

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE**  
**ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y**  
**HOTELERÍA**



Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito  
San Vicente de Cañete, Lima- 2023

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADO ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y**  
**HOTELERÍA**

**AUTOR:**

Carire Romani José Luis

**ASESOR:** Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramirez

ORCID: 0009-0003-3083-8461

**San Vicente de Cañete, 2025, Perú**

**HOJA DE JURADO**

Firmado digitalmente por:  
ALBERTO BUENO RAMON  
OSORIO FIR 20028058 hard  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 18/07/2025 09:42:19-0500

.....  
**DR. RAMON OSORIO ALBERTO BUENO**

**PRESIDENTE**



Firmado digitalmente por:  
BAÑOS CHAPARRO NIEVES  
ELVA FIR 41331759 hard  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 31/07/2025 12:04:37-0500

.....  
**DRA. NIEVES ELVA BAÑOS CHAPARRO**

**SECRETARIO**



Firmado digitalmente por:  
VALIENTE CAMPOS MARIA GUADALUPE  
FIR 42848355 hard  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 24/07/2025 18:43:43-0500

.....  
**MG. MARIA GUADALUPE VALIENTE CAMPOS**

**VOCAL**

.....  
**MG. LAURA VANESSA ZAMUDIO RAMIREZ**

**ASESORA**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, Ana y Carlos, por ser mi fuerza y mi inspiración. Gracias por estar siempre, por creer en mí incluso cuando yo no lo hacía, por su amor inmenso y su apoyo constante durante todo este camino. Esta tesis es también de ustedes.

A Brani, Aaron, Pamela y Milagros mis amigos del alma, que compartieron conmigo no solo los momentos de alegría, sino también los más difíciles. Gracias por su compañía sincera, por sus palabras, sus abrazos y por nunca soltarme la mano.

Y a todas las personas que me apoyaron y confiaron en mí: gracias por regalarme su fe, por estar presentes de mil maneras. Llevo parte de cada uno de ustedes en este logro.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco profundamente a mis padres y amigos por su inquebrantable apoyo y aliento a lo largo de este viaje académico. Su amor y comprensión han sido mi motivación constante. También expreso mi gratitud a mi universidad por brindarme las herramientas y el conocimiento necesarios para alcanzar este logro significativo. Este trabajo no solo es mío, sino también de aquellos que han estado a mi lado, guiándome y celebrando cada paso. ¡Gracias infinitas!

## INDICE

|                                                   |      |
|---------------------------------------------------|------|
| DEDICATORIA .....                                 | iii  |
| AGRADECIMIENTO .....                              | iv   |
| ÍNDICE DE TABLAS: .....                           | viii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS: .....                         | ix   |
| RESUMEN .....                                     | x    |
| ABSTRAC .....                                     | xi   |
| INTRODUCCION .....                                | 11   |
| CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....      | 12   |
| 1.1 Descripción de la realidad problemática ..... | 12   |
| 1.2. Formulación el problema .....                | 13   |
| 1.2.1 Problema general .....                      | 13   |
| 1.2.2 Problemas específicos.....                  | 13   |
| 1.3. Objetivos .....                              | 14   |
| 1.3.1 Objetivo general .....                      | 14   |
| 1.3.2 Objetivos específicos.....                  | 14   |
| 1.4. Justificación.....                           | 14   |
| 1.4.1 Justificación teórica .....                 | 14   |
| 1.4.2 Justificación práctica .....                | 14   |
| 1.4.3 Justificación metodológica .....            | 14   |
| 1.5 Delimitación de la investigación .....        | 15   |
| 1.5.1 Delimitación teórica .....                  | 15   |
| 1.5.2 Delimitación temporal .....                 | 15   |
| 1.5.3 Delimitación espacial .....                 | 15   |
| CAPITULO II MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO .....        | 16   |
| 2.1 Marco teórico .....                           | 16   |
| 2.1.1 Identidad cultural.....                     | 16   |
| A. Definición.....                                | 16   |
| B. Dimensiones .....                              | 17   |
| C. Indicadores .....                              | 18   |
| D. Teorías.....                                   | 22   |
| 2.1.2 Conciencia turística .....                  | 23   |
| A. Definición.....                                | 23   |
| B. Dimensiones.....                               | 24   |
| C. Indicadores .....                              | 27   |

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| D. Teorías.....                                                           | 31 |
| 2.2 Antecedentes .....                                                    | 32 |
| A. Antecedentes nacionales .....                                          | 32 |
| B. Antecedentes internacionales .....                                     | 33 |
| 2.3 Definición de términos básicos .....                                  | 34 |
| CAPITULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES .....                                  | 37 |
| 3.1 Hipótesis.....                                                        | 37 |
| 3.1.1 Hipótesis general .....                                             | 37 |
| 3.1.2 Hipótesis específicas.....                                          | 37 |
| 3.2 Definición conceptual de las variables.....                           | 37 |
| 3.3 Operacionalización de las variables .....                             | 38 |
| CAPITULO IV DISEÑO METODOLÓGICO.....                                      | 11 |
| 4.1 Tipo de investigación .....                                           | 11 |
| 4.2 Diseño de investigación .....                                         | 11 |
| 4.3 Método de investigación .....                                         | 11 |
| 4.4 Población y muestra .....                                             | 12 |
| 3.4.1 Población .....                                                     | 12 |
| 4.4.2 Muestra .....                                                       | 12 |
| 4.5 Lugar de estudio .....                                                | 13 |
| 4.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de los datos .....        | 13 |
| 4.6.1 Técnicas .....                                                      | 13 |
| 4.6.2 Instrumento .....                                                   | 13 |
| 4.6.3 Validez.....                                                        | 14 |
| 4.6.7 Confiabilidad .....                                                 | 14 |
| 4.7 Análisis y procesamiento de datos .....                               | 14 |
| CAPITULO V. RESULTADOS .....                                              | 15 |
| 5.1. Resultados descriptivos .....                                        | 15 |
| 5.1.1 Analisis descriptivo de la variable identidad cultural.....         | 15 |
| 5.1.2 Analisis descriptivo de la dimensión sentido de pertenencia .....   | 16 |
| 5.1.3 Analisis descriptivo de la dimensión costumbres y tradiciones ..... | 17 |
| 5.1.4 Analisis descriptivo de la dimensión identidad social.....          | 18 |
| 5.1.5 Analisis descriptivo de la variable conciencia turistica.....       | 19 |
| 5.1.6 Analisis descriptivo de la dimesion conocimiento turistico .....    | 20 |
| 5.1.7 Analisis descriptivo de la dimesion actitud turistica .....         | 21 |
| 5.1.8 Analisis descriptivo de la dimesion preservación.....               | 22 |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 5.2 Resultados inferencias.....            | 23 |
| 5.2.1 Prueba de normalidad .....           | 23 |
| 5.2.2 Prueba de hipótesis .....            | 23 |
| CAPITULO VI. DISCUSION DE RESULTADOS ..... | 28 |
| CAPITULO VII CONCLUSIONES.....             | 31 |
| CAPITULO VIII RECOMENDACIONES. ....        | 32 |
| X.ANEXOS .....                             | 43 |

## Índice de tablas:

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Matriz de operacional de la variable identidad cultural .....                                 | 34 |
| Tabla 2 Matriz de operacional de la variable conciencia turistica .....                               | 37 |
| Tabla 3 <i>Análisis descriptivo de la variable identidad cultural</i> .....                           | 41 |
| Tabla 4 Análisis descriptivo de la variable sentido de pertenencia .....                              | 42 |
| Tabla 5 Análisis descriptivo de la dimensión costumbres y tradiciones .....                           | 43 |
| Tabla 6 Análisis descriptivo de la dimensión identidad social. ....                                   | 44 |
| Tabla 7 Análisis descriptivo de la variable conciencia turistica .....                                | 45 |
| Tabla 8 Análisis descriptivo de la dimensión conocimiento turistico.....                              | 46 |
| Tabla 9 Análisis descriptivo de la dimensión actitud turistica .....                                  | 47 |
| Tabla 10 Análisis descriptivo de la dimensión preservacion .....                                      | 48 |
| Tabla 11 Análisis de la prueba de normalidad de las variables y dimensiones correspondientes .....    | 49 |
| Tabla 12 Correlación de la variable identidad cultura y la variable conciencia turistica.....         | 50 |
| Tabla 13 Correlación de la dimension sentido de pertenencia y la variable conciencia turistic .....   | 51 |
| Tabla 14 Correlación de la dimension costumbres y tradiciones y la variable conciencia turistic ..... | 52 |
| Tabla 15 Correlación de la dimension identidad social y la variable conciencia turistico .....        | 53 |

**Índice de gráficos:**

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| grafico 1 Grafico del analisis descriptivo de la variable identidad cultural.....         | 41 |
| grafico 2 Grafico del analisis descriptivo de la dimensión sentido de pertenencia.....    | 42 |
| grafico 3 Grafico del analisis descriptivo de la dimensión costumbres y tradiciones ..... | 43 |
| grafico 4 Grafico del analisis descriptivo de la dimensión identidad social .....         | 44 |
| grafico 5 Grafico del analisis descriptivo de la variable conciencia turistica .....      | 45 |
| grafico 6 Grafico del analisis descriptivo de la dimension conocimiento turistico .....   | 46 |
| grafico 7 Grafico del analisis descriptivo de la dimension actitud turistica .....        | 47 |
| grafico 8 Grafico del analisis descriptivo de la dimesion preservacion .....              | 48 |

## RESUMEN

El propósito de la investigación fue determinar la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística en los habitantes del distrito de San Vicente de Cañete, Lima, en el año 2023. Para ello, se implementó un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, con un diseño experimental de corte transversal y de tipo correlacional, utilizando el método hipotético deductivo, con una población de 23630 pobladores y con una muestra de 260, para la recolección de datos se usó la técnica de la encuesta e instrumento del cuestionario que costaba de 15 preguntas por variable y para hallar el resultado se usó el Rho Spearman, se llegó a la conclusión de que el valor de Rho de Spearman es 0.395, evidenciando una correlación positivamente baja, con un p-valor de 0.001, lo cual es estadísticamente significativo. Si bien estos hallazgos son importantes y señalan que a medida que la identidad cultural aumenta, también lo hace la conciencia turística en los residentes, es crucial tener en cuenta que la población aún desconoce la importancia del turismo en el distrito. Por lo tanto, se propone la implementación de medidas para la capacitación turística de la población, con el objetivo de aumentar la conciencia y comprensión del impacto positivo del turismo en la comunidad.

## PALABRAS CLAVE

Turismo, conocimiento turístico, preservación, identidad cultural, conciencia turística.

## **ABSTRACT**

The purpose of the research was to determine the relationship between cultural identity and tourist awareness in the residents of the San Vicente de Cañete district, Lima, in the year 2023. For this, a quantitative applied approach was implemented, with an experimental cross-sectional and correlational design, using the hypothetico-deductive method, with a population of 23,630 inhabitants and a sample of 260. For data collection, the survey technique and a questionnaire instrument consisting of 15 questions per variable were used. To obtain the result, the Spearman's Rho was used, and it was concluded that the Spearman's Rho value is 0.395, showing a positively low correlation, with a p-value of 0.001, which is statistically significant. While these findings are important and indicate that as cultural identity increases, so does tourist awareness in residents, it is crucial to note that the population is still unaware of the importance of tourism in the district. Therefore, the implementation of measures for tourist education of the population is proposed, with the aim of increasing awareness and understanding of the positive impact of tourism on the community.

**Keywords:**

Tourism, Tourist Knowledge, Preservation, Cultural Identity, Tourist Awareness.

## INTRODUCCION

La importancia de la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística radica en su capacidad para preservar y promover la riqueza cultural de una comunidad, al tiempo que impulsa el desarrollo económico de manera sostenible. La identidad cultural fortalece el atractivo turístico al ofrecer experiencias auténticas, mientras que la conciencia turística entre los residentes fomenta una gestión informada del turismo, contribuyendo así a la integración social y al bienestar general de la comunidad.

Para ello en la presente investigación se busca determinar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en el distrito de San Vicente-Lima 2023, para ello definimos nuestras variables, donde la identidad cultural es La identidad cultural se refiere al conjunto de características, tradiciones, costumbres, valores, expresiones artísticas, creencias y estilos de vida que definen a un grupo humano o a una comunidad en particular. Es lo que hace que una comunidad se identifique y se diferencie de otras, mientras tanto la conciencia turística se define La conciencia turística se refiere a la comprensión y aprecio que tienen los residentes de una comunidad o región sobre la importancia del turismo. Implica la percepción de cómo la actividad turística afecta a la comunidad en términos económicos, culturales, sociales y ambientales.

La información se ha estructurado en capítulos, comenzando con el capítulo I "Planteamiento del problema", que comprende una descripción de la situación problemática, la formulación del problema y los objetivos, así como la justificación y delimitación de la investigación. En el "Capítulo II", se presenta el Marco teórico, que abarca la definición, información de dimensiones, indicadores y teorías por variable de estudio, seguido de antecedentes nacionales e internacionales, así como la definición de términos básicos. El "Capítulo III" aborda la definición conceptual y el proceso de operacionalización de las variables. En el "Capítulo IV", se establece el diseño metodológico que incluye tipo, diseño y método de investigación, además de la población, muestra y lugar de estudio, la técnica e instrumento para la recolección de datos y el análisis correspondiente. En el "Capítulo V" se presentan los resultados, tanto descriptivos como inferenciales, y en el "Capítulo VI" se desarrolla la discusión de dichos resultados. Finalmente, se incluyen las conclusiones o síntesis de los hallazgos, recomendaciones para mejorar la situación actual del tema en estudio, referencias y anexos.

## **CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción de la realidad problemática**

Según la definición que nos brinda Cepeda (2018), la identidad cultural es un sentimiento de identificación con un grupo social que se caracteriza por sus rasgos culturales únicos, los cuales lo diferencian de otros grupos y por los que es también juzgado, valorado y apreciado.

La conciencia turística se refiere a la actitud positiva que tiene la comunidad receptora hacia los visitantes, lo que contribuye a crear una experiencia agradable y satisfactoria para estos últimos. Esta actitud no solo mejora la imagen del destino turístico, sino que también puede influir en la decisión de los turistas de volver a visitar el lugar o de recomendarlo a otros. (Quinteros, 2020).

A Nivel mundial, la identidad cultural sufre una grave crisis, La ONU ha declarado el período de 2022 a 2032 como el Decenio Internacional de las Lenguas Indígenas del Mundo, con el objetivo de combatir la pérdida cultural causada por la desaparición de las 3.000 lenguas indígenas que podrían extinguirse antes del final del siglo, según la UNESCO. (Medina, 2022) En México, la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes tiene disposiciones para proteger las lenguas originarias, las prácticas culturales y las visiones del mundo de los pueblos indígenas, gracias a esta ley y a otras iniciativas gubernamentales, los niños y niñas de diferentes comunidades pueden recibir educación bilingüe. (ExpokNews, 2022).

A nivel nacional, el Perú es conocido por ser uno de los países con mayores niveles de discriminación y racismo a nivel mundial, según una encuesta realizada en 2017, el 87% de los peruanos declararon haber sido discriminados en algún momento de sus vidas. Los lugares donde más se reportan casos de discriminación son las comisarías, hospitales y municipalidades. Con el fin de combatir esta problemática, el Ejecutivo ha aprobado el Decreto Supremo 001-2023-Mincul, el cual busca incorporar un enfoque intercultural en todos los servicios públicos. A través de estos lineamientos, las entidades estatales podrán adoptar prácticas interculturales en la atención a la ciudadanía. (Vadillo, 2023) Según los hallazgos de un estudio realizado por el Instituto de Opinión Pública (IOP) de la Pontificia Universidad Católica del Perú, se encontró que el 82.5% de los peruanos experimenta un gran orgullo por su nacionalidad, mientras que el 76% se siente profundamente identificado con el Perú. (Toledo, 2019), en relación al turismo El turismo en el Perú tiene un impacto significativo en varios sectores económicos, tanto de manera directa como indirecta, al

impulsar el crecimiento económico, generar empleo . Sin embargo, la recuperación en comparación con otros países ha sido menor. Además, los conflictos sociales, particularmente la violencia y la subversión en la zona sur del Perú las cuales reciben un 72% de los turistas extranjeros, han empeorado aún más la situación, disminuyendo aún más las perspectivas de recuperación del sector. (Comex Perú, 2023), se puede apreciar que el peruano tiene una identidad muy fuerte por la cultura y tradiciones, pero también teniendo problemas de discriminación por considerarlas inferiores en factor económico y entre otro, por eso es importante que el turismo participe para que la identidad con la población crezca de manera estable.

La provincia de Cañete es rica en expresiones culturales que forman parte del patrimonio cultural inmaterial, y estas manifestaciones tienen un gran potencial para atraer turistas. La provincia cuenta con diversas atracciones, como la celebración El día del Arte Negro, la gastronomía, las festividades y los procesos artesanales de producción de pisco y vino en las bodegas vitivinícolas convierten a Cañete en un destino turístico excepcional. Estas características distintivas ofrecen la oportunidad de aprovechar la cultura y la creatividad local para establecer vínculos entre el turismo y la identidad cultural de la región. Además, fomentan enfoques más sostenibles en el consumo y la producción de servicios turísticos. (González, 2020) pero teniendo tanta cultura y tradición su identidad cultural se fue perdiendo, donde los jóvenes desconocen su historia y sus tradiciones, por eso es importante crear programas para conservar y difundir la cultura cañetana

Por esta razón, en el presente trabajo de investigación se formularon diferentes preguntas para conocer la relación de identidad cultural y la conciencia turística, siendo nuestro problema general ¿Cuál es la relación entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023? Teniendo como propósito, determinar la relación entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

## **1.2. Formulación el problema**

### *1.2.1 Problema general*

¿Cuál es la relación entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023?

### *1.2.2 Problemas específicos*

¿Cuál es la relación entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023?

¿Cuál es la relación entre costumbres y tradiciones y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023?

¿Cuál es la relación entre identidad social y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023?

### **1.3. Objetivos**

#### *1.3.1 Objetivo general*

Determinar la relación entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

#### *1.3.2 Objetivos específicos*

Determinar la relación entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

Determinar la relación entre costumbres y tradiciones y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

Determinar la relación entre identidad social y conciencia turística en los pobladores del distrito de San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

### **1.4. Justificación**

#### *1.4.1 Justificación teórica*

La presente investigación quiere generar mayores aportes para el conocimiento a la población de San Vicente de Cañete con la finalidad de proporcionar datos e información la conciencia turística e identidad cultural. Esto servirá para conocer el sentir de la población respecto al turismo y la identidad cultural.

#### *1.4.2 Justificación práctica*

La investigación es práctica porque reconoce la necesidad de promover una conciencia turística y responsable que respete la identidad y las tradiciones de la comunidad local. Desarrollar actividades turísticas sostenibles y responsables puede generar oportunidades de empleo e ingresos económicos para la población local, lo que, a su vez, puede contribuir a mejorar su calidad de vida.

#### *1.4.3 Justificación metodológica*

En la presente investigación, se utilizó el instrumento del cuestionario, el cual consta de 15 preguntas. Estas preguntas nos ayudarán a conocer la opinión de los pobladores y serán utilizadas para obtener nuestros resultados y cumplir con nuestros objetivos. Además, estos datos podrán ser interpretados en futuras investigaciones.

## **1.5 Delimitación de la investigación**

### *1.5.1 Delimitación teórica*

En esta investigación podrán encontrar información sobre la identidad cultura y conciencia turista y antecedentes de investigación, las cuales también se contará con resultados de investigación para próximos estudios realizado del tema

### *1.5.2 Delimitación temporal*

Este trabajo se realizó en San Vicente Se Cañete, uno de los 16 distritos de la provincia de cañete del departamento de Lima en Perú.

### *1.5.3 Delimitación espacial*

La investigación se realizó durante el año 2023 durante los meses de setiembre y noviembre del presente año.

## CAPITULO II MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO

### 2.1 Marco teórico

#### 2.1.1 *Identidad cultural*

##### A. *Definición*

La identidad cultural se refiere al conjunto de características y elementos que definen a un grupo humano o una sociedad en términos de su historia, tradiciones, costumbres, valores, creencias, arte y manifestaciones culturales en general. Es una combinación de factores que incluyen la lengua, la religión, la gastronomía, la música, la danza, la arquitectura, la vestimenta y otros aspectos que distinguen a una comunidad de otras. La identidad cultural es una fuente de cohesión social y un elemento clave para la autoestima y la valoración de un grupo o sociedad. Además, puede ser una fuente de atracción turística y una forma de promover la diversidad cultural y el diálogo intercultural. Sin embargo, la identidad cultural también puede ser vulnerable a la globalización, la homogeneización cultural y otros fenómenos que amenacen su supervivencia y continuidad en el tiempo.

Según Melo (2020), el concepto de identidad cultural implica un sentido de pertenencia, ya sea a nivel individual o colectivo, y se manifiesta a través de la compartición de rasgos culturales, costumbres, valores y creencias. No se puede definir de manera absoluta, sino que se construye y se reinterpreta tanto a nivel personal como en grupo. Asimismo, Muchotrigo (2006), la considera como un proceso en constante evolución, mediante el cual las personas que comparten una cultura se definen y valoran a sí mismas como parte de ella, y adoptan comportamientos acordes a sus patrones culturales. También incluye la forma en que otras culturas la perciben y definen.

Según Navarro (2022), la identidad cultural se expresa tanto en elementos tangibles como intangibles, y está relacionada con la persona en su conexión con la sociedad. Es fundamental en la manera en que los individuos se comportan socialmente, aunque también es un concepto complicado, dado que puede constituir una característica interna particular dentro de un contexto geográfico específico.

En conclusión, la identidad cultural involucra una serie de factores, incluyendo la historia, las tradiciones, la lengua, la religión, la geografía y otros aspectos que conforman la forma de vida de una comunidad. Esta es esencial para la autoestima y el sentido de pertenencia, además, es importante reconocer que no es estática, sino que está en constante evolución y cambio debido a factores como la globalización, la migración y las influencias externas.

## *B. Dimensiones*

### **Sentido de pertenencia**

El sentido de pertenencia es un sentimiento de conexión emocional, identificación y pertenencia hacia un grupo, comunidad o lugar. Es la sensación de sentirse parte de algo y de ser reconocido por los demás. Puede ser una fuente de identidad y autoestima para las personas, ya que les permite sentirse valorados, apreciados y aceptados por los demás.

Según Ibarra (2023), el sentido de pertenencia es el vínculo inicial que nos conecta con nuestros padres y familiares más cercanos. Este vínculo nos permite desarrollar un sentido de identidad y pertenencia, fortaleciendo nuestras relaciones interpersonales y de dependencia mutua. A través de estas relaciones, absorbemos principios, valores, lazos afectivos, así como gustos y preferencias, que incorporamos profundamente en nuestra personalidad y forma de ser. De igual manera, Ramírez (2021), se refiere a los sentimientos de identificación y conexión que el individuo experimenta con los grupos y el entorno en los que interactúa. Es decir, es el espacio existencial donde se desarrollan momentos significativos de la vida laboral del individuo y se establecen vínculos de cercanía con su entorno laboral.

Para concluir, el sentido de pertenencia se refiere a la sensación de conexión, compromiso y pertenencia que una persona experimenta con respecto a un grupo, una comunidad, una organización o incluso una cultura. Este sentimiento es esencial para el bienestar emocional y psicológico de una persona, ya que le proporciona un sentido de identidad y propósito.

### **Costumbres y tradiciones.**

Las tradiciones y costumbres son prácticas culturales que se transmiten de generación en generación y son una parte importante de la identidad cultural de un pueblo o comunidad. A través de ellas se establecen normas y pautas de comportamiento, y se fomenta la cohesión social y el sentido de pertenencia a una comunidad. Su importancia como patrimonio cultural y como elementos que definen la identidad de un pueblo o comunidad perdura en el tiempo.

Según Villegas & Rodríguez (2018), las costumbres y tradiciones son una actividad cultural, social e histórica fundamental para los habitantes de las diferentes regiones geográficas del país, como la costa, la sierra y la selva. Estas costumbres y tradiciones son una parte importante de la identidad y el patrimonio cultural de los pobladores de cada región, y se transmiten de generación en generación.

En conclusión, las costumbres y tradiciones son elementos culturales fundamentales que forman parte de la identidad de una comunidad o pueblo. A través de ellas se transmiten

valores, creencias y experiencias históricas, y se establecen normas de comportamiento que fomentan la cohesión social y el sentido de pertenencia a una comunidad. Además, las tradiciones y costumbres son un patrimonio cultural valioso que debe ser preservado y valorado como una expresión de la diversidad cultural y de la historia de un país.

### **Identidad social**

La identidad social se refiere al conjunto de características, rasgos y valores que definen a un individuo como miembro de una sociedad o grupo social específico. Esta identidad se construye a través de la interacción del individuo con su entorno social y cultural, y se manifiesta en su comportamiento, forma de pensar y en la adopción de ciertas costumbres y tradiciones. La identidad social también puede influir en la forma en que el individuo percibe a los demás y cómo se relaciona con ellos.

Según Guanipa & Angulo (2020), la identidad social se refiere al sentimiento de pertenencia que una persona experimenta hacia su comunidad o sociedad. Esto se manifiesta a través de su conducta y su forma de pensar, y tiene un impacto importante en la formación de valores cívicos, especialmente en la participación activa en la toma de decisiones ciudadanas.

En conclusión, nos ayuda a desarrollar un sentido de pertenencia y conexión con nuestra comunidad o grupo social, lo que puede afectar positivamente nuestro bienestar emocional y psicológico. Al sentirnos parte de un grupo, nos sentimos más seguros y protegidos, lo que puede reducir el estrés y la ansiedad. Además, la identidad social puede ser un factor importante en la formación de valores y creencias, así como en la participación activa en la vida social y política. Identificarse con un grupo puede motivar a las personas a trabajar por el bien común.

### *C. Indicadores*

#### **Integración**

La integración se refiere al proceso en el que diferentes grupos étnicos, culturales y lingüísticos se mezclan y comparten sus valores, costumbres, tradiciones, creencias y conocimientos para formar una sociedad más inclusiva y cohesionada. La integración cultural se puede lograr a través de diversas actividades como el intercambio cultural, el aprendizaje mutuo, la promoción de la diversidad cultural y la lucha contra la discriminación.

Según ABC (2007) la integración se refiere a la creación de un ambiente en el que los miembros de una sociedad puedan convivir en armonía, solidaridad y equilibrio. Esto se logra al considerar la estructura, el orden, la acción y la función de dicha sociedad. Para que la

integración sea posible, es necesario combinar, ordenar e integrar diferentes elementos culturales. Este proceso de integración incluye la asimilación, la amalgama, la socialización y la aclimatación cultural.

En conclusión, la integración sociocultural es un proceso complejo que busca lograr la armonía, la unidad, la solidaridad, el equilibrio y la cohesión entre los miembros de una sociedad. Este proceso implica la combinación, el ordenamiento y la integración de diferentes elementos culturales, lo que conduce a la asimilación, la amalgama, la socialización y la aclimatación cultural. La integración sociocultural es esencial para promover la convivencia pacífica y la prosperidad en una sociedad diversa y multicultural.

### **Multiculturalidad**

La Multiculturalidad se refiere a la coexistencia de diferentes culturas en un mismo espacio geográfico, social o político. Esta convivencia significa reconocer y respetar la diversidad cultural y promover la igualdad de derechos y oportunidades para todos, sin distinción de raza, lengua u origen cultural. La multiculturalidad es un concepto fundamental en la construcción de una sociedad más inclusiva y justa, donde la diversidad cultural sea valorada y celebrada como fuente de riqueza y enriquecimiento para toda la sociedad.

Según (Salazar & Rodino, 2003), la acción de reconocer plenamente la diversidad lingüística, étnica y cultural de un país o nación da lugar a la implementación de políticas y programas educativos, de salud, participación ciudadana, asistencia jurídica y trabajo social, entre otros, que buscan satisfacer las necesidades e intereses de las diferentes comunidades culturales, lingüísticas y étnicas que forman parte de la nación, dentro de un contexto de democracia multicultural.

Para concluir, la multiculturalidad se refiere a la convivencia armónica y respetuosa de varias culturas en un mismo entorno, con el propósito de garantizar la igualdad de derechos y oportunidades para todos, fomenta la interacción y el intercambio entre personas de diferentes orígenes culturales, creando una sociedad más empática y enriquecedora para todos.

### **Eventos culturales**

Las actividades culturales son eventos que buscan promover la cultura, las artes y las tradiciones de una comunidad. Pueden incluir exposiciones de arte, conciertos de música, representaciones teatrales, festivales de comida, entre otras. Su propósito es preservar y difundir el patrimonio cultural de una sociedad y estimular la creatividad y el pensamiento crítico.

Según Peñaclara (2023), las actividades culturales son encuentros o acontecimientos que fomentan la conexión y la solidaridad entre las personas de una comunidad, mientras que al mismo tiempo son una vía para transmitir las ideas, prácticas, costumbres y saberes de una generación a otra.

En conclusión, las actividades culturales son una variedad de eventos o manifestaciones que buscan fomentar las tradiciones de una comunidad. A través de estas actividades se pretende no sólo preservar y difundir el patrimonio cultural, sino también estimular la creatividad, la reflexión y la diversidad cultural. Algunas de estas actividades pueden incluir exposiciones de arte, conciertos, representaciones teatrales, festivales, entre otras

### **Hábitos culturales**

Un hábito cultural se refiere a la tendencia que tiene una persona a realizar prácticas culturales de forma habitual en su vida cotidiana, las cuales pueden ser transmitidas de generación en generación dentro de una comunidad o grupo cultural. Al desarrollar estos hábitos, las personas pueden enriquecer su comprensión y valoración de su propia cultura y la de otros grupos culturales, lo que les permite ampliar su visión del mundo y fortalecer su identidad cultural

Según Medina (2022), hábito cultural hace referencia a la propensión que tiene una persona a desarrollar ciertas prácticas culturales en un contexto particular, ya sea en ámbitos artísticos, académicos, religiosos, deportivos, escolares, científicos, entre otros. Dichas prácticas pueden tener como finalidad tanto la formación como la recreación, y su participación constante puede contribuir a la ampliación y enriquecimiento de la perspectiva cultural de las personas.

En resumen, el hábito cultural es una parte fundamental para las tradiciones y costumbres de una comunidad, ya que permite la transmisión y perpetuación de las prácticas culturales a través del tiempo, al cultivar y mantener estos hábitos, las personas pueden enriquecer su conocimiento y aprecio de su propia cultura.

### **Conservación cultural.**

La conservación cultural es la tarea de proteger y preservar el patrimonio cultural, incluyendo elementos tangibles e intangibles, mediante el uso de técnicas y estrategias para evitar el deterioro y la pérdida de estos elementos y garantizar su transmisión a las generaciones futuras. Es importante para mantener la identidad y la historia de una comunidad y fomentar la comprensión y el respeto por la diversidad cultural.

Según Igeca (2022), la conservación del patrimonio cultural es una tarea interdisciplinaria que tiene como objetivo proteger los objetos materiales que forman parte de éste. Esta tarea incluye diversas acciones, técnicas, estrategias y estudios cuyo propósito es no solo comprender su importancia, sino también preservarlos en las mejores condiciones posibles durante el mayor tiempo posible.

En conclusión, la conservación cultural busca proteger y preservar el patrimonio cultural de una comunidad, su relevancia radica en la preservación de la historia y la identidad cultural de la comunidad, así como en el fomento del respeto y la comprensión hacia la diversidad cultural. La conservación cultural requiere la colaboración y la participación de diversas disciplinas para abordar de manera integral y efectiva la protección del patrimonio cultural de una sociedad.

### **Formación cultural**

La formación cultural es un proceso de aprendizaje que busca desarrollar habilidades creativas y críticas en las personas, en relación a la cultura y las artes. Se puede impartir en diferentes contextos y tiene como objetivo fomentar la comprensión, el aprecio y el respeto hacia la diversidad cultural. En resumen, se trata de una formación que busca promover el desarrollo humano a través del aprendizaje y la apreciación de la cultura.

Según Diaz (2012), la formación cultural busca desarrollar las habilidades de las personas para crear significados, símbolos y sentidos en función de sus experiencias individuales y sociales. Asimismo, promueve la creación de nuevas interpretaciones y significados ante los cambios constantes del contexto y sus dinámicas, para que las personas puedan actuar más eficazmente.

Se puede concluir que la formación cultural es esencial para el desarrollo de la comprensión y el respeto hacia la diversidad cultural. A través de esta formación, las personas pueden enriquecer su experiencia y desarrollar una identidad cultural sólida, lo que contribuye al desarrollo humano y a la construcción de una sociedad más inclusiva.

### **Entorno social**

El entorno social se refiere a todos los factores externos que pueden influir en el desarrollo y comportamiento de una persona, desde las interacciones con otros individuos y las normas sociales, hasta los aspectos culturales, políticos y económicos de la sociedad en la que vive.

Según Bronfenbrenner (1979), el entorno social se conforma de distintos niveles de interacción y contextos en los que una persona se desenvuelve, incluyendo su círculo cercano

de familiares y amigos, así como también su entorno social más amplio, que abarca aspectos culturales, políticos y económicos.

Este entorno influye significativamente en el desarrollo, comportamiento y bienestar de una persona, moldeando su personalidad y valores, y determinando sus oportunidades y limitaciones en la vida. Por lo tanto, es importante considerar el entorno social al analizar las experiencias y el comportamiento de una persona.

### **Entorno cultural**

El entorno cultural se refiere a los aspectos sociales y culturales que influyen en la forma en que las personas piensan, actúan y se relacionan. Incluye el conjunto de creencias, valores, costumbres, tradiciones, normas y prácticas de una sociedad.

Según Kronjly (2011), el entorno cultural se caracteriza por ser un proceso que involucra tanto aspectos espontáneos de las sociedades como la influencia de actores poderosos y decisivos. Si se permite que la cultura fluya de manera natural según su propia lógica y racionalidad, puede ser una fuerza positiva que fomente la diversidad, creatividad e innovación en una sociedad.

En conclusión, el entorno cultural se refiere a los valores, normas, creencias y tradiciones compartidos por una sociedad. Es un proceso dinámico que puede ser influenciado tanto por factores espontáneos.

### **Grupo social.**

Un grupo social es una entidad social compuesta por dos o más individuos que interactúan entre sí de manera organizada, estableciendo vínculos y relaciones que definen una identidad colectiva. La interacción social entre los miembros del grupo se encuentra regulada por normas y roles compartidos que les permiten coordinar sus acciones y lograr objetivos comunes.

Según la página de noticias ABC (2021), Se consideran seres humanos que establecen relaciones recíprocas dentro de la sociedad. Estos individuos están conectados entre sí y mantienen interacciones y conocimiento mutuo, sin que sea necesario que compartan características comunes o semejanzas.

En conclusión, un grupo social se puede definir como un conjunto de individuos que interactúan entre sí, comparten un propósito común, poseen normas y roles definidos, y se perciben a sí mismos como parte de un grupo distinto a los demás.

### *D. Teorías*

Según Galán (2011). Menciona que existen pilares fundamentales en la identidad cultural.

Entorno Geográfico es la diversidad biológica presente en un área geográfica determinada, influye en la forma de vida de sus habitantes, incluyendo su vestimenta, los alimentos que producen y las actividades económicas que desarrollan. Además, esta diversidad biológica también condiciona la construcción de infraestructuras en la zona. Los habitantes suelen adoptar elementos esenciales y significativos para su forma de vida. (Velásquez & Zúñiga, 2023).

Elemento Histórico la preservación de la memoria colectiva y los recuerdos temporales son elementos cruciales para el desarrollo de la identidad cultural de una nación. Es importante investigar los orígenes de una comunidad y los acontecimientos históricos que ocurrieron en su territorio, ya sea a través de transmisión oral o en documentos escritos, para identificar sus características culturales y ancestrales. De esta manera, se puede comprender mejor la identidad de un grupo y su trayectoria hacia el futuro, (Velásquez & Zúñiga, 2023).

Elemento Simbólico se refiere a los aspectos no materiales de una cultura, los cuales se reflejan en el comportamiento cotidiano de los individuos. Esto incluye la forma en que las personas dan sentido a sus vidas a través de los valores de su comunidad, religión, educación y conocimientos culturales y ancestrales, los cuales se manifiestan en expresiones artísticas como la música y la danza, entre otras. Es común que los valores varíen de una familia a otra debido a sus diferentes ideales. En general, las formas de pensar y expresarse en las regiones costeras y de la sierra pueden ser muy distintas, (Velásquez & Zúñiga, 2023).

Elemento tangible son aquellos que han sido creados por el ser humano para satisfacer necesidades históricas y que todavía se utilizan en la vida cotidiana. Estos elementos siguen siendo creados para satisfacer las necesidades actuales y abarcan una amplia gama de áreas, como la gastronomía, la ingeniería, la medicina, la producción de tejidos y vestimentas, el diseño de infraestructuras de viviendas, entre otros. (Velásquez & Zúñiga, 2023).

### 2.1.2 *Conciencia turística*

#### A. *Definición*

La conciencia turística implica que tanto los turistas como los profesionales de la industria turística sean conscientes de los impactos positivos y negativos del turismo en un destino. Esto implica comprender la importancia de preservar el patrimonio cultural y natural, fomentar el desarrollo sostenible, respetar las comunidades locales y minimizar los impactos negativos.

Según el autor Quinteros (2020), la conciencia turística implica que todos los involucrados demuestran una actitud de aceptación y apoyo hacia el turismo. Esto se relaciona con actitudes y comportamientos positivos por parte de la comunidad anfitriona, así

como el cuidado del medio ambiente y la protección de las tradiciones y costumbres que son parte de la identidad de un país. Igualmente, los autores Miranda et al, (2022), menciona que la conciencia turística implica ser consciente implica participar activamente en la preservación y promoción del patrimonio, así como definir roles y responsabilidades para impulsar proyectos sostenibles. Además, implica mostrar respeto y cortesía hacia los turistas, ya que brindar una atención de calidad contribuye a generar una imagen positiva del destino y fomenta el deseo de regresar o recomendarlo. Ser consciente implica participar activamente en la preservación y promoción del patrimonio, así como definir roles y responsabilidades para impulsar proyectos sostenibles. Además, implica mostrar respeto y cortesía hacia los turistas, ya que brindar una atención de calidad contribuye a generar una imagen positiva del destino y fomenta el deseo de regresar o recomendarlo (Miranda et al., 2022; Yauri, 2019 y Varisco, 2016).

En conclusión, la conciencia turística es fundamental para promover un turismo responsable, sostenible y en armonía con el entorno y las comunidades locales. Implica mostrar una actitud de respeto y cordialidad hacia los turistas, brindando una atención de calidad. La conciencia turística nos invita a ser conscientes de nuestra responsabilidad como turistas y profesionales del sector.

## *B. Dimensiones*

### **Actitud turística**

La actitud turística se refiere a la mentalidad o disposición que una persona tiene cuando se encuentra en un entorno turístico. Implica una serie de características y comportamientos que contribuyen a una experiencia turística positiva tanto para el viajero como para el destino.

Según Quinteros (2021), la actitud positiva hacia el turismo lleva a que los residentes reconozcan y aprecien esta actividad como una oportunidad para promover el desarrollo integral de su comunidad. Por otro lado, una actitud negativa puede convertirse en un obstáculo para alcanzar este objetivo. Asimismo, Diaz & Gutiérrez (2010), menciona que es fundamental en las estrategias de comunicación de muchos destinos turísticos. Este factor impulsa la elección de un destino y contribuye a fortalecer el sentimiento de aceptación mutua entre residentes y turistas, lo cual tiene un impacto significativo en la satisfacción del visitante. En la actitud del residente, no solo es crucial comprender la situación actual, sino también valorar tanto los beneficios como los costos que conlleva, buscando un equilibrio entre ambos aspectos.

Según el autor Monterrico (2012), las actitudes se han utilizado para investigar el impacto de esta actividad. El objetivo es entender las manifestaciones culturales y sociales, así como los comportamientos de las comunidades vinculadas al turismo, y conocer sus preferencias, incomodidades, y aspectos de confort y desagrado.

En conclusión, la actitud turística juega un papel fundamental en la experiencia de viaje tanto para el turista como para la comunidad local. Una actitud positiva, caracterizada por la curiosidad, el respeto, la tolerancia, la responsabilidad, la empatía, la flexibilidad y el aprecio, permite que los residentes valoran el turismo como un medio para el desarrollo integral de su comunidad. Por otro lado. Al fomentar una actitud turística positiva, se promueve un turismo sostenible, enriquecedor y beneficioso para todos los involucrados.

### **Conocimiento turístico**

El conocimiento turístico se refiere a la comprensión y la información relacionada con el turismo, incluyendo destinos turísticos, actividades, servicios, tendencias y aspectos culturales y sociales asociados con los viajes, el conocimiento turístico es valioso tanto para los viajeros que desean planificar y disfrutar de sus viajes, como para los profesionales del turismo que trabajan en la industria, como agentes de viajes, guías turísticos, gerentes de hoteles, consultores y otros roles relacionados.

Según Croby (2017), la importancia del conocimiento en el ámbito turístico, obtenido a través de la educación, la capacitación y la formación, confiere al turismo un rol significativo en la sociedad. Este conocimiento no solo mejora el posicionamiento social de la actividad turística, sino que también asegura que sea eficiente y beneficiosa en hoteles, restaurantes y en el territorio en general. El conocimiento turístico se define como una referencia clave en la transdisciplinariedad, abordado por diversos autores de distintas áreas del saber. Esto crea la necesidad de esclarecer y discutir diferentes perspectivas. Además, está vinculado a la realización de prácticas turísticas que permiten examinar tanto el objeto como el sujeto del estudio.

El conocimiento turístico desempeña un papel esencial en el capital humano de la industria del turismo, y su adquisición y aplicación efectiva requieren una formación adecuada en esta área. El conocimiento turístico implica una comprensión profunda de los procesos y prácticas propias del turismo, así como del impacto que este tiene en la sociedad y la economía. Además de la información y la experiencia, el conocimiento turístico se enriquece con elementos intangibles como el conocimiento tácito y el conocimiento social y cultural, los cuales resultan fundamentales para comprender y relacionarse de manera efectiva

tanto con los turistas como con las comunidades anfitrionas. (Theobald, Urry, Sharpley y Telfer.2014)

En conclusión, el conocimiento turístico es un activo valioso en el campo del turismo. Comprende la adquisición de información sobre destinos, cultura, historia y prácticas turísticas, así como la capacidad de aplicar este conocimiento de manera efectiva asimismo como del conocimiento social y cultural para establecer conexiones significativas con los turistas y las comunidades anfitrionas.

### **Conservación cultural**

La conservación cultural implica proteger y preservar el patrimonio cultural de una sociedad, que abarca monumentos históricos, obras de arte, tradiciones, lenguas indígenas y conocimientos ancestrales. Su objetivo es mantener viva la identidad y la memoria colectiva de una comunidad mediante medidas de salvaguardia y cuidado.

El Institutito de gestión cultural y artística- IGECA (2022) La conservación es un proceso interdisciplinario destinado a proteger los elementos materiales del patrimonio cultural. Para lograr esto, implica una variedad de acciones, técnicas, estrategias y estudios que no solo buscan interpretar su valor, sino también preservar su integridad durante el mayor tiempo posible, asimismo, los autores Sanches et al. (2022), señalan que la conservación es una acción preventiva contra el deterioro del patrimonio cultural, que incluye investigación, documentación, restauración y preservación para asegurar su longevidad, debe ser un proceso riguroso y equilibrado, considerando los valores filosóficos, estéticos e históricos.

El Institutito de gestión cultural y artística- IGECA (2022) La conservación es un proceso interdisciplinario destinado a proteger los elementos materiales del patrimonio cultural. Para lograr esto, implica una variedad de acciones, técnicas, estrategias y estudios que no solo buscan interpretar su valor, sino también preservar su integridad durante el mayor tiempo posible, asimismo, los autores Sanches et al. (2022), señalan que la conservación es una acción preventiva contra el deterioro del patrimonio cultural, que incluye investigación, documentación, restauración y preservación para asegurar su longevidad, debe ser un proceso riguroso y equilibrado, considerando los valores filosóficos, estéticos e históricos.

En resumen, la conservación cultural es esencial para salvaguardar la diversidad cultural y promover la transmisión de la herencia cultural a través del tiempo. Requiere un enfoque integral que abarque tanto los aspectos físicos como los intangibles, y debe adaptarse a los desafíos contemporáneos, buscando un equilibrio entre la preservación y el desarrollo sostenible.

### *C. Indicadores*

#### **Historia**

La Historia es el estudio y registro de los eventos pasados que han moldeado el mundo en el que vivimos. A través de la investigación y el análisis de fuentes, se busca comprender el desarrollo de las sociedades, las ideas, las culturas y los individuos a lo largo del tiempo.

Según Pérez (2022), la historia se considera útil cuando se reconoce como una ciencia social que busca comprender mejor al ser humano, tanto en hombres como en mujeres. A través del análisis de los vínculos simbólicos creados en diferentes épocas, se entiende cómo estos influyen en sus acciones. Por tanto, el estudio de la historia está intrínsecamente relacionado con la cultura en general. Asimismo, Fuster (2020), menciona que la historia es una ciencia humana con sus propias formulaciones y características, distintas de las Ciencias Naturales. Su objetivo es llegar a la verdad de los hechos a través de la objetividad y el rigor crítico, aunque esa verdad siempre será parcial debido a la presencia de ciertas evidencias.

En conclusión, nos brinda una visión invaluable del pasado, permitiéndonos comprender cómo se han desarrollado las sociedades y las personas a lo largo del tiempo. A través del estudio de los eventos pasados, podemos aprender lecciones importantes, apreciar la diversidad cultural y construir un futuro más informado y consciente. La historia nos conecta con nuestras raíces, nos ayuda a comprender nuestro presente y nos guía hacia un futuro más prometedor.

#### **Recursos turísticos**

Un recurso turístico es cualquier elemento o atractivo natural, cultural, histórico o artístico que atrae a los visitantes a un destino. Puede ser un monumento, una playa, un parque nacional, una gastronomía única o una tradición local. Estos recursos contribuyen al desarrollo del turismo y promueven la economía de una región.

Según el autor Morales (2021), definen que son los factores clave que impulsan el desplazamiento de los turistas, especialmente por motivos de recreación y ocio, son fundamentales. Por ello, es esencial realizar un estudio detallado del potencial de los recursos, asegurando su uso adecuado y evitando que sean explotados de manera indiscriminada, lo que podría causarles daños continuos. Asimismo, los autores Pérez et al. (2021) menciona que los recursos y atractivos turísticos son fundamentales para el turismo, lo que hace imprescindible su análisis y evaluación. Esto permite identificar las potencialidades turísticas de una región y, en consecuencia, determinar su viabilidad para promover el desarrollo de esta actividad.

En resumen, los recursos turísticos son elementos clave para atraer visitantes y promover la economía local. Su diversidad natural, cultural e histórica crea experiencias únicas y contribuye al desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

### **Tradiciones**

Las tradiciones son prácticas, costumbres y rituales transmitidos de generación en generación dentro de una comunidad o cultura. Representan la herencia cultural y la continuidad de valores, creencias y expresiones artísticas. Las tradiciones fortalecen la identidad colectiva y fomentan el sentido de pertenencia y cohesión social.

Según, Madrazo (2005), la tradición implica la selección de aspectos de la realidad social. Aunque es la permanencia de ciertos elementos del pasado en el presente, no todo lo antiguo que persiste se convierte automáticamente en tradición. En cambio, la tradición se ve como una construcción social que se desarrolla en el presente a partir del pasado. Por otro lado, Sola (2017), menciona que se evidencia que es el poder en los procesos de construcción de identidad. A menudo, la identidad se presenta como algo unívoco y estable, considerada como una característica inherente o constitutiva que no se ve afectada por cambios externos y perdura a pesar de ellos.

Para concluir, las tradiciones son elementos fundamentales que transmiten la herencia cultural y fortalecen la identidad de una comunidad. A través de prácticas, costumbres y rituales, se preservan valores y creencias, fomentando la cohesión social y el sentido de pertenencia.

### **Respeto**

El respeto es una actitud positiva hacia los demás y nuestro entorno, basada en la aceptación, consideración y valoración. Implica reconocer la dignidad y los derechos de cada persona, así como tratar a los demás con cortesía, consideración y equidad. Es fundamental para una convivencia armoniosa y respetuosa.

Según Feanda (2009), el respeto es un valor que implica la capacidad de reconocer, aceptar y valorar las cualidades y derechos de los demás. Es el reconocimiento tanto de nuestra propia valía como de la de los demás individuos y la sociedad en general. Asimismo, Uranga et al (2016), mencionan que implica tener una actitud positiva hacia los demás, la naturaleza y nuestro entorno. No obstante, para poder respetar a los demás, es fundamental comenzar por aceptarnos a nosotros mismos. Desde una perspectiva personal, el respeto implica amar, conocer, cuidar y apreciar cada aspecto de nuestra propia persona. También implica reafirmar nuestra dignidad y elevar nuestra autoestima con un valor auténtico e incalculable

En conclusión, el respeto es una actitud esencial que debe estar presente en nuestras interacciones con los demás y en nuestra relación con el entorno. El respeto fomenta la armonía, la igualdad y el entendimiento mutuo, creando un ambiente propicio para una convivencia respetuosa y enriquecedora.

### **Amabilidad**

La amabilidad se refiere a una disposición y actitud positiva hacia los demás, caracterizada por ser afable, considerado, y mostrar afecto en las interacciones. Implica ser complaciente, generoso y respetuoso, mostrando una genuina preocupación por el bienestar y la satisfacción de las personas. La amabilidad se manifiesta a través de acciones amables, palabras amables y gestos de cortesía, buscando crear un ambiente de armonía y bienestar en las relaciones humanas.

Según la asociación WAECE (2008), el ser amable se caracteriza por ser afable, complaciente y afectuoso en las relaciones con los demás. Esta cualidad hace que sea merecedor de amor y aprecio. Esto establece una estrecha relación entre la amabilidad y el amor hacia los demás.

En conclusión, la amabilidad es una cualidad esencial que se basa en una actitud positiva y respetuosa hacia los demás. Se manifiesta a través de acciones amables, palabras afectuosas y gestos de cortesía. La amabilidad promueve relaciones saludables, crea un ambiente de armonía y contribuye al bienestar tanto de quienes la practican como de quienes la reciben.

### **Hospitalidad**

La hospitalidad implica recibir, alojar y atender a personas temporalmente desplazadas. Es un acto humano que brinda acogida, alimentación y entretenimiento. A través de la hospitalidad, se crea un ambiente acogedor y se promueve el bienestar de quienes son recibidos, generando conexiones significativas y fomentando la solidaridad y el respeto mutuo.

Según Baptista (2002), la hospitalidad nos brinda la oportunidad de establecer tanto una distancia como una cercanía, lo cual resulta fundamental en el crecimiento y aprendizaje humano. Por lo tanto, es imperativo convertir los entornos urbanos en espacios acogedores. Sin embargo, esta hospitalidad no debe ser superficial ni basada únicamente en formalidades comerciales, sino que debe ser auténtica y arraigada en el amor y la sensibilidad que solo pueden ser proporcionados por otra persona. asimismo, Camargo (2004) menciona que puede ser comprendida, en términos analíticos y operativos, como la acción realizada por los seres humanos en diferentes contextos, ya sea en el ámbito doméstico, público o profesