedad intelectual de los autores que han sido empleados en la investigación.

Por otro lado, los datos que se presentaron son verídicos y reales, no existió manipulación de la información obtenida, además se respetó el anonimato de los entrevistados, manteniendo la confidencialidad.

III.RESULTADOS.

3.1 Parámetros estadísticos de los resultados obtenidos.

3.1.1 Parámetros estadísticos de la variable Turismo Cultural

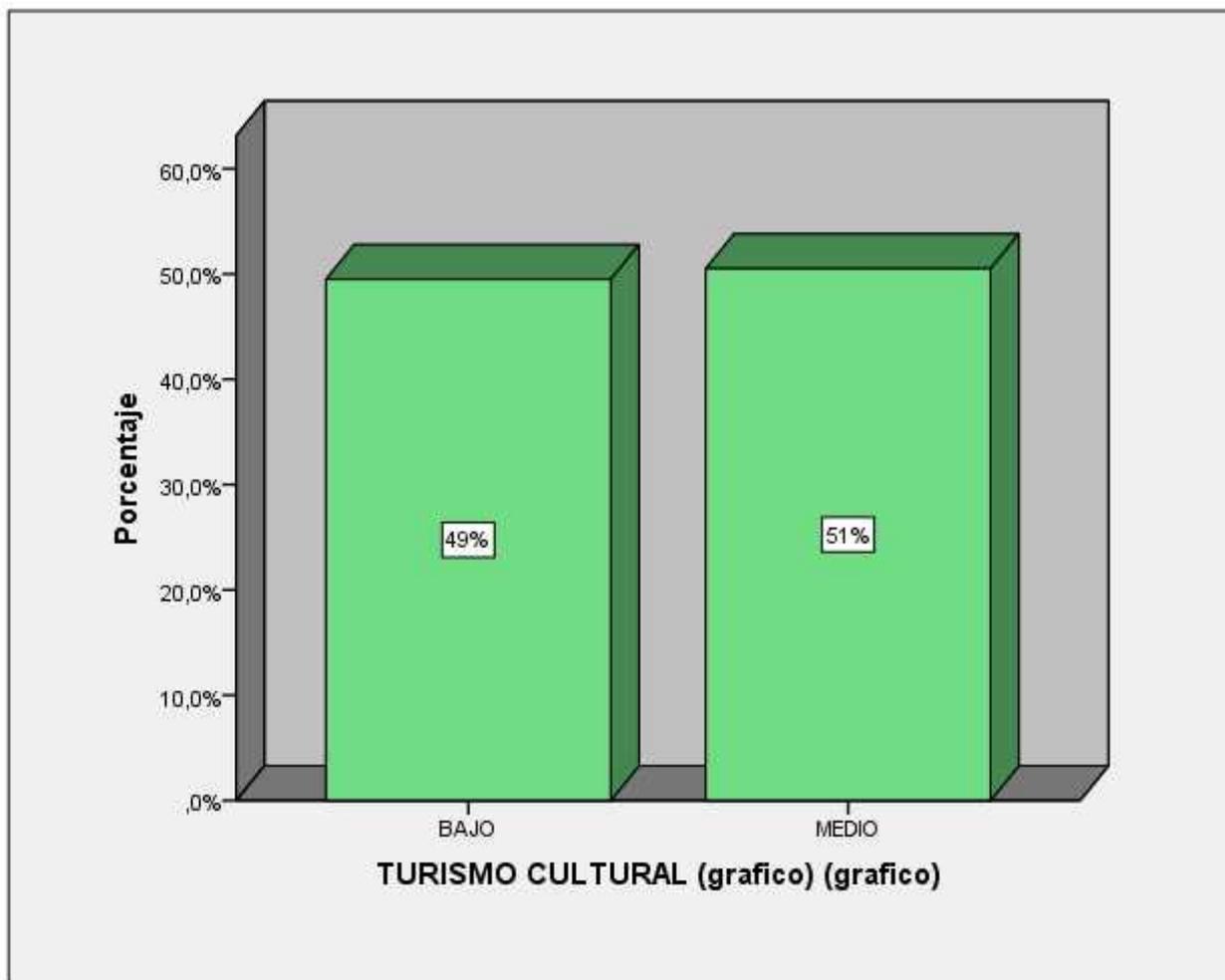


Figura N° 1

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por la variable turismo cultural, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico N°1 podemos indicar que el nivel de desarrollo del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima se viene desarrollando de una manera medianamente para los visitantes nacionales, ya que a través de la encuesta realizada ellos indican con un 51% que el turismo cultural que se presenta en ese lugar es moderado, mientras un 49% indica que es bajo.

3.1.2. Parámetros estadísticos de la dimensión Desplazamiento Turísticos

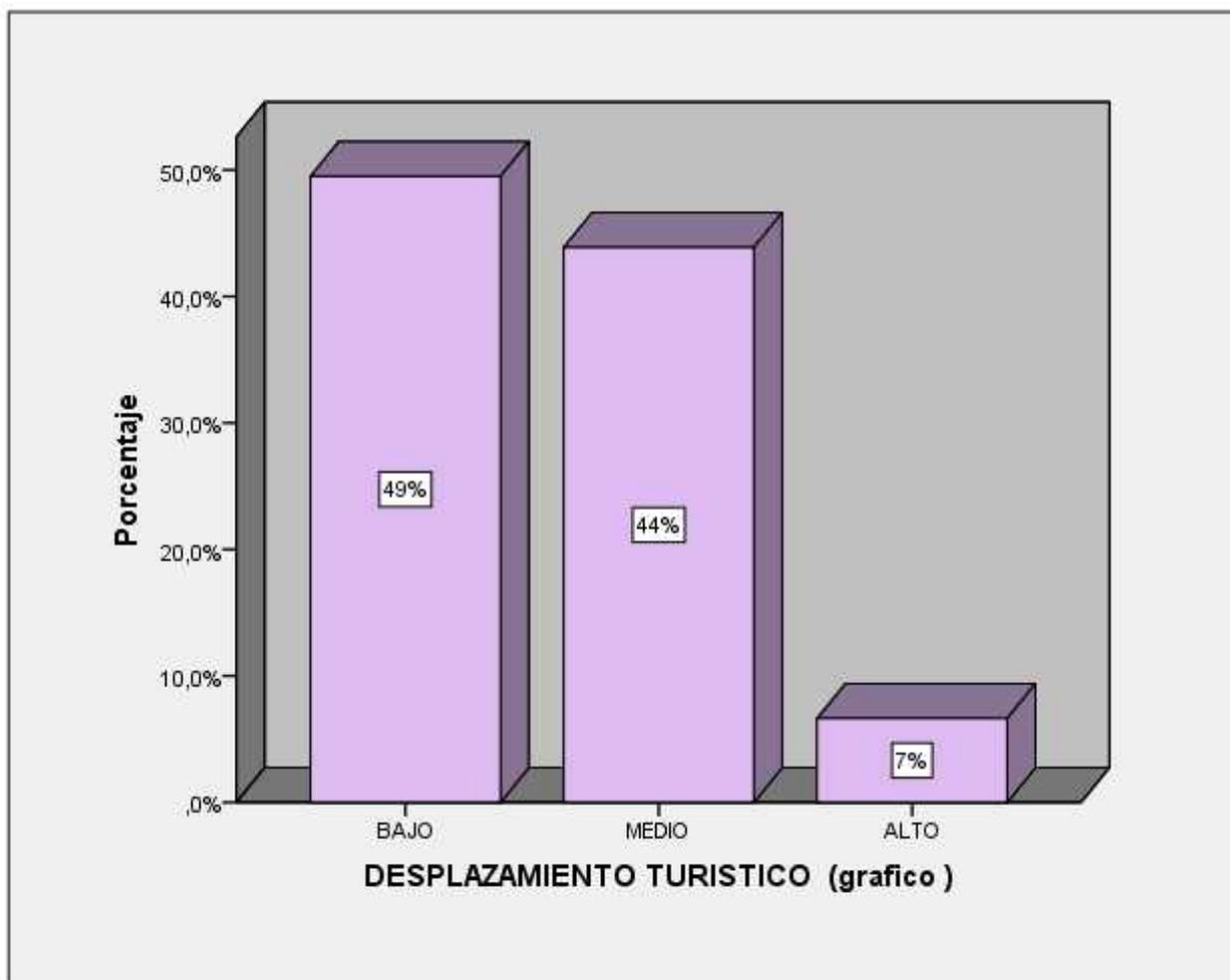


Figura N° 2

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por la dimensión desplazamiento turístico, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico N°2, podemos indicar que el desplazamiento turístico de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima no es del todo factible, debido a que un 49% indica que es bajo, debido al gran tráfico que existe en ese lugar en horas específicas, mientras un 44% indica que es moderado y solo un 7 % indica que es bueno o alto.

3.1.3. Parámetros estadísticos de la dimensión El Turista

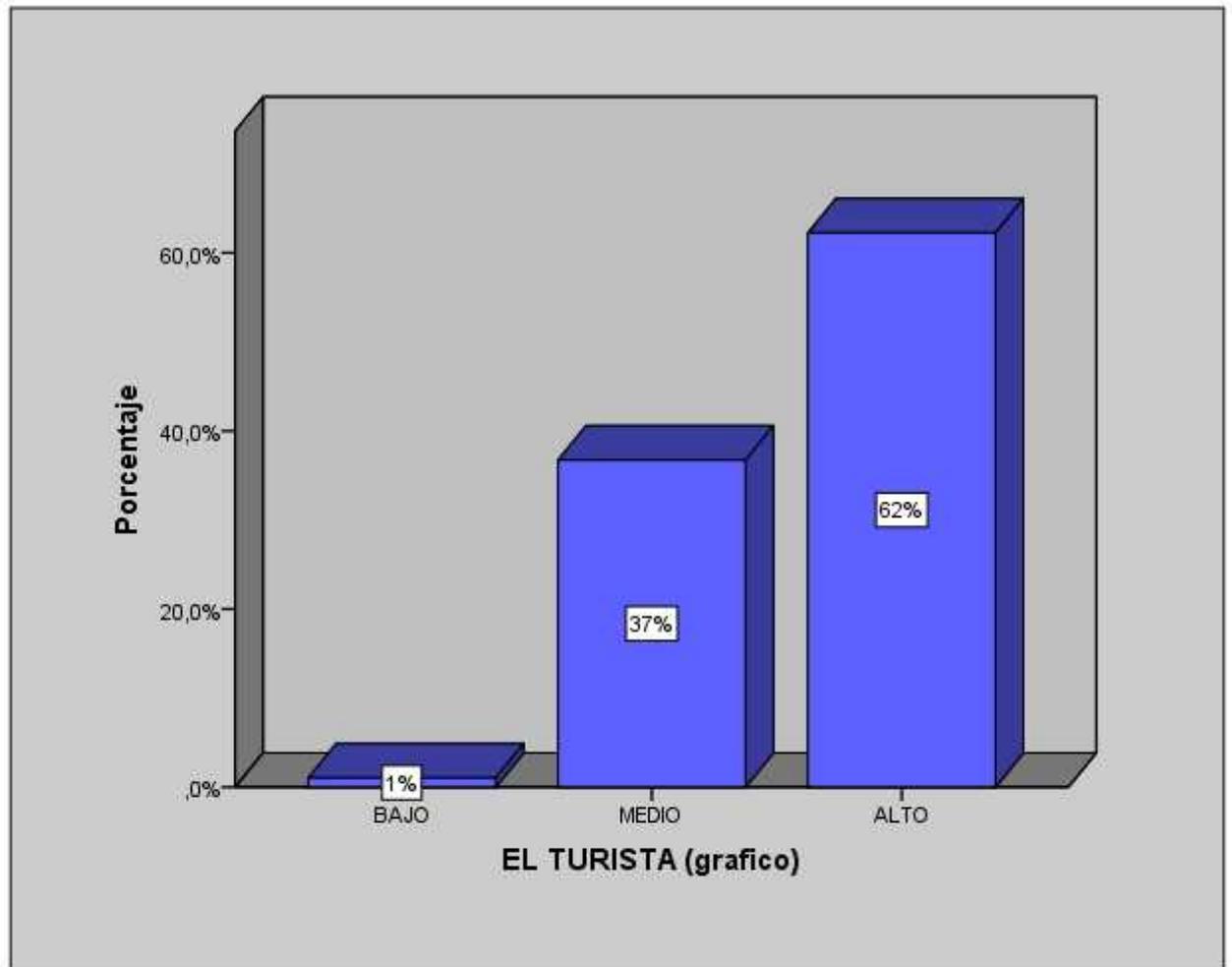


Figura N° 3

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por la dimensión el turista tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico N° 3, podemos indicar que el turista en el Centro Histórico de Lima se siente en un 62% satisfecho y cómodo con lo que encuentra a su alrededor, mientras que un 37% indica que es moderado y solo un 1% indica que es bajo.

3.1.4. Parámetros estadísticos de la dimensión El Sistema.

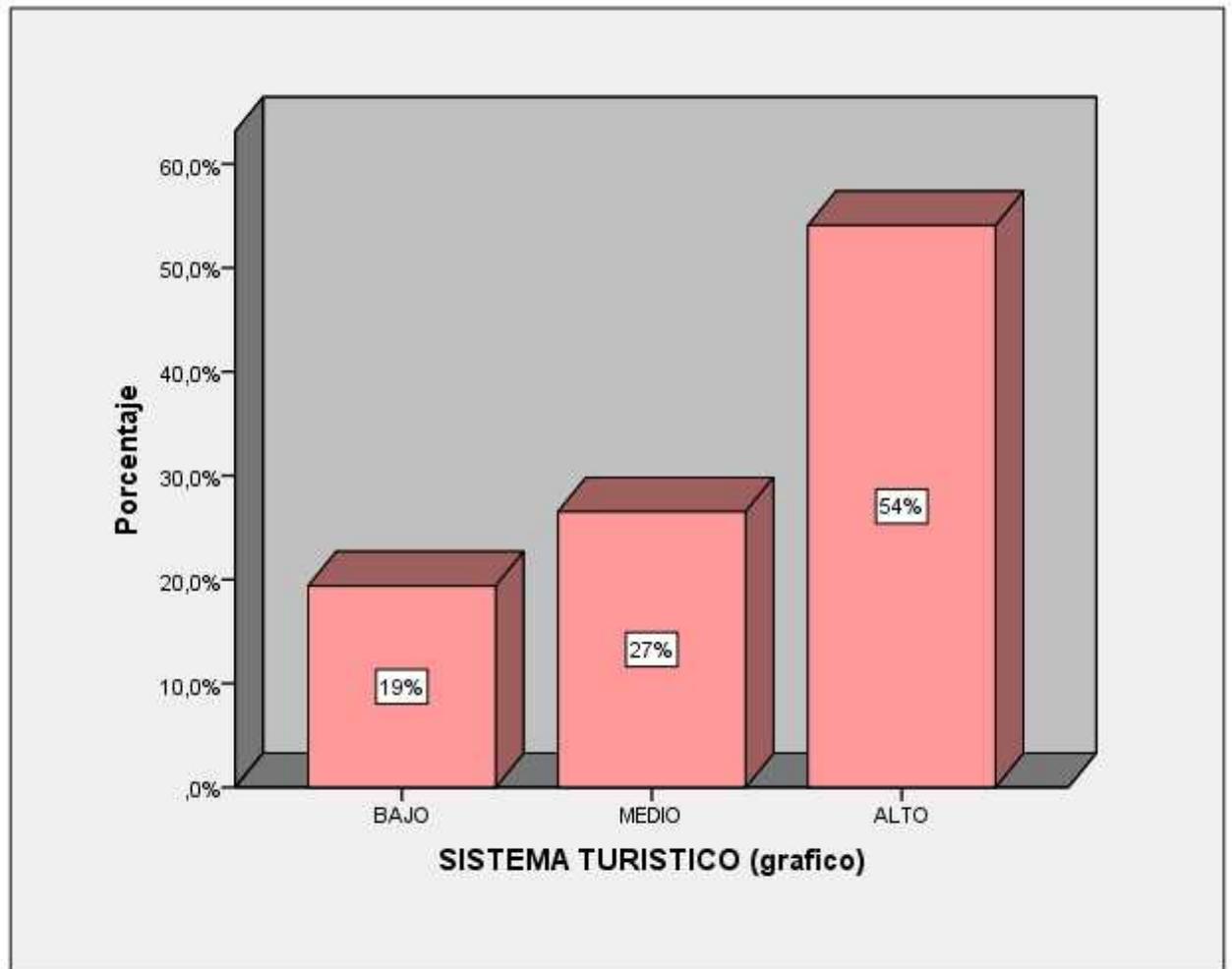


Figura N° 4

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por la dimensión el sistema turístico tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico N°4, podemos indicar que el sistema turístico con el que cuenta el Centro Histórico de Lima, es satisfactorio para los visitantes nacionales, debido a que ellos indican a través de la encuesta con un 54% que se encuentran de acuerdo y complacidos con las actividades que se realizan en ese lugar, mientras solo un 27% indica que es moderado y solo un 19 % indica que es malo o bajo.

IV. DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general identificar el nivel de desarrollo del turismo cultural desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima, en el año 2017, teniendo como objetivos específicos el identificar como se da el desplazamiento turístico de los visitantes nacionales, identificar el perfil del visitante nacional y determinar cómo se desarrolla el sistema turístico del turismo cultural desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima, 2017. Para lograr los objetivos de la investigación se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario de 24 ítems, el cual permitió evaluar la variable de turismo cultural dando como resultado un nivel moderado.

La validez interna de la validación se sustenta en el instrumento que se utilizó para la recolección de datos, este fue validado por el juicio de cinco expertos quienes determinaron la validez del contenido del instrumento, así mismo, para determinar su fiabilidad, el cuestionario fue sometido a la prueba estadística Alfa de Cronbach cuyo resultado arrojó 0.707 indicando su confiabilidad lo que certifica que los resultados obtenidos son válidos.

Dentro de las limitaciones encontradas en el desarrollo de esta investigación se puede mencionar dos factores importantes como tiempo y muestra. En el factor tiempo se tuvo que utilizar los días de descanso para el llenado de las encuestas y sacrificar ciertos días de clases ya que estos coincidían entre sí, debido a que los días feriados en las empresas de transporte donde actualmente laboro también se trabaja. En ese lapso de tiempo se pudo aplicar la muestra y el llenado de datos que son mostrados en los resultados obtenidos del presente trabajo de investigación. En cuanto a la muestra no se pudo obtener un número exacto de visitantes nacionales que solo visiten el Centro Histórico de Lima, solo se pudo obtener un número de visitantes nacionales que visitan Lima por lo cual la población fue desconocida, pero esto no fue impedimento para el desarrollo de investigación y recojo de datos. En futuros trabajos se debe considerar el tamaño de la muestra, si bien es cierto la

muestra que se tomó para esta investigación fue pequeña, ello no desmereció la autenticidad de los resultados obtenidos.

Por otro lado, lo que podría generalizarse del trabajo de investigación es la metodología empleada, dado que el instrumento aplicado cumple con la función de investigar a detalle y obtener información sobre el turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, ya que las dimensiones e indicadores utilizados en la investigación son de mucha ayuda

A continuación, se evalúa los resultados obtenidos en la investigación y los resultados de los antecedentes previos, con el objetivo de establecer una discusión entre las similitudes y diferencias sobre la variable de estudio.

Se tiene un estudio elaborada por Lechuga, A (2007) en la cual indica en su trabajo de investigación titulada “ Guía para el turismo cultural de la ciudad de Valparaíso”, se llegó a investigar acerca de una guía turística que hablaba del sector patrimonial de Valparaíso en la cual se rescataba la identidad y cultura de la ciudad de Valparaíso a través de códigos que representan los conceptos que identidad cultural para que de esta manera se pueda transmitir la identidad y cultura de la ciudad de Valparaíso , esto se concluyó con tres planos en los que se describen el trabajo de diseño que se propuso para la guía turística , como resultado del estudio se llegó a que Valparaíso es una de las ciudades más singulares de nuestro país y del mundo también , esto debido a que posee una esencia única y especial lo cual determina su rica identidad cultural que es atractiva para los turistas o visitantes que tiene por ello se pudo indicar que en relación a la investigación los resultados coinciden , por que pudimos observar en el estudio que el Centro Histórico de Lima cuenta con una mapa de lugares más recorridos por los visitantes nacionales .

Por otra parte tenemos a Lizarte, L (2013) en su investigación titulada Plan de negocios operador de turismo cultural al nuevo circuito nocturno del santuario Pachacamac”, se logró como resultado atraer a las personas a través de propuestas innovadoras que estén basadas en cultura y explicación didáctica, estudio de mercado , técnico, inversión y financiero para medir los parámetros de medición de la investigación siendo esto controlado por los inversionistas , por lo que se indica que el resultado obtenido en la investigación tiene similitud

con el actual trabajo realizado por que en este trabajo se utilizaron varios parámetros de similitud de con las identidades de turismo en el Centro Histórico de Lima, las cuales fueron aplicadas mediante una encuesta los visitantes nacionales.

Se finaliza indicando que el turismo cultural es una fuente de ingresos al Perú, y esto se da a través de actividades turísticas, lo cual permite participación de identidad cultural a través de sus distintas actividades en las cuales participan las empresas públicas y privadas.

V. CONCLUSIÓN

Con los objetivos de la presente investigación y verificando el análisis y la discusión de los resultados obtenidos, se interpretan las siguientes conclusiones.

Contando con el propósito de la investigación que fue identificar el nivel de desarrollo del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima ,2017 según la perspectiva de los visitantes nacionales, se puede señalar los siguiente de acuerdo a los resultados obtenidos a través de la encuesta., se puede identificar la relevancia de algunas dimensiones e indicadores sobre otros, para la mayor afluencia de visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima.

Las actividades turísticas es un indicador muy significativo dado que los visitantes nacionales tienen una actitud positiva para poder realizar dichas actividades las cuales se pueden observar a través de las vistas o guiados que realizan hacia los atractivos turísticos del Cercado de Lima, por esto se puede decir que los visitantes nacionales tienen interés en empaparse de cultura en el Centro Histórico de Lima.

Las manifestaciones culturales que se presentan en el Centro Histórico de Lima, son resultados de las diversas actividades turísticas que se han realizado en ella, por lo cual se puede decir que la calidad de servicio que ofrecen los lugares turísticos es agradable para los visitantes nacionales, esto es debido a que ellos reciben capacitaciones y charlas en las cuales se les enseña a cómo realizar dichas actividades.

VI. RECOMENDACIONES

A través del resultado de la investigación se puede indicar algunas recomendaciones para la aplicación.

Se recomienda que los visitantes nacionales del Centro histórico de Lima, valoren los recursos y patrimonios que se encuentran en él, ya que los resultados que arrojó la encuesta de 24 preguntas que se realizó dio como resultado un nivel medio, lo que quiere decir que hay muchos puntos que se deben mejorar.

Los visitantes nacionales del Centro Histórico de Lima deberían tomar las precauciones necesarias antes de realizar algunas actividades ya que como sabemos hay tipos de empresas que no están legalizadas por ende no brindan las medidas de seguridad necesarias que los visitantes nacionales necesitan al momento de realizar dichas actividades o utilizar sus servicios.

En la presente investigación permitió identificar algunas características que se deben tener en cuenta al momento de realizar algunas actividades, se propone realizar un plan estratégico para acabar de alguna manera con las empresas ilegales, por lo cual se brinda detalles de que es lo que los visitantes nacionales buscan y realizan al momento de visitar en el Centro Histórico de Lima.

Finalmente se puede indicar que el turismo cultural en el Centro Histórico de Lima cada día crece, por lo cual debemos analizar la situación en la que actualmente se encuentra, evaluar los circuitos y actividades que se realizan y cuidar de las manifestaciones culturales para poder determinar estrategias para impulsar a que vengan más visitantes nacionales al Centro Histórico de Lima y poder satisfacer sus necesidades culturales.

VII. REFERENCIAS

APTAE (2015). Turismo Rural Comunitario. Recuperado de:
<http://www.aptae.pe/es/turismo-rural-comunitario>.

Cebrian, A (2001). Turismo cultural y desarrollo sostenible. Universidad de Murcia.

Centro de Investigación, Documentación y Asesoría Poblacional (2016). Disponible:

http://www.cidap.org.pe/wp-content/uploads/pub_centro_historico_lima.pdf

<http://www.cidap.org.pe/archivo/820>

Curiel, L (2007). La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente (tesis de licenciatura). Universidad Complutense de Madrid.

García, J y Poyato (2002). La función social del patrimonio histórico: El turismo cultural, Universidad de Cuenca Quito

INC (2007). Documentos fundamentales para el patrimonio cultural.

Recuperado de:

http://promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_mercados_y_segmentos_segmentos_1004_Publicacion-Perfil-del-Turista-Cultural.pdf.

Gómez, M., Mondejaf, J & Sevilla, C. (2005) gestión del turismo cultural y sus ciudades. España.

ICOMOS (International Council on Monuments and Sites).Letter International about Tourism Culture. 8ºborrador, México 1999. Page. Web:
http://www.icomos.org/tourism/tourism_es.html.

Origen Andino (2015). Disponible en:

<http://limaperu.origenandino.com/centro-historico-de-lima-peru.html>

Organización Mundial de Turismo (OMT). (2001). Turismo Disponible en:
http://promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_mercados_y_segmentos_segmentos_1004_Publicacion-Perfil-del-Turista-Cultural.pdf

Organización Mundial de Turismo (OMT). (2012) Turismo. Disponible en:
http://promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_mercados_y_segmentos_segmentos_1004_Publicacion-Perfil-del-Turista-Cultural.pdf

Palmerio, G., Lombardi, A & Montouri, P (2016) The Historic Center, Analysis and Restoration. Roma.

Promperu (2014). Perfil del turista

Promperu (2015) Perfil del turista nacional vacacional

Recuperado de:
http://promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_mercados_y_segmentos_segmentos_1004_Publicacion-Perfil-del-Turista-Cultural.pdf

Pacheco, M (2005). Turismo cultural en el cercado de lima (tesis de licenciatura). Universidad cesar vallejo.

Lechuga, J (2007). Guía para el turismo cultural de la ciudad de Valparaíso (tesis de titulación). Universidad de Chile. Lizarte, J (2013). Plan de negocios operador de turismo cultural al nuevo circuito nocturno del santuario de Pachacamac. (Tesis de licenciatura). Universidad San Martin de Porres.

Mc Intosh y Goeldner (2012) La demanda del turismo cultural (1era. Ed.) Perú

Recuero, N., Blasco, F& Mandariaga, J (2016) Marketing del turismo cultural. Madrid.

Quezada, R (2013) Elementos del turismo (2013). Costa Rica

Vásquez, R (2008) Importancia de las actividades de cultura. España

Vásquez, R (2008) Recursos culturales y diseño del producto y la oferta del turismo cultural. España

ANEXOS

ANEXO N°1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Nota:

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	VARIABLE ESTADISTICA	ESCALA DE MEDICION	DISEÑO METOOLÓGICO
Problema General	Objetivo General	TURISMO CULTURAL	Desplazamiento: Es todo desplazamiento turístico que contribuye a satisfacer la necesidad humana de diversidad y tienden a aumentar el nivel de cultura , también son las que hacen posible el turismo cultural mediante, el transporte, el alojamiento, la				Tipo: Básico – Descriptivo
¿Cómo es el nivel de desarrollo del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales del distrito de Lima en el año 2017?	Determinar el nivel de desarrollo del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el año 2017.	Movimiento de personas con motivaciones básicamente culturales, tales como circuitos de estudio, circuitos culturales y de artes del espectáculo, viajes a festividades u otros eventos culturales, viajes para estudiar la naturaleza, el folclore o el arte, así como peregrinaciones. Donaire (2012).	manutención de los turistas o la provisión de bienes y servicios que enriquecen la estancia del turista El Turista: Movimiento de personas hacia atracciones	Transporte Alojamiento	Cualitativa Cualitativa	Ordinal – Escala de Likert 5-Totalmente en desacuerdo 4- De acuerdo 3- Ni de acuerdo, ni desacuerdo 2- Desacuerdo 1-Totalmente en Desacuerdo	Diseño: No experimental-transversal Método: Descriptivo Población: Centro Histórico de Lima Muestra: Visitantes Nacionales Análisis de datos: Spss
Problema Específicos	Objetivos Específicos						
¿Cómo es el desplazamiento turístico en el Centro Histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales del	Identificar como se da el desplazamiento turístico de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima, 2017.			Motivaciones culturales	Cualitativa		

<p>distrito de Lima en el año 2017?</p> <p>¿Cómo es el visitante nacional del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, en el año 2017?</p>	<p>Identificar el perfil del visitante nacional desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima, 2017.</p>	<p>culturales, como sitio de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales, música, teatro, o danza fuera de su lugar habitual de residencial.</p>	<p>Satisfacciones culturales</p>	<p>Cualitativa</p>	<p>Técnica Encuesta</p>
<p>¿Cómo es el sistema turístico del Centro Histórico de Lima según los visitantes nacionales en el distrito de Lima en el año 2017?</p>	<p>Determinar cómo se desarrolla el sistema turístico del turismo cultural desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el Centro Histórico de Lima, 2017.</p>	<p>Sistema: Conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos que tiene como fin impulsar diferentes actividades turísticas que permitan a los ciudadanos disfrutar de manifestaciones culturales en un entorno distinto al habitual.</p>	<p>Actividades turísticas</p> <p>Manifestaciones culturales</p>	<p>Cualitativa</p> <p>Cualitativa</p>	

ANEXO N°- 2: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Cuestionario sobre “Turismo cultural en el centro histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, 2017”

Buenos días/tardes, Se está realizando una encuesta para recopilar datos acerca del turismo cultural en el centro histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, 2017. Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo por responder las siguientes preguntas:

INSTRUCCIONES:

Marcar con un aspa (x) la alternativa que Ud. Crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo (2) Desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

DATOS DEL ENCUESTADO:

Sexo: (M) (F)

Estado civil:

- Soltero
- Casado
- Viudo

Edad:

- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 45 años
- 46 - 55 años
- 56 - 65 años
- 65 años a más

Ocupación:

- Trabajador dependiente
- Trabajador independiente

DESPLAZAMIENTO TURISTICO						
1. Transporte		Escala				
		1	2	3	4	5
01.	El acceso desde su alojamiento hasta el Centro histórico de Lima es el adecuado					
02.	Influye el tráfico en su traslado al Centro histórico de Lima					
03.	El transporte que utilizo para llegar al Centro histórico de Lima tuvo un costo razonable.					
2. Alojamiento		Escala				
04.	El alojamiento cumple con sus expectativas					
05.	El trato que recibe en su establecimiento de hospedaje es el apropiado					
06.	Los platos ofrecidos en los restaurantes y el costo de estos son los apropiados.					
07.	Considera que la gastronomía que posee Lima influye en su interés de visita					
08.	Al momento que planifico su viaje le fue fácil encontrar hoteles y restaurantes cercanos al centro histórico de Lima.					
EL TURISTA						
1. Motivaciones culturales		Escala				
		1	2	3	4	5

09.	Los atractivos culturales que presenta el Centro histórico de Lima tienen mucho valor histórico.					
10.	Las casonas coloniales del Centro histórico de Lima representan la riqueza arquitectónica de hoy en día.					
11.	La iglesia san Francisco es uno de los más importantes complejos religiosos de Lima debido a sus catacumbas o galerías subterráneas.					
12.	Las ferias gastronómicas que se realizan a los alrededores del Centro histórico de Lima son de intereses de su visita.					
2. Satisfacciones culturales		Escala				
13.	Se encuentra satisfecho con la información que se brinda en los centros de información turística o las oficinas turísticas que hay en el Centro histórico de Lima.					
14.	Está satisfecho con la señalización que hay en el Centro histórico de Lima					
15.	Los tours o recorridos que se realizan en el Centro histórico de Lima son de su agrado.					
16.	Se siente contento con las actividades que se pueden realizar en el Centro histórico de Lima.					
SISTEMA TURISTICO						
1. Actividades Turísticas		Escala				
		1	2	3	4	5
17.	Las actividades que se pueden realizar en el Centro Histórico de Lima son de interés.					
18.	Considera usted que los centros de información turística o las oficinas turísticas brindan la información suficiente a los visitantes					
19.	Se realizan trabajos de conservación y protección del patrimonio cultural en el Centro histórico de Lima.					
20.	Tiene conocimiento de las normas de protección en el Centro Histórico de Lima					
Manifestaciones culturales		Escala				
21.	El Centro histórico de Lima cuenta con una adecuada promoción de sus atractivos, creencias, monumentos y ferias turísticas					
22.	El entorno cultural que representa el Centro histórico de Lima es el adecuado					
23.	El Centro histórico de Lima ofrece turismo urbano para los jóvenes que gustan de música de Hip hop					
24.	Considera usted que realiza una adecuada promoción a las manifestaciones culturales que hay en el centro Histórico de lima					

Fuente: Tomado del manual de proyecto de investigación, por la Universidad

Cesar Vallejo sede Lima Este, 2016 II

Elaborado: Por la autora.

ANEXO N°3. Parámetros estadísticos de la encuesta

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 01

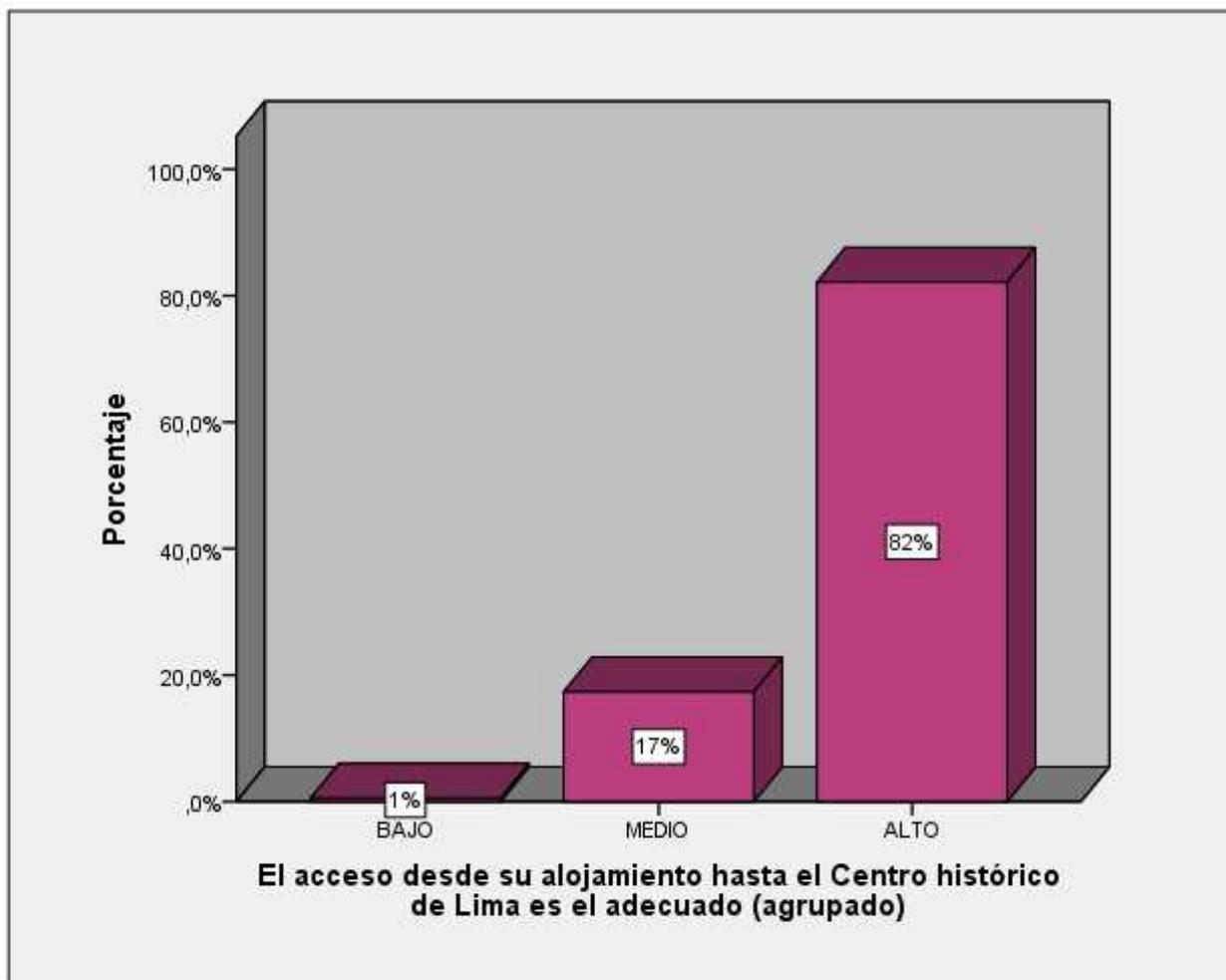


Figura N° 5

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador transporte con la pregunta n°1, que fue el acceso de su alojamiento hasta el Centro Histórico de Lima es el adecuado, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°5, en el cual podemos indicar que un 82 % de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 17% indica que es medio y solo un 1% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 02

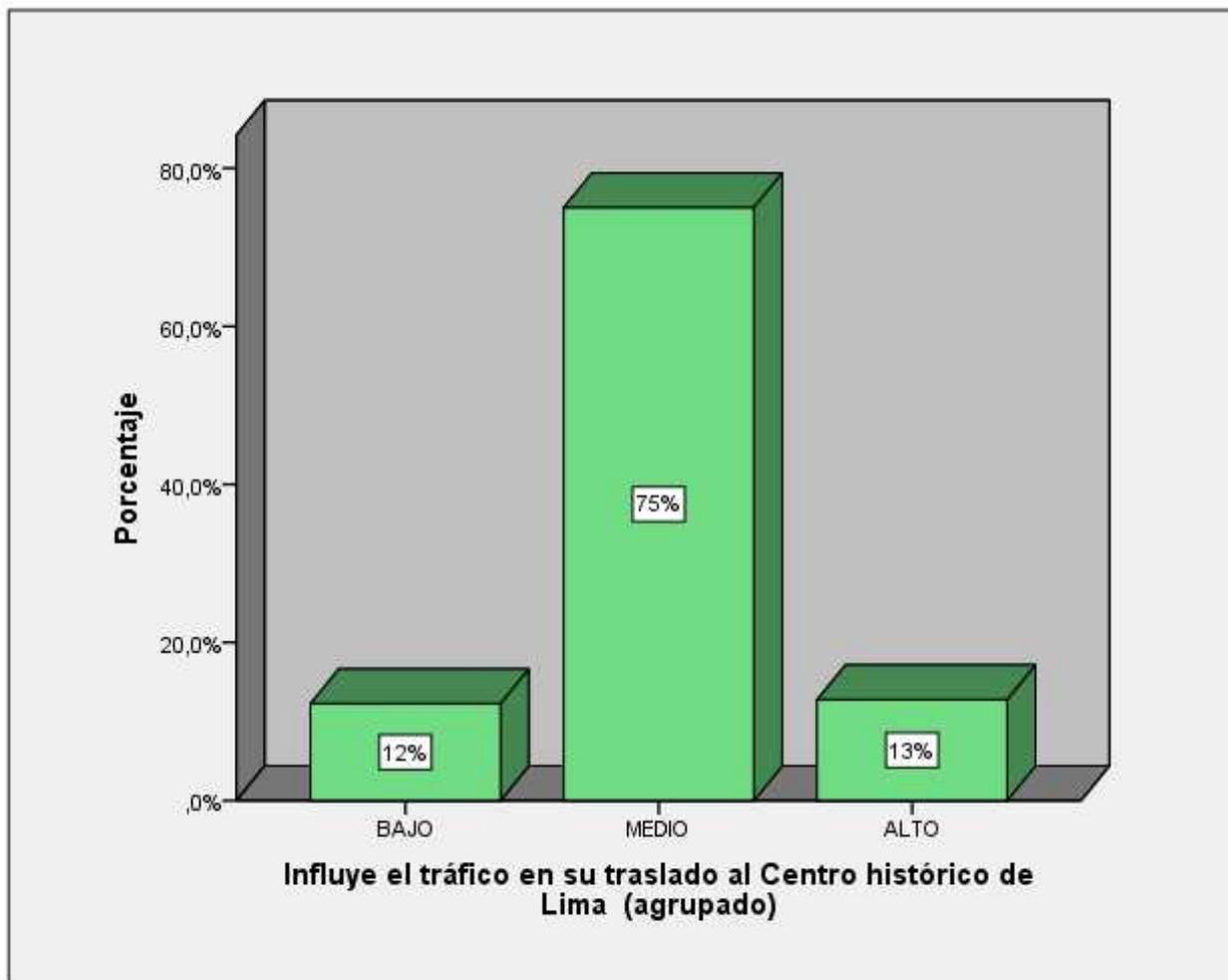


Figura N° 6

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador transporte con la pregunta n° 2, que fue influye el tráfico en su traslado al Centro Histórico de Lima es el adecuado, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°6, en el cual podemos indicar que un 13 % de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 75% indica que es medio y un 12% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 03

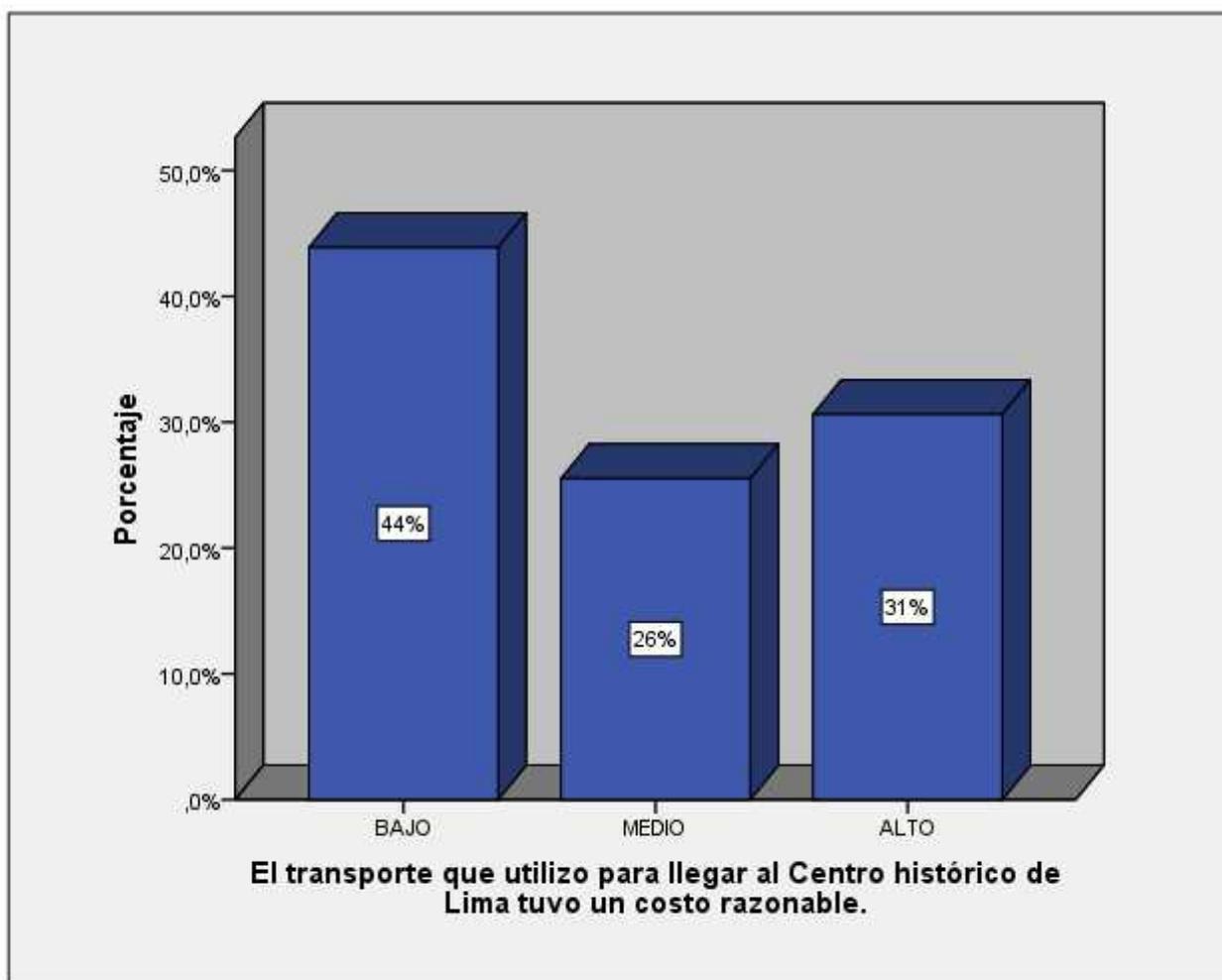


Figura N° 7

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador transporte con la pregunta n°3, que fue el transporte que utilizo para llegar al Centro Histórico de Lima tuvo un costo razonable, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°7, en el cual podemos indicar que un 31 % de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 26% indica que es medio y un 44% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 04

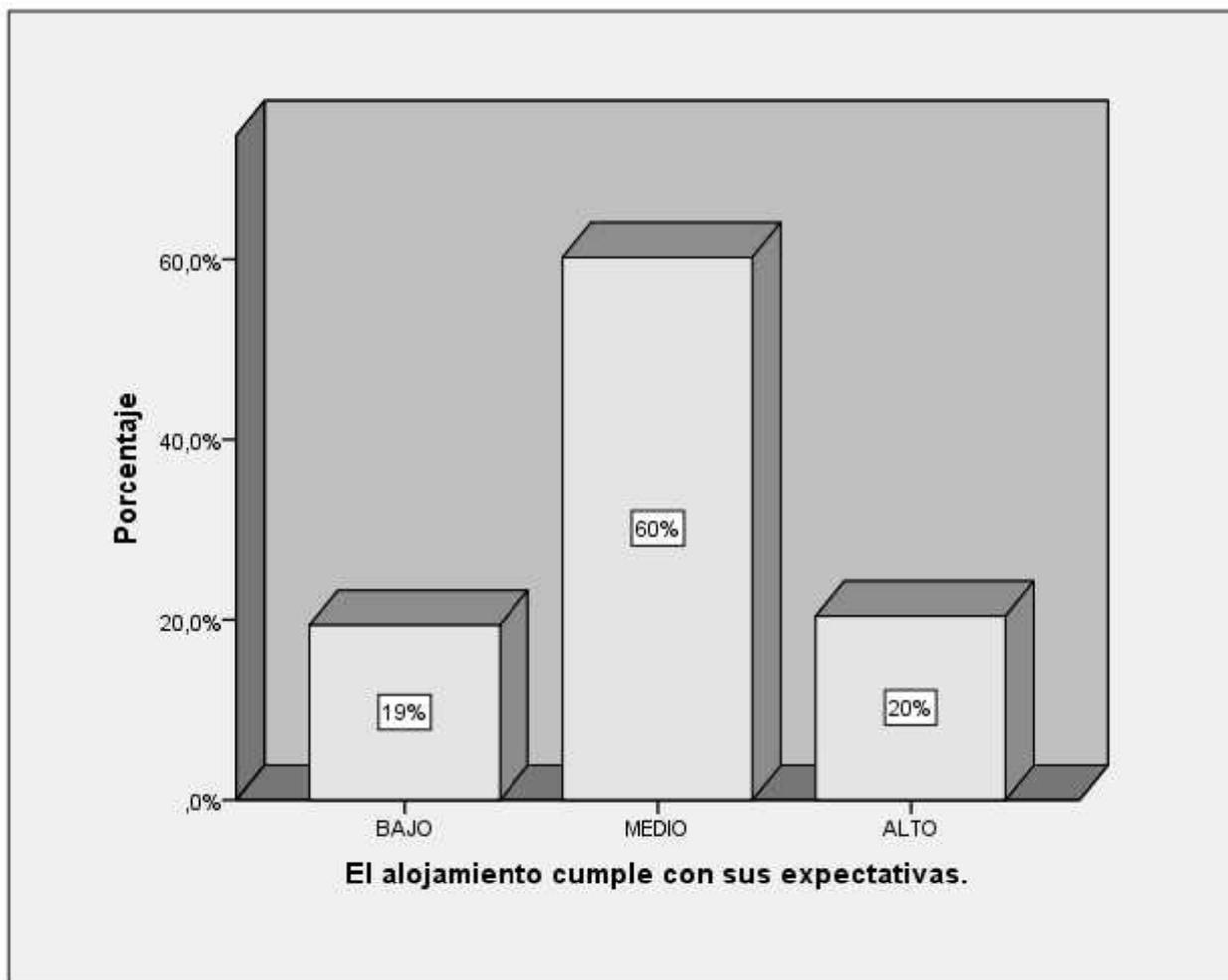


Figura N° 8

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador alojamiento con la pregunta n°4, que fue el alojamiento cumple con sus expectativas, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°8, en el cual podemos indicar que un 20% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 60% indica que es medio y solo un 19% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 05

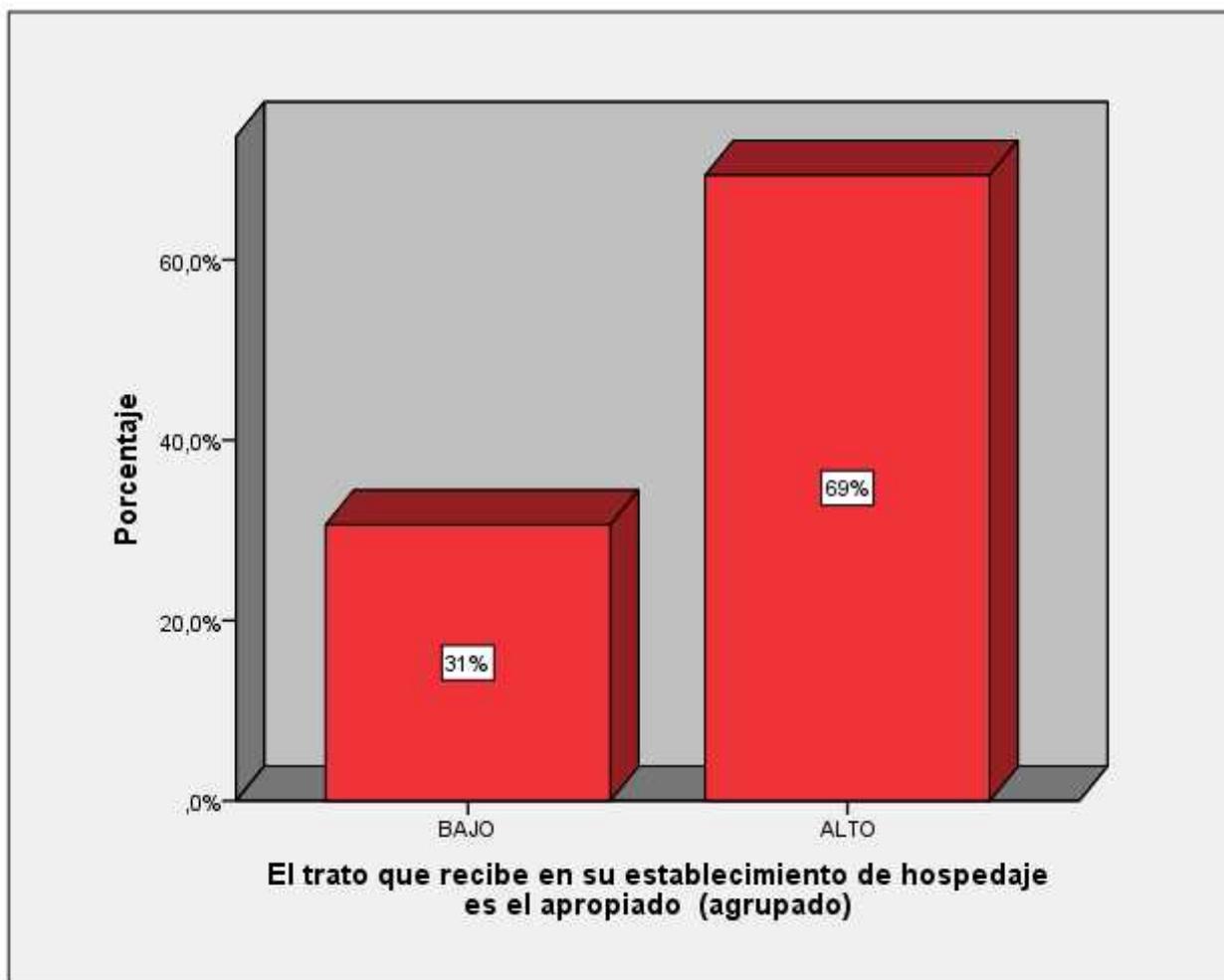


Figura N° 9

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador alojamiento con la pregunta n° 5, que fue el trato que recibe en su establecimiento de hospedaje es el apropiado, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°9, en el cual podemos indicar que un 69% de visitantes nacionales indica que es alto, y un 31% indica que es medio.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 06

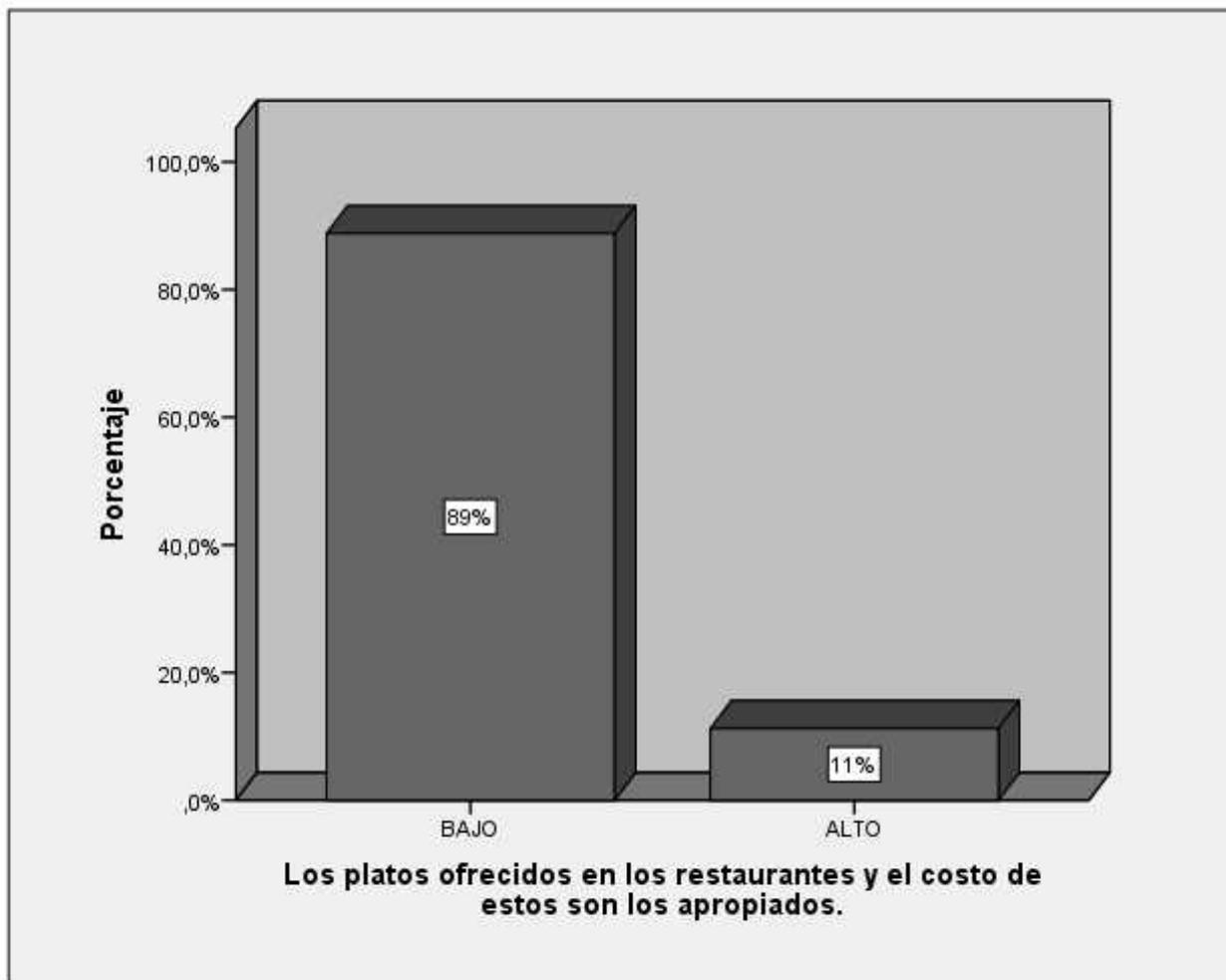


Figura N° 10

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador alojamiento con la pregunta n°6, que los platos ofrecidos en el restaurante y el costo de estos son los apropiados, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°10, en el cual podemos indicar que solo un 11% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 89% indica que es medio.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 07

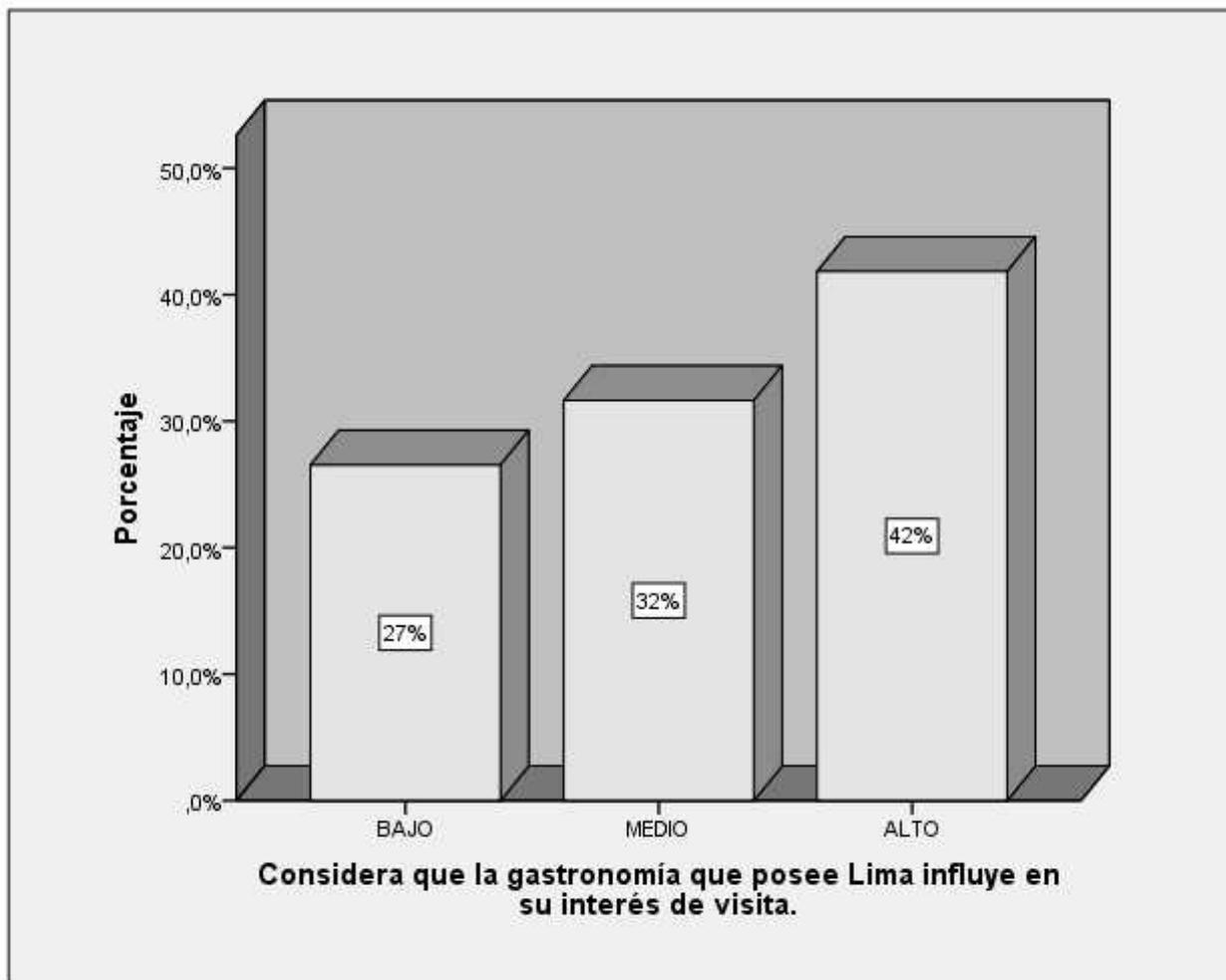


Figura N° 11

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador alojamiento con la pregunta n°7, que fue considera que la gastronomía que posee Lima influye en su interés de visita, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°11, en el cual podemos indicar que un 42% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 32% indica que es medio y solo un 27% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 08

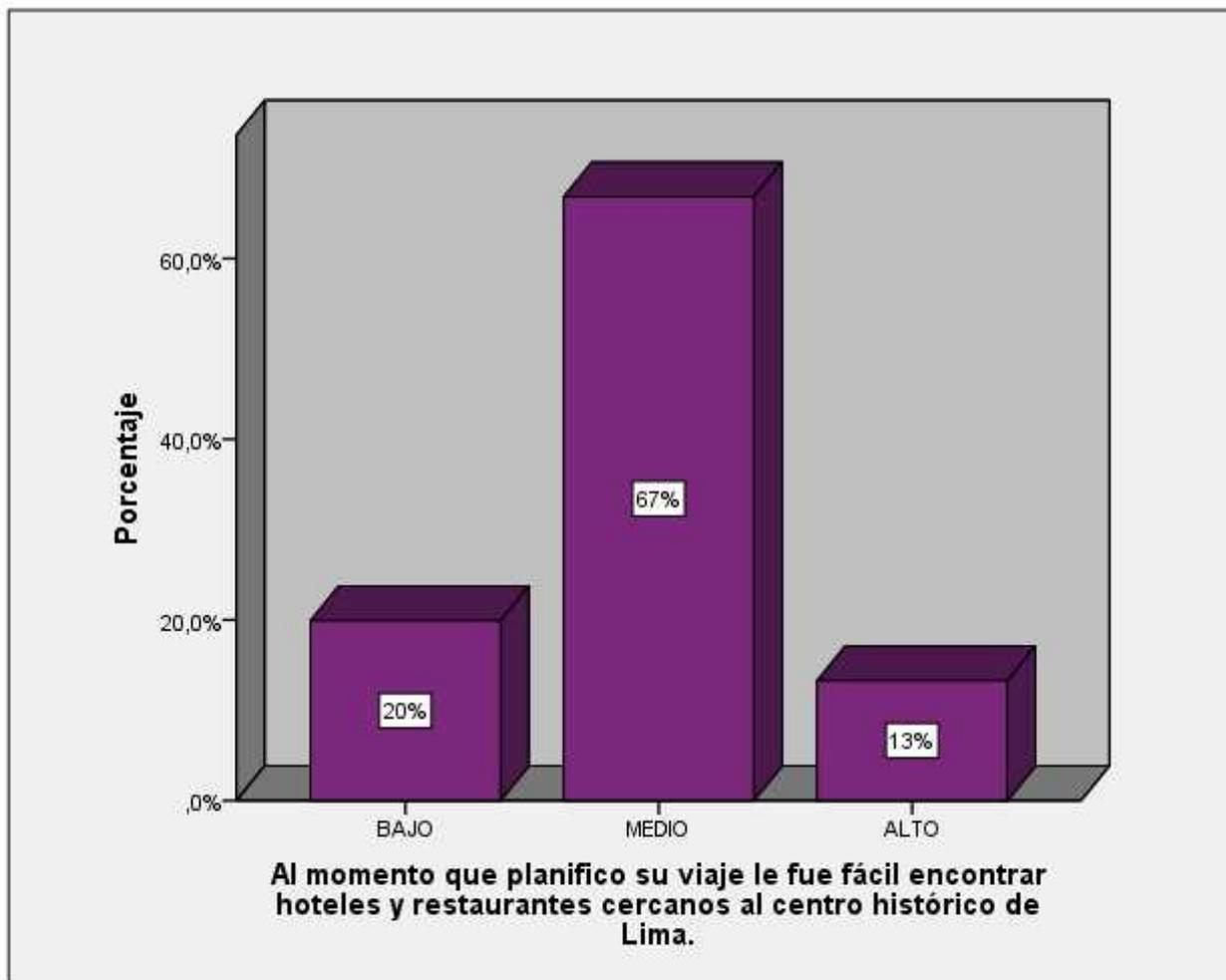


Figura N° 12

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador alojamiento con la pregunta n°8, que fue al momento que planifico su viaje le fue fácil encontrar hoteles y restaurantes cercanos al Centro Histórico de Lima, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°12, en el cual podemos indicar que un 13% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 67% indica que es medio y un 20% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 09

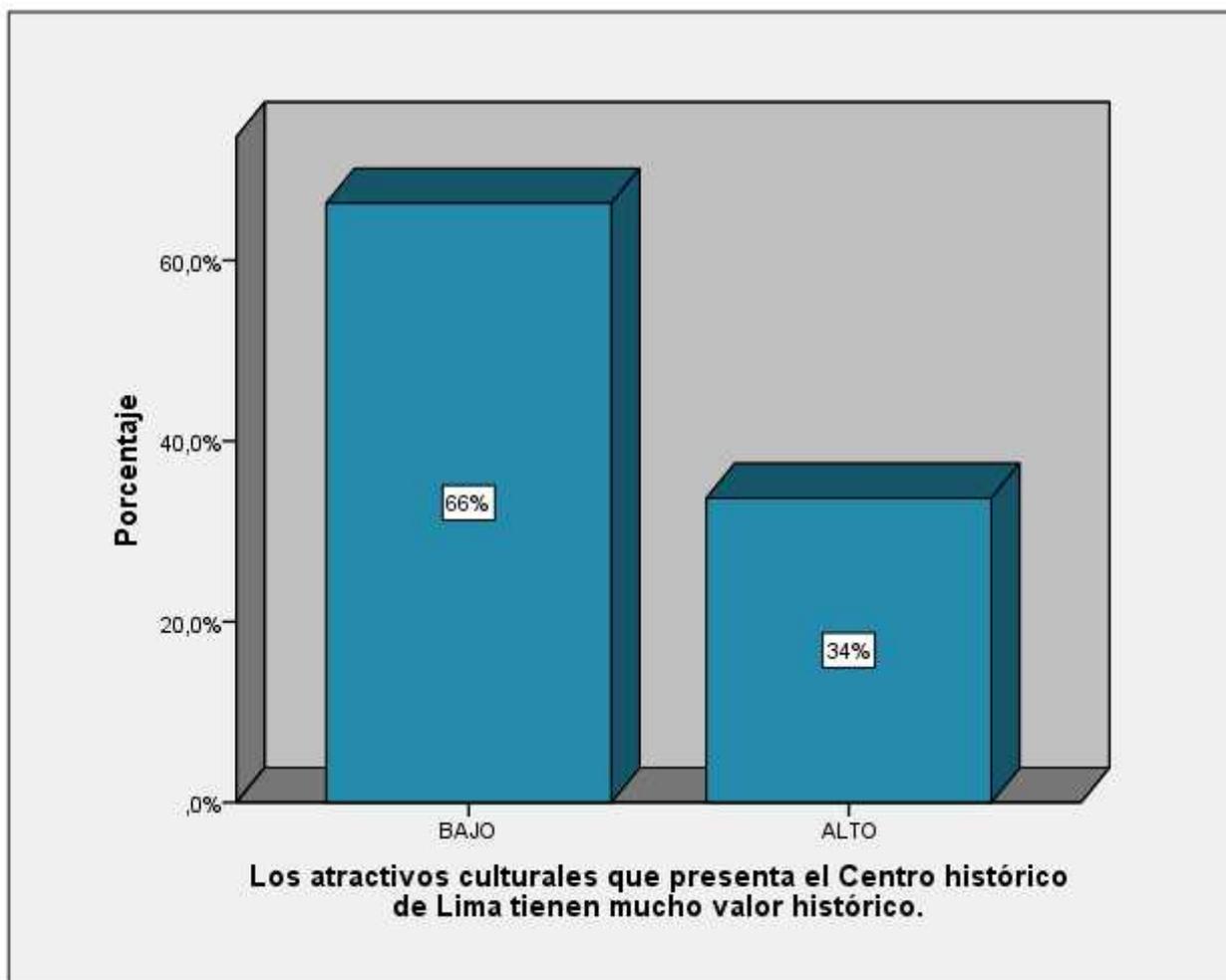


Figura N° 13

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador motivaciones culturales con la pregunta n°9, que fue los atractivos culturales que presenta el Centro Histórico de Lima tienen mucho valor histórico, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°13, en el cual podemos indicar que un 34% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 66% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 10

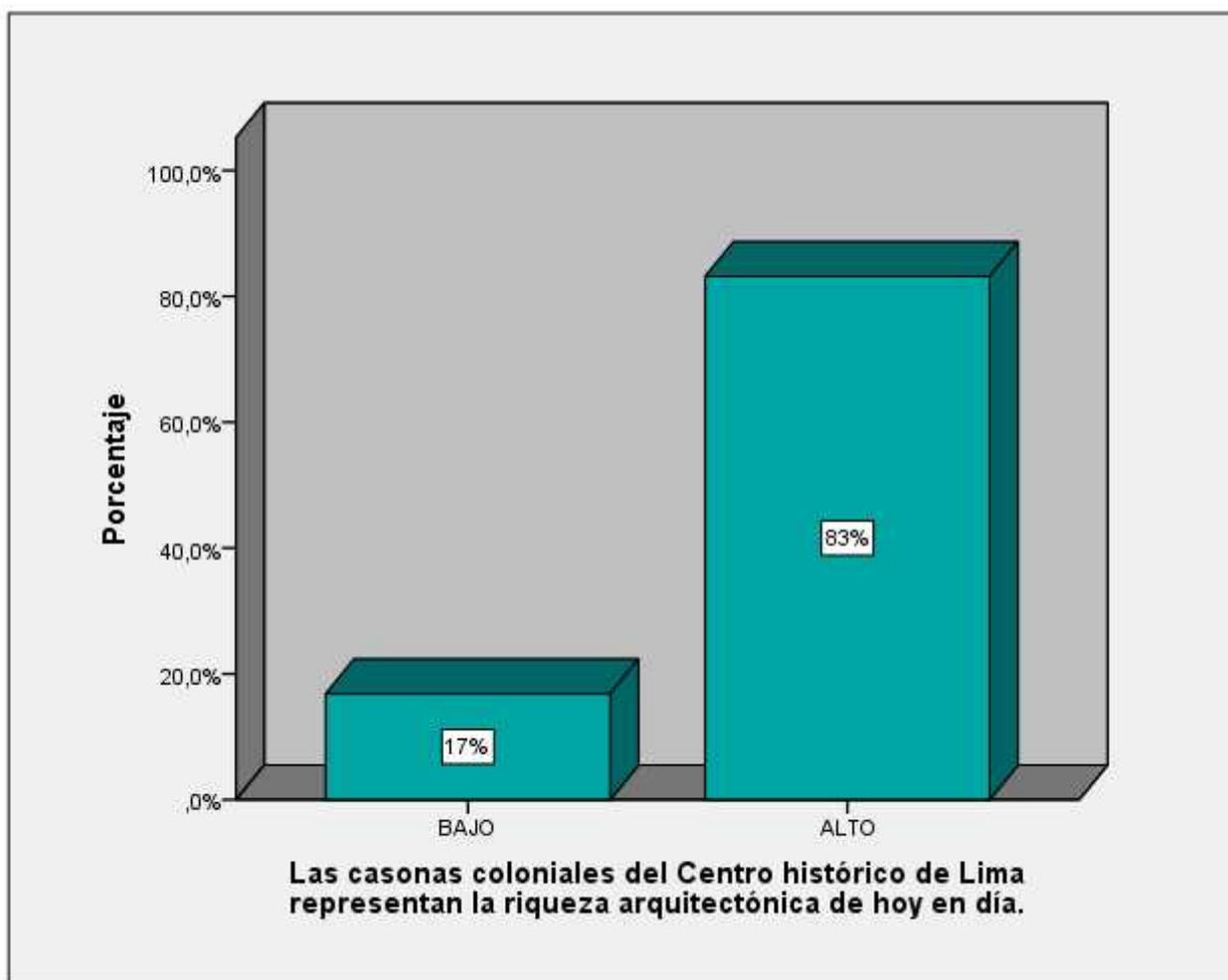


Figura N° 14

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador motivaciones culturales con la pregunta n°10, que fue las casonas coloniales del Centro Histórico de Lima representan la riqueza arquitectónica de hoy en día, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°14, en el cual podemos indicar que un 83% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras solo un 17% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 11

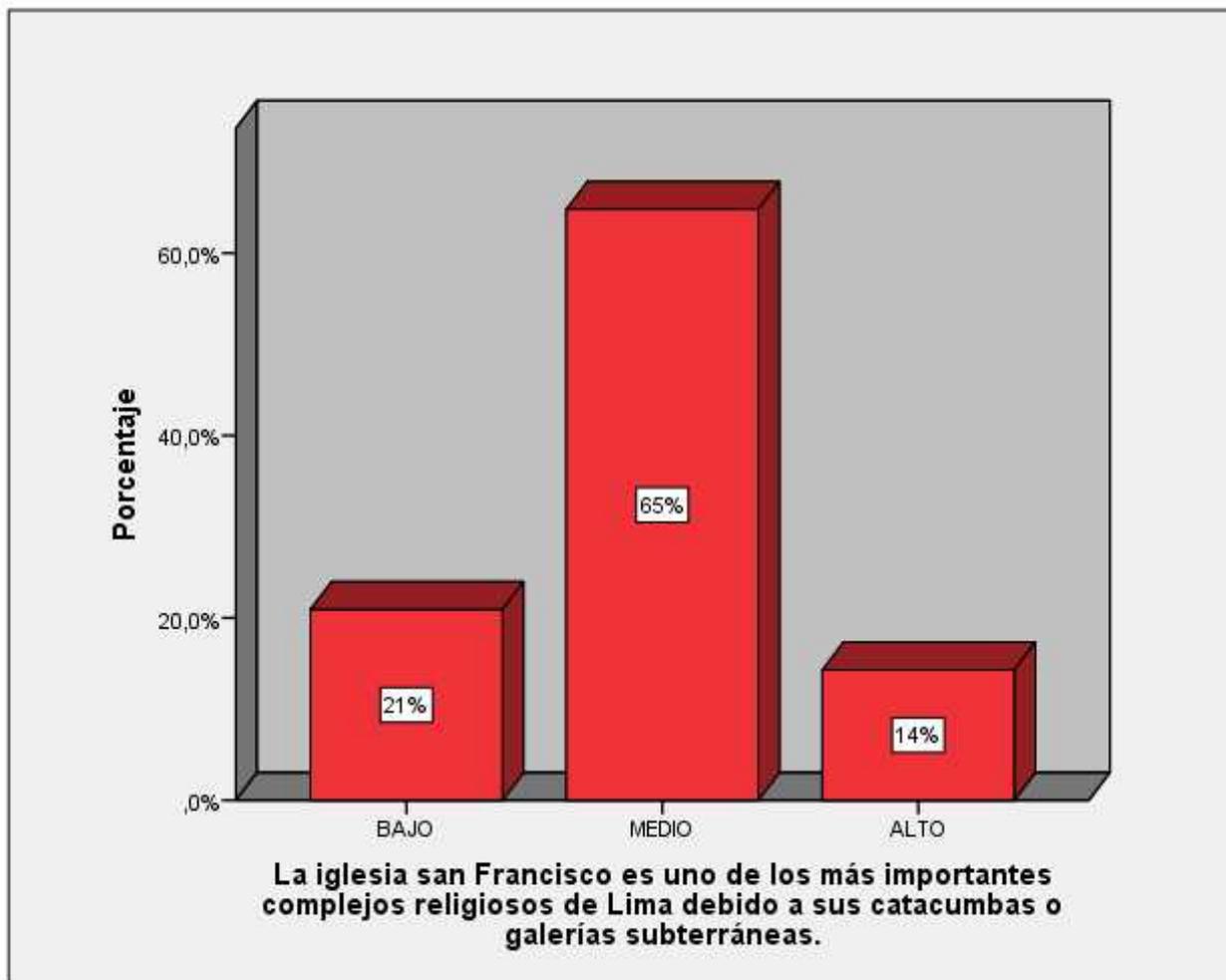


Figura N° 15

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador motivaciones culturales con la pregunta n°11, que fue la iglesia San Francisco es uno de los más importantes complejos religiosos de Lima debido a sus catacumbas o galerías subterráneas, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°15, en el cual podemos indicar que un 14% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras solo un 65% indica que es medio y un 21% que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 12

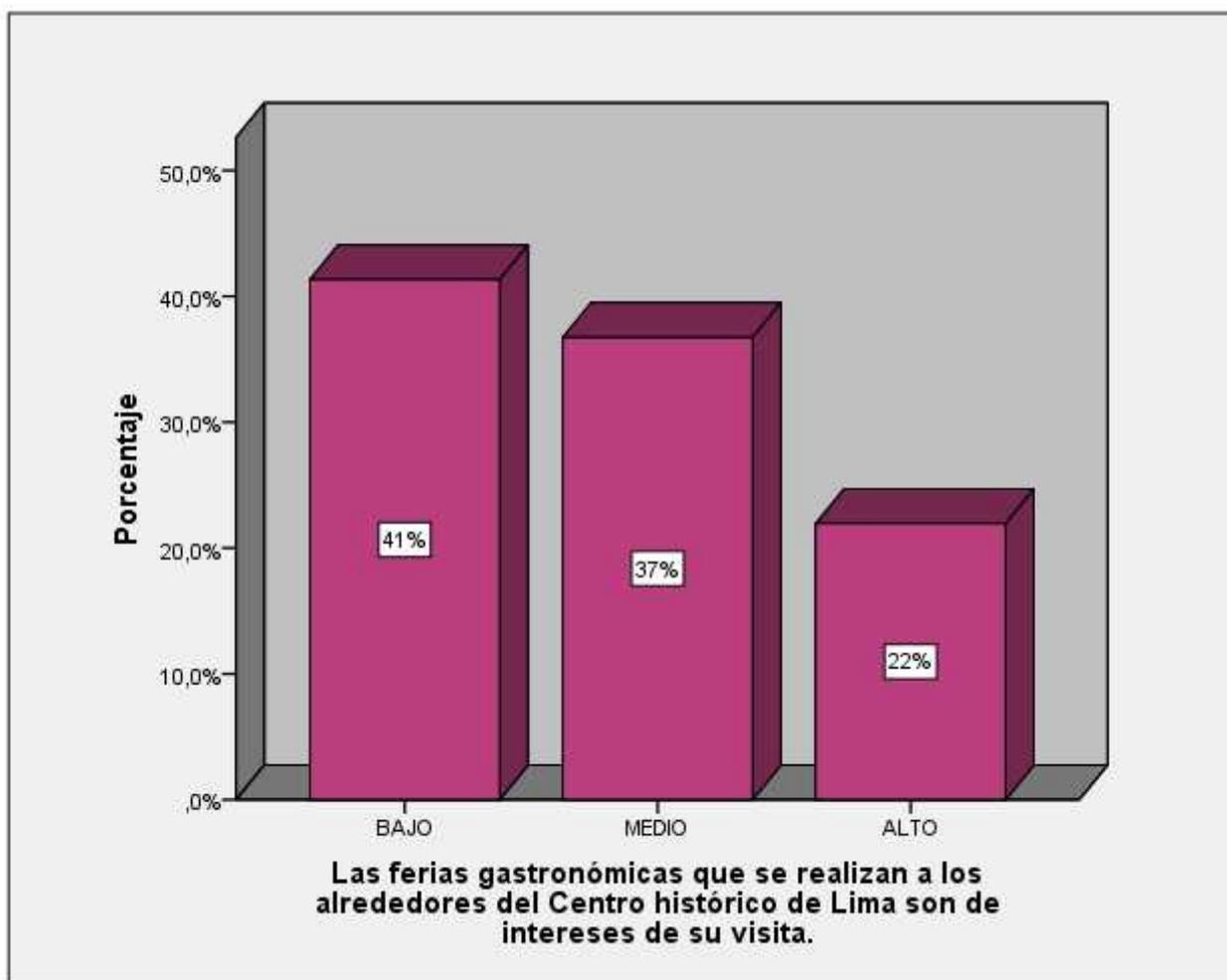


Figura N° 16

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador motivaciones culturales con la pregunta n°12, que fue las ferias gastronómicas que se realizan a los alrededores del Centro Histórico de Lima son de interés de su visita, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°16, en el cual podemos indicar que un 22% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras solo un 37% indica que es medio y un 41% que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 13

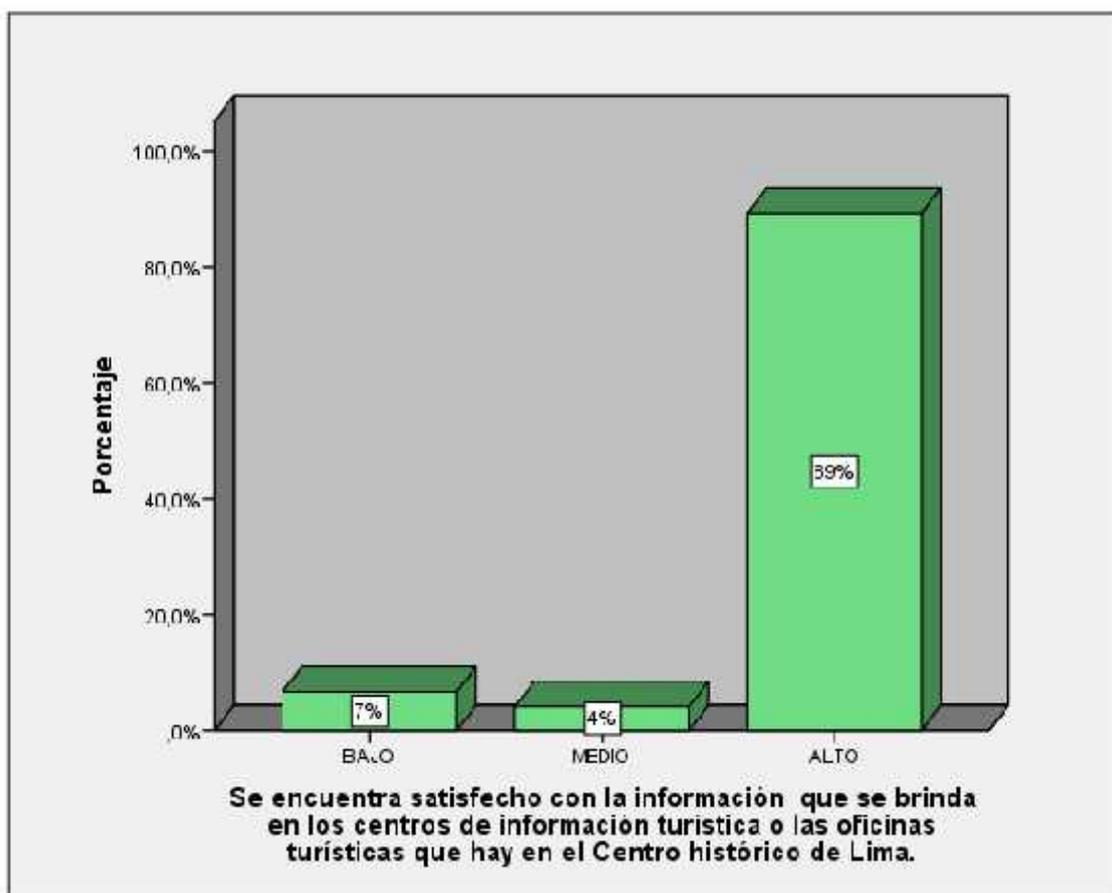


Figura N° 17

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador satisfacciones turísticas con la pregunta n°13, que fue se encuentra satisfecho con la información que se brinda en los Centros de información turística o las oficinas turísticas que hay en el Centro Histórico de Lima, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°17, en el cual podemos indicar que un 89% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 4% indica que es medio y un 7% que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 14

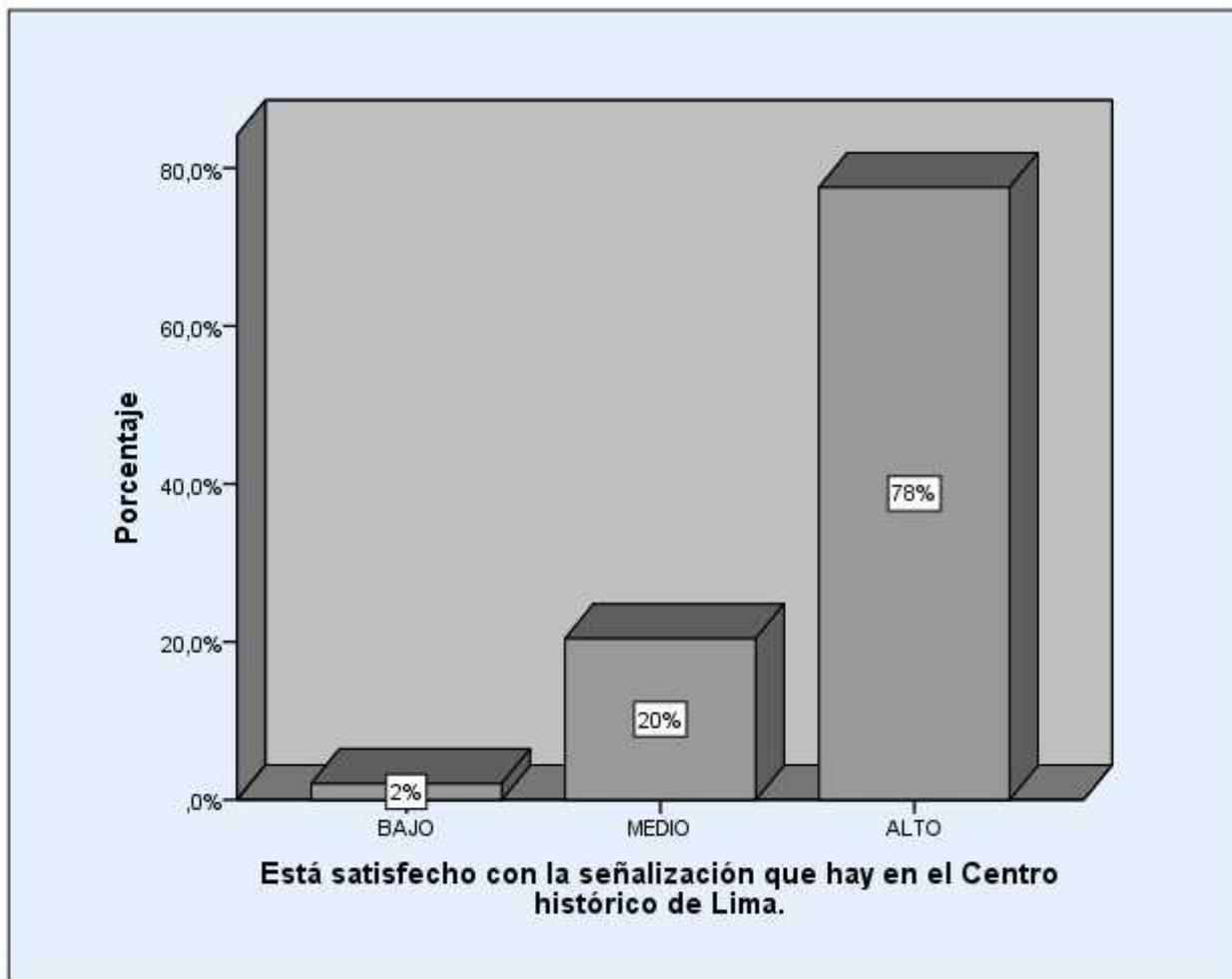


Figura N° 18

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador satisfacciones turísticas con la pregunta n°14, que fue esta satisfecho con la señalización que hay en el Centro Histórico de Lima, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°18, en el cual podemos indicar que un 78% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 20% indica que es medio y un 2% que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 15

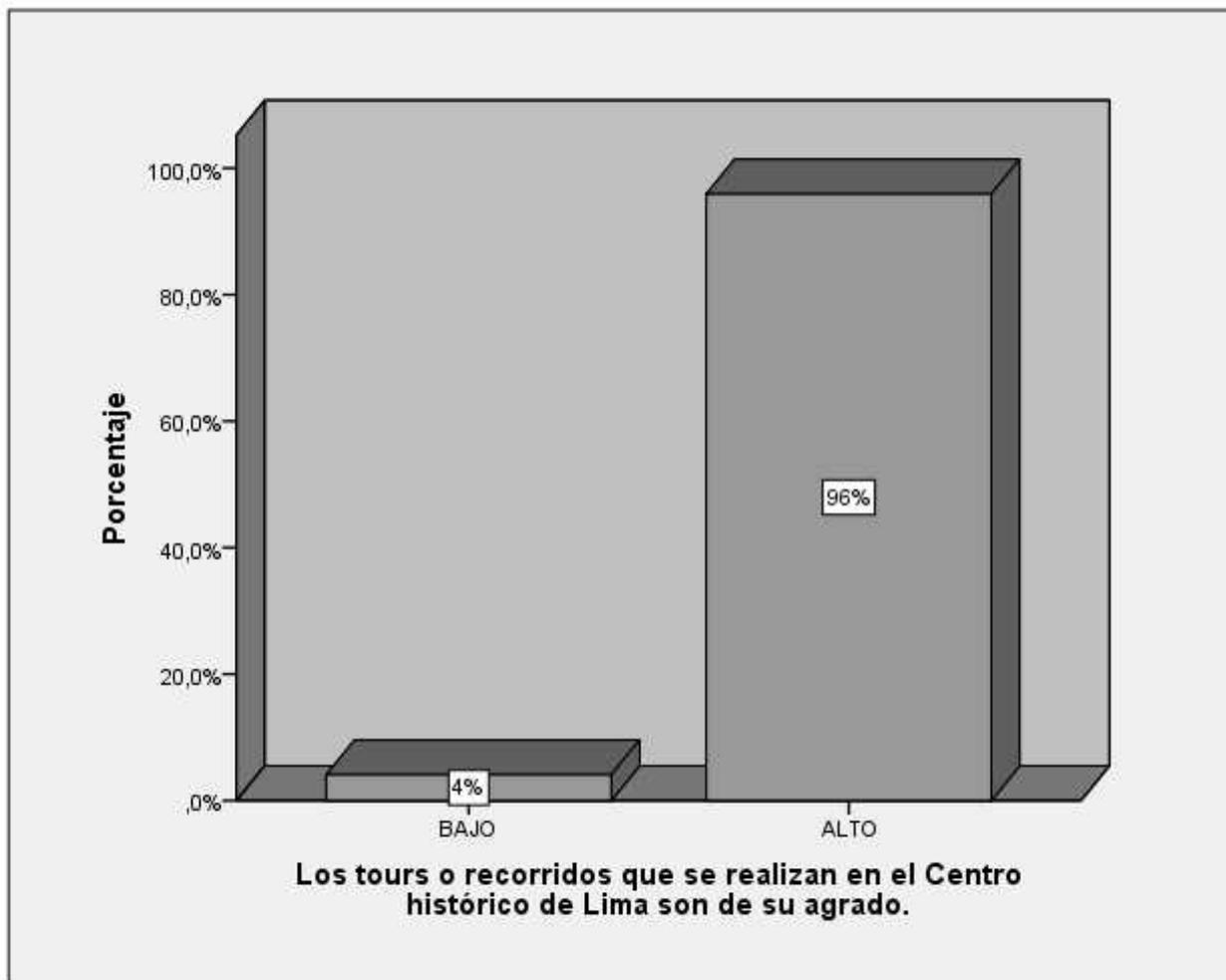


Figura N° 19

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador satisfacciones turísticas con la pregunta n°15, que fue los tours o recorridos que se realizan en el Centro Histórico de Lima son de su agrado, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°19, en el cual podemos indicar que un 96% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que solo un 4% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 16

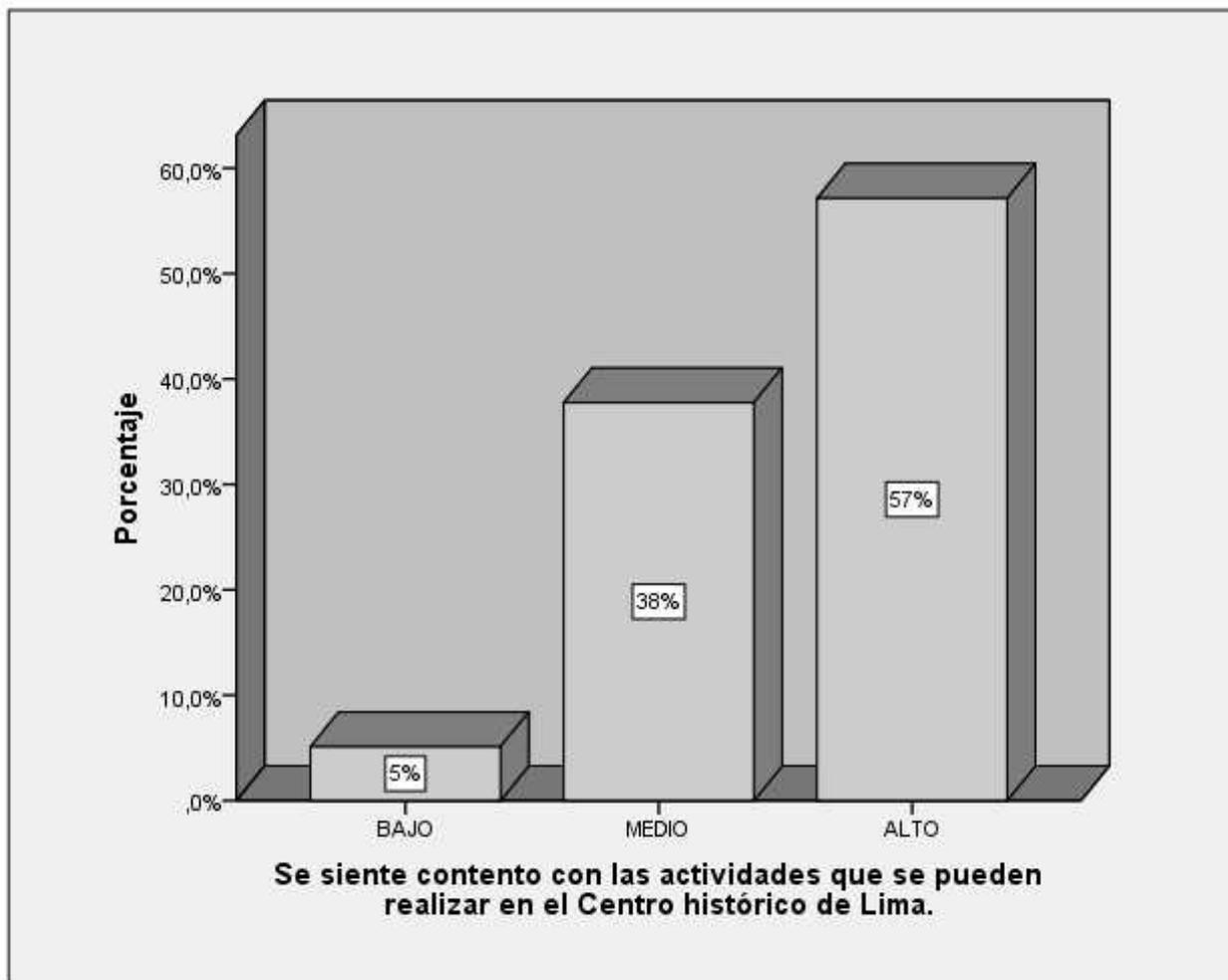


Figura N° 20

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador satisfacciones turísticas con la pregunta n°16, que fue se siente satisfecho con las actividades que se pueden realizar en el Centro Histórico de Lima, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°20, en el cual podemos indicar que un 57% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que un 38% indica que es medio y solo un 5% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 17

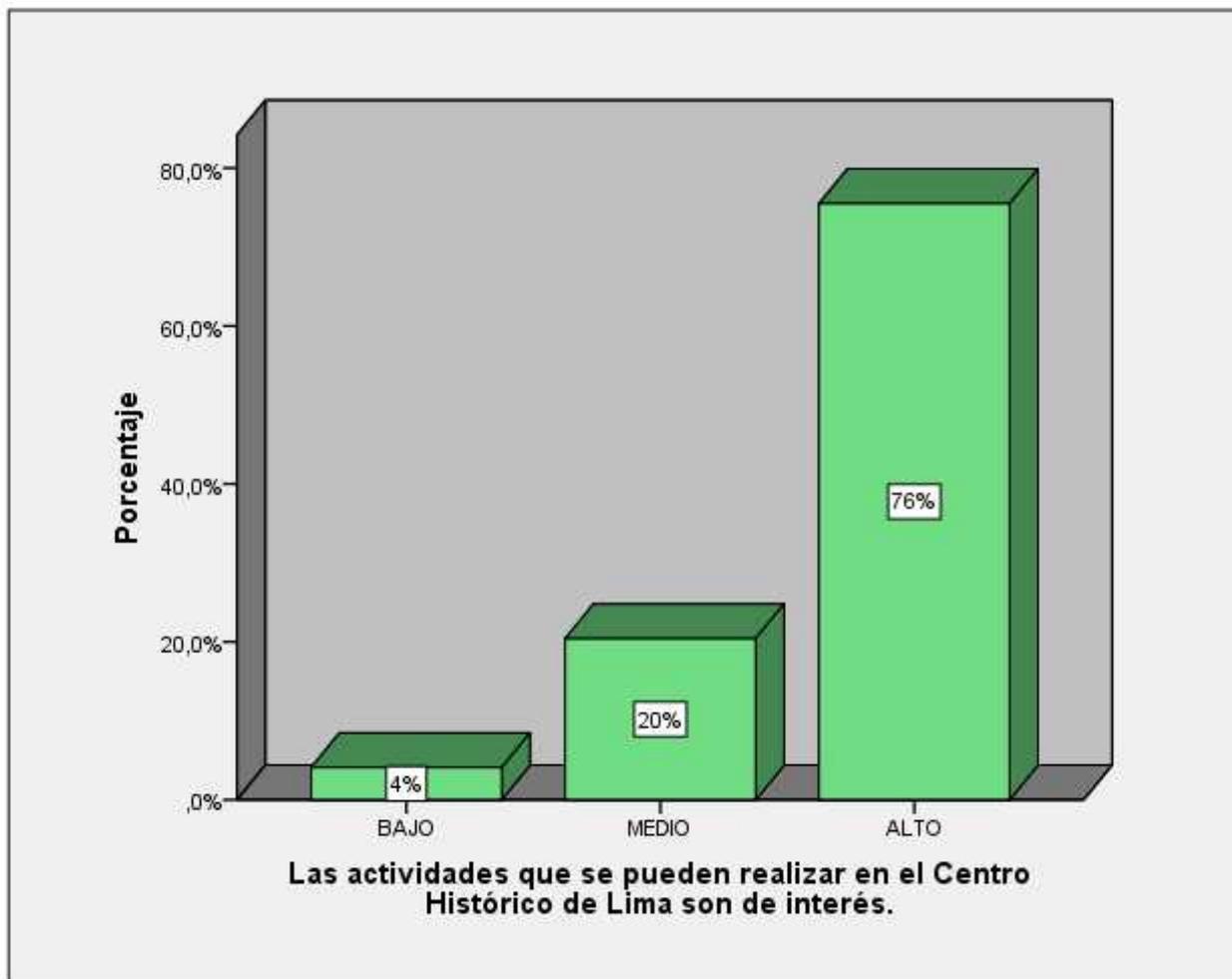


Figura N° 21

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador actividades turísticas con la pregunta n°17, que fue las actividades que se pueden realizar en el Centro Histórico de Lima, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°21, en el cual podemos indicar que un 76% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que un 20% indica que es medio y solo un 4% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 18

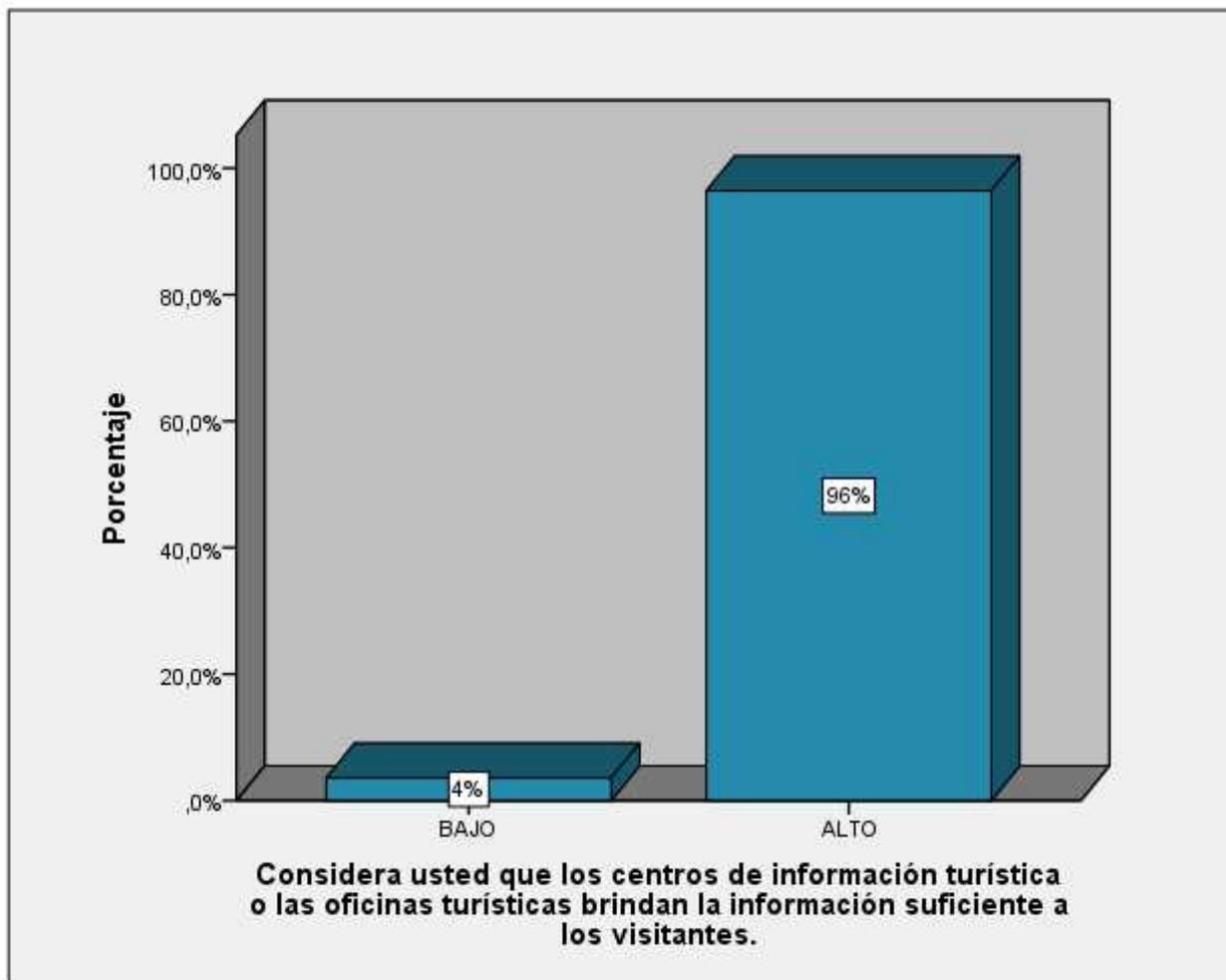


Figura N° 22

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador actividades turísticas con la pregunta n°18, que fue considera usted que los centros de información turística o las oficinas turísticas brindan la información suficiente a los visitantes, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°22, en el cual podemos indicar que un 96% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que solo un 4% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 19

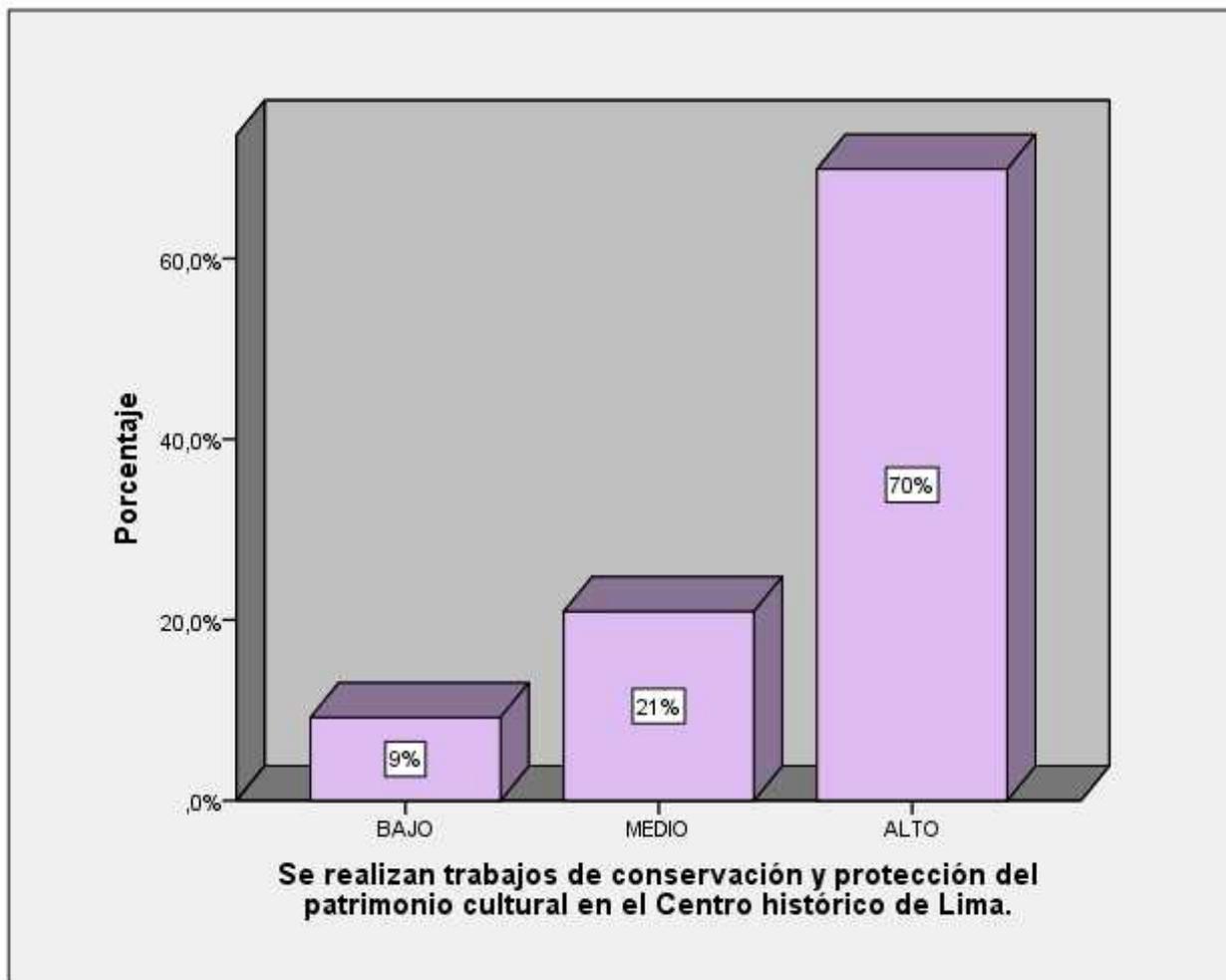


Figura N° 23

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador actividades turísticas con la pregunta n°19, que fue se realizan trabajos de conservación y protección del patrimonio cultural en el Centro Histórico de Lima, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°23, en el cual podemos indicar que un 70% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que un 21% indica que es medio y solo un 9% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 20

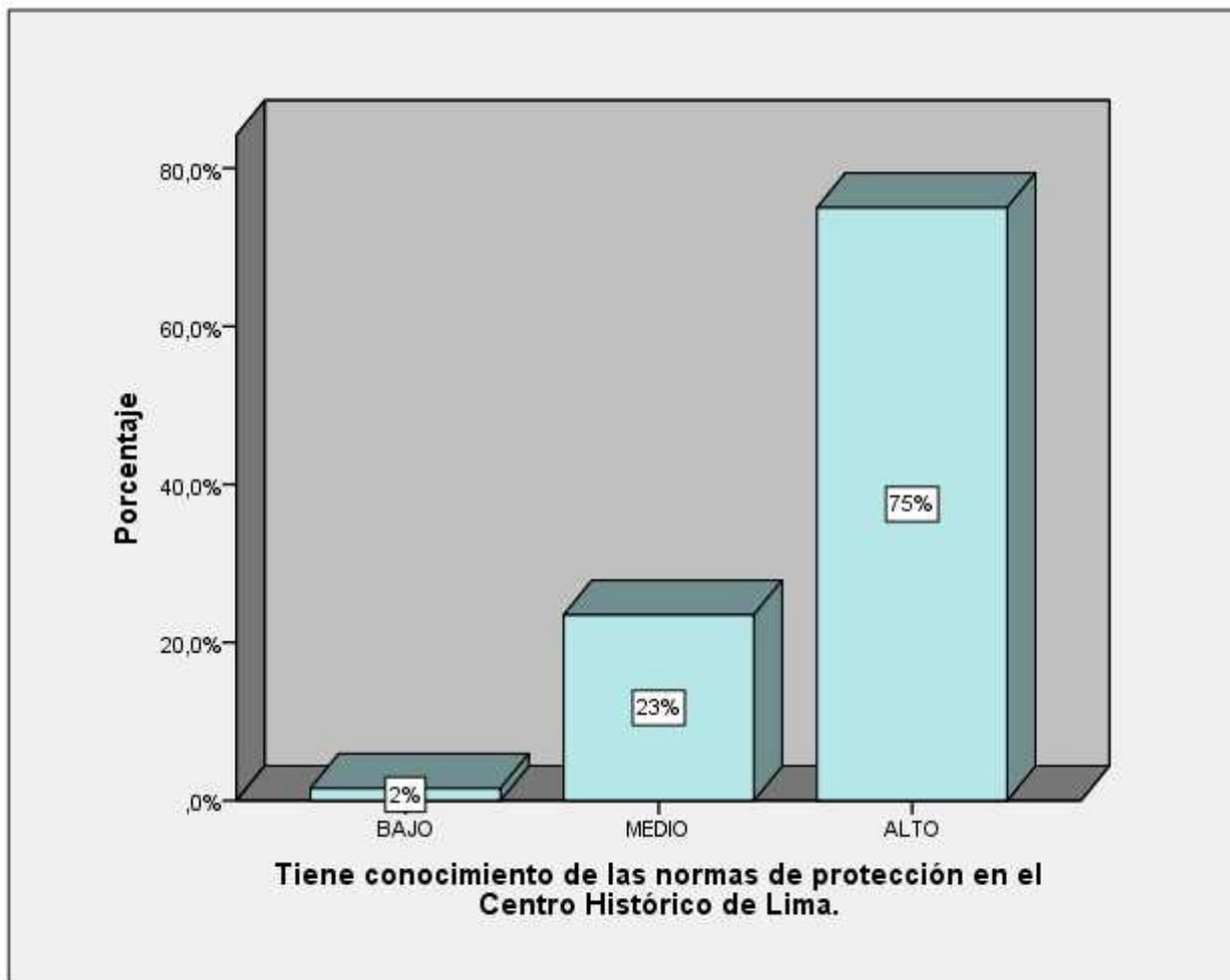


Figura N° 24

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador actividades turísticas con la pregunta n°20, que fue tiene conocimiento de las normas de protección en el Centro Histórico de Lima, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°24, en el cual podemos indicar que un 75% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que un 23% indica que es medio y solo un 2% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 21

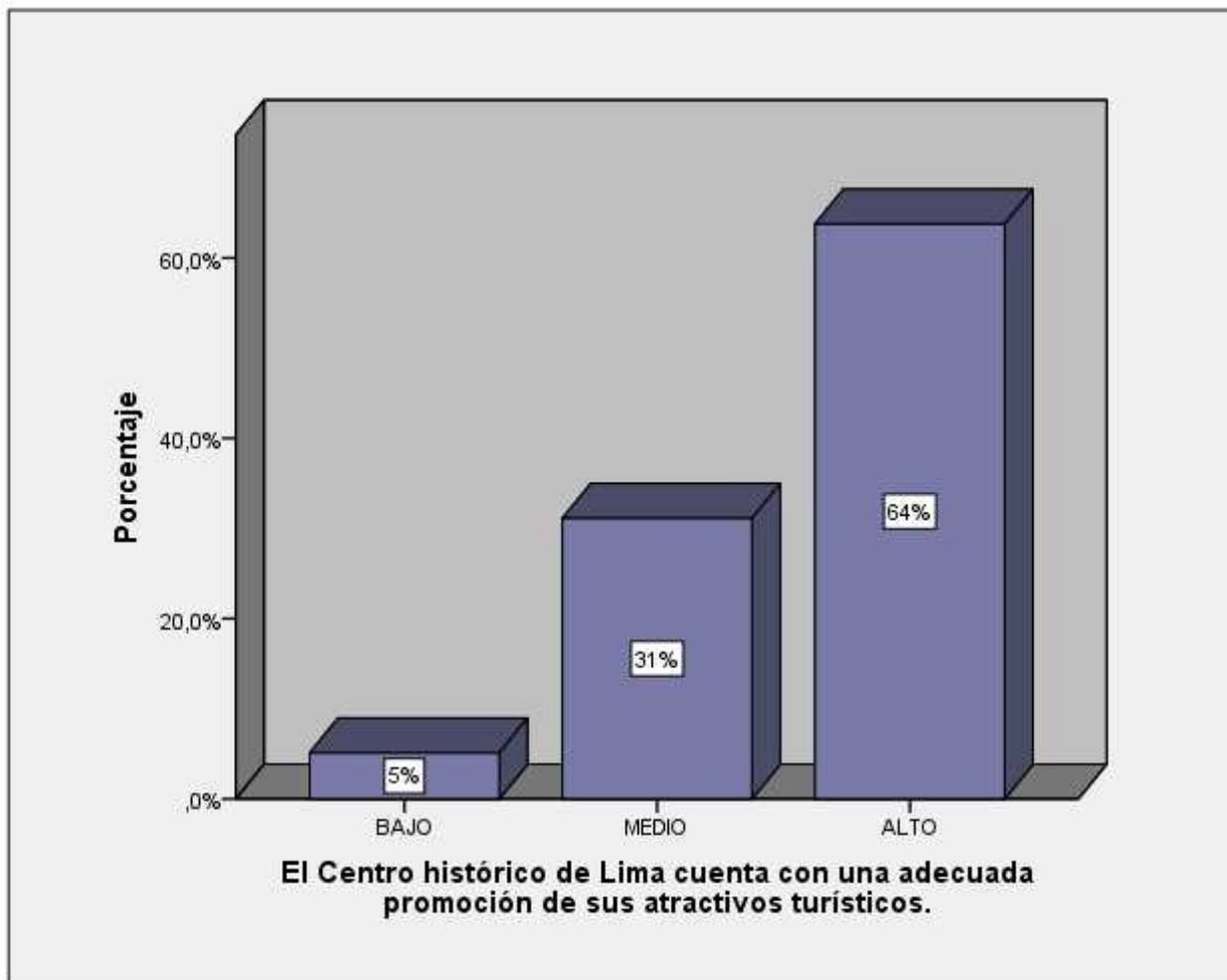


Figura N° 25

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador manifestaciones culturales con la pregunta n°21, que fue el Centro Histórico de Lima cuenta con una adecuada promoción de sus atractivos turísticos, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°25, en el cual podemos indicar que un 64% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que un 31% indica que es medio y solo un 5% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 22

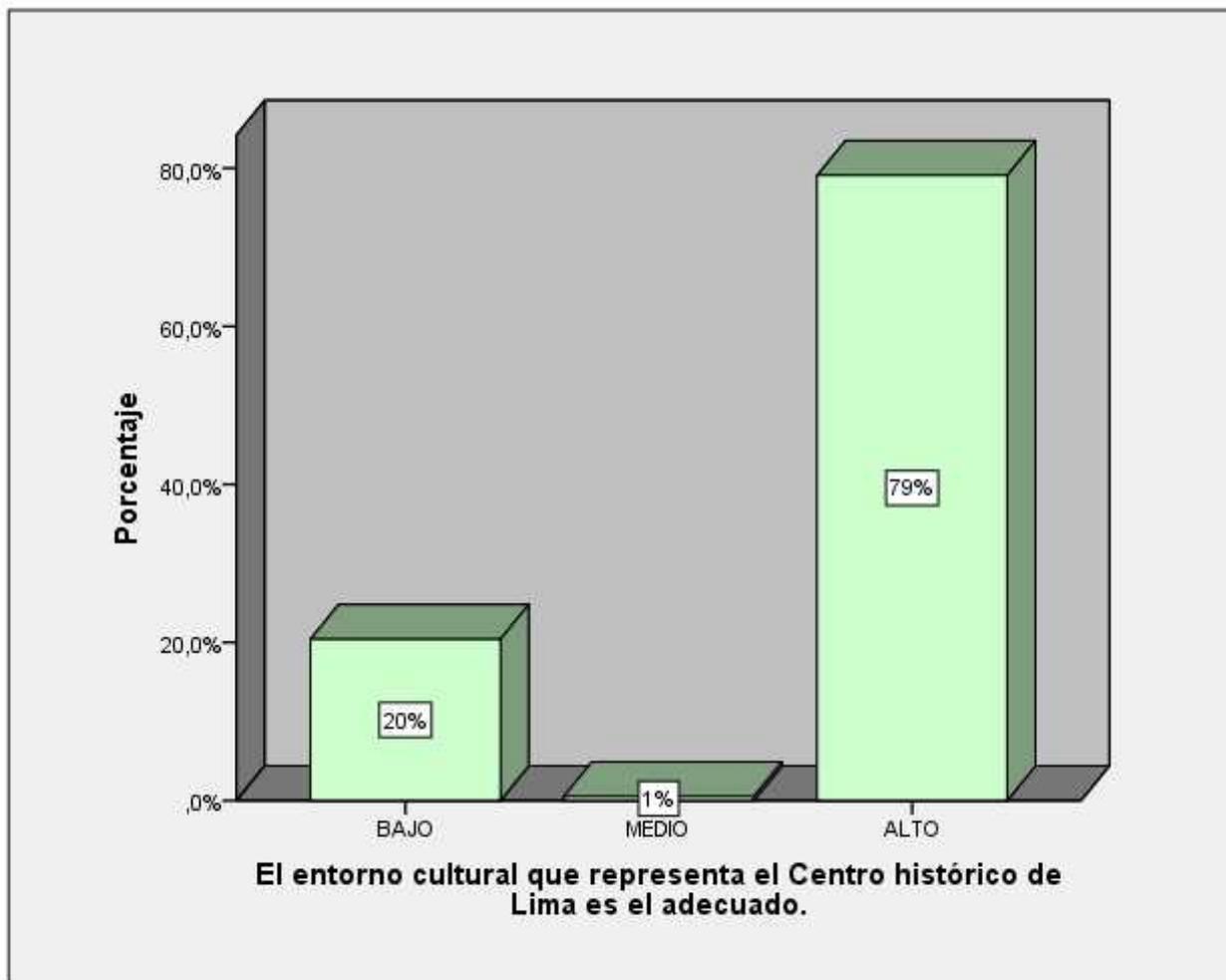


Figura N° 26

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador manifestaciones culturales con la pregunta n°22, que fue el entorno que representa el Centro Histórico de Lima es el adecuado, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°26, en el cual podemos indicar que un 79% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que solo un 1% indica que es medio y un 20% indica que es bajo.

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 23

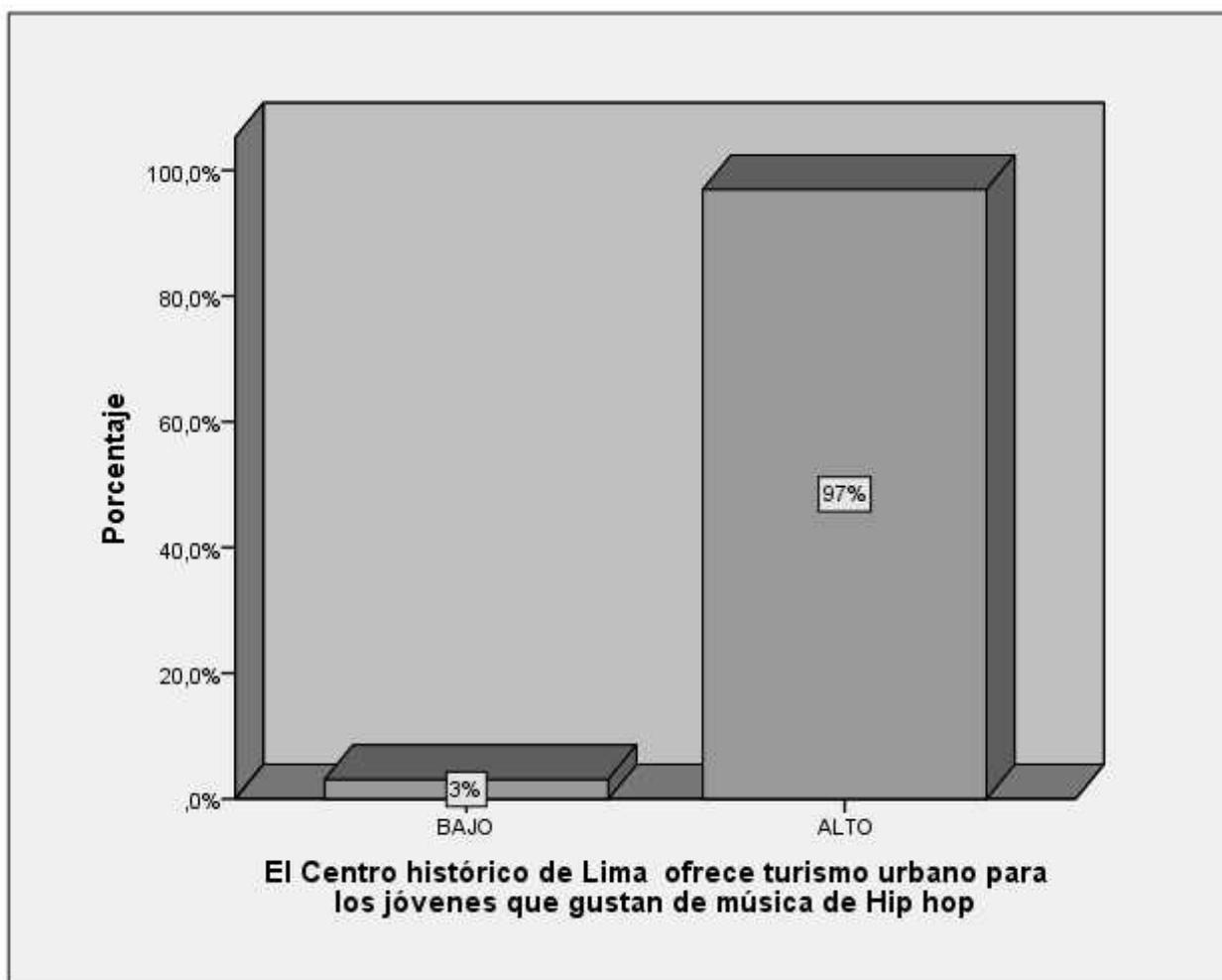


Figura N° 27

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador manifestaciones culturales con la pregunta n° 23, que fue El Centro Histórico de Lima ofrece turismo urbano para los jóvenes que gustan de música de Hip hop, tenemos el siguiente resultado expresado según el gráfico n°27, en el cual podemos indicar que un 97% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras que solo un 3% indica que es bajo

Parámetros estadísticos de la pregunta N° 24

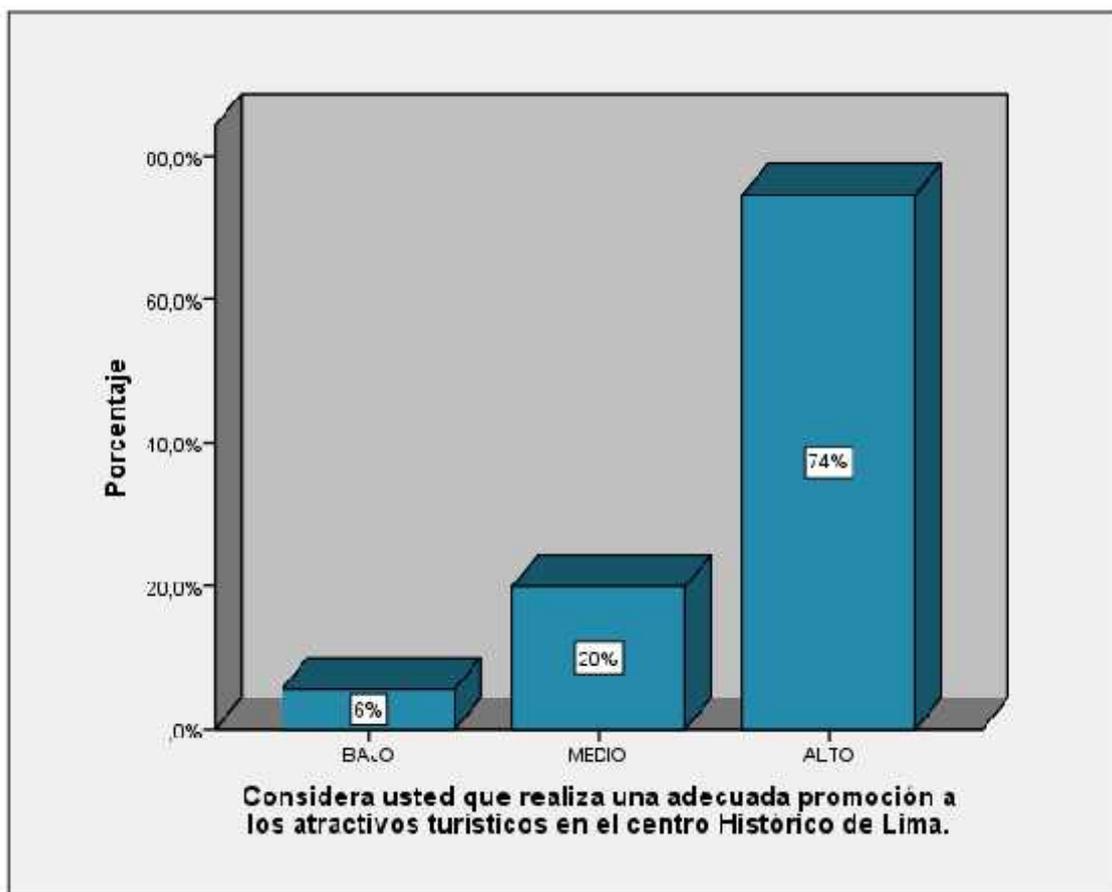


Figura N° 28

Nota: Datos obtenidos de la prueba aplicada.

INTERPRETACION:

De los 196 visitantes nacionales encuestados por el indicador manifestaciones culturales con la pregunta n°24, que fue considera usted que realiza una adecuada promoción a los atractivos turísticos en el Centro histórico de Lima, tenemos el siguiente resultado expresado según el grafico n°28, en el cual podemos indicar que un 74% de visitantes nacionales indica que es alto, mientras un 20% indica que es medio y solo un 6% indica que es bajo.

ANEXO N°4: FICHA DE OPINION DE EXPERTOS

Validación por juicio de expertos



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg. Calle Ruiz Sarmiento Hilda
 1.2. Cargo e Institución donde labora: Docente en la Universidad César Vallejo
 1.3. Especialidad del experto: Mg. Sc. en Turismo
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Fuero Cultural en el Centro de Lima
 1.5. Autor del instrumento: Huillón Patricia Cynthia Lucia

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					100%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					100%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.					70%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				70%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				70%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17		/		
18		/		
19		/		
20		/		
21		/		
22		/		
23		/		
24		/		
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

*hacer relación y concepto de sistema para
ampliar preguntas que se refieren a los componentes*

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

85%

San Juan de Lurigancho, de del 2016

[Firma]
Firma de experto informante
DNI: 41852609

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Mg. María Vago Salvas
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- 1.3. Especialidad del experto: Turismo
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Temario Cultural en el Centro de Lima
- 1.5. Autor del instrumento: Hullia Fernanda Cynthia Tusa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85 %
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					85 %
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85 %
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					85 %
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad					85 %
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85 %
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					85 %
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85 %
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85 %
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85 %
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85 %

ÍTEM DE LA PRIMERA VARIABLE

ÍTEM Nº	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

8,5

San Juan de Lurigancho, 21 de Noviembre del 2018



Firma de experto informante
DNI: 82367134

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Mg. Fabiano Mujica
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Doc
 I.3. Especialidad del experto: Arte del
 I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Tusama Cultural en el Centro de Lima
 I.5. Autor del instrumento: Huillca Patricia Cynthia Lucía

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-30%	Regular 31-60%	Bueno 61-80%	Muy bueno 81-100%	Eccelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				65	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				65	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				65	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				65	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y cantidad				65	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				65	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				65	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propio del campo que se esta investigando.				65	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				65	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				65	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					65	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				
10				
11				
12				

13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendrá que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

65

San Juan de Lurigancho, 21 de 11 del 2016

Firma de experto informante
DNI: 8114662

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg. MPA. Manuel A. Lopez Utría
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: DSP. Universidad César Vallejo.
- 1.3. Especialidad del experto: Administración de Turismo.
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Turismo Cultural en el Centro de Lima
- 1.5. Autor del instrumento: Huellas Patricia Cecilia Tzuc.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					90/
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90/
PERTINENCIA	Responde a las necesidades íntimas y externas de la investigación.					90/
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					90/
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90/
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					90/
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					90/
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.					90/
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90/
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90/
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90/

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				
10				
11				
12				

13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

90%

San Juan de Lurigancho, 29 de II del 2016



.....
Firma de experto informante
DNI: 71673633

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: SEBASTIÁN UNZUETA RAMALL SEGUS
 1.2. Cargo e institución donde labora: DTC - UCV
 1.3. Especialidad del experto: Dr. En Educación
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento Cultural en el Centro de Umas
 1.5. Autor del instrumento: Hililca Pantoja Cortés Tuzi.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				75%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				75%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				75%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				75%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				75%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				75%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propio del campo que se está investigando.				75%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				75%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				75%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

ÍTEM DE LA PRIMERA VARIABLE

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	X			
02	X			
03	X			
04	X			
05	X			
06	X			
07	X			
08	X			
09	X			
10	X			
11	X			
12	X			

ANEXO N°5 Mapa del Centro Histórico de Lima

Nota: Mapa obtenido de Oficina Información Turística

Centro Histórico de Lima

PATRIMONIO cultural de la HUMANIDAD

Oficina de Información Turística
 Pasaje Escribanos 145 - Centro Histórico de Lima
 Teléfono: (01) 315-1540
 Horario de atención:
 Lunes a Viernes: 09:45 a 17:45 hrs.
 Sábados y domingos: 09:00 a 17:00 hrs.
[www.SubGerencia de Turismo MML](http://SubGerencia de Turismo MML)

Clima

- 58 Convento y Museo de los Descalcos
- 59 Museo Bolívar
- 60 Plaza de Toros de San Diego
- 61 Alameda de los Descalcos
- 62 Paseo del Guano

Estaciones Metropolitanas

- Est. España
- Est. Quinta
- Est. José María
- Est. Colmena
- Est. Jr. Unión al Norte
- Est. Jr. Unión al Sur
- Est. Tacna al Norte
- Est. Tacna al Sur
- Est. Ramón Castilla
- Est. Estación Nacional
- Est. Central

Palacios y casones

- 01 Palacio de Gobierno
- 02 Palacio Municipal de Lima
- 03 Palacio del Metropolitano de Lima
- 04 Palacio Torre Tagle
- 05 Casa del Obispo
- 06 Casa de los Reyes
- 07 Casa de los Obispos
- 08 Casa de los Obispos
- 09 Casa de los Obispos
- 10 Casa de los Obispos
- 11 Casa de San Mateo - OCSM

Iglesias y conventos

- 12 Catedral de Lima
- 13 Iglesia y convento de Santo Domingo
- 14 Iglesia y convento de San Francisco
- 15 Santuario de Santa Rosa de Lima
- 16 Iglesia La Inmaculada y Santuario del Señor de los Milagros
- 17 Iglesia La Recoleta
- 18 Iglesia La Merced
- 19 Iglesia San Pedro
- 20 Iglesia San Agustín
- 21 Casa de San Martín de Porres

Museos y galerías

- 22 Casa de la Gastronomía Peruana
- 23 Museo de Artes y Tradiciones Populares - Casa de la Cultura
- 24 Museo Combatiente del Heroísmo
- 25 Museo Etnográfico José Pío Usselche
- 26 Museo Gráfico del Diario El Peruano
- 27 Casa de la Literatura Peruana - Casa de la Cultura
- 28 Museo del Banco Central de Reserva - BCR
- 29 Museo del Congreso y de la Independencia
- 30 Casa de la Literatura Peruana - Casa de la Cultura
- 31 Museo de la Identificación - BCR
- 32 Museo de Arte Italiano
- 33 Centro de Estudios Históricos Milonari
- 34 Museo de Arte de Lima - MALI
- 35 Museo Nacional Arqueológico
- 36 Museo de Arte del Cuzco
- 37 Museo Arqueológico de la Universidad de San Marcos
- 38 Museo Cerámico - Prehispánico - Museo de Arte
- 39 Museo Metropolitano de Lima
- 40 Museo Municipal de Teatro
- 41 Museo Botánica y Jardín (Hortobonaria)

Plazas, áreas verdes y parques

- 42 Galería Municipal Fernando de Alencastro
- 43 Museo Etnográfico de la Universidad de San Marcos
- 44 Casa O'Higgins
- 45 Jardín de los Próceres

Otros

- 55 Mercado Central
- 56 Barrio Chino
- 57 Pórtico del Sol
- 58 Arboleda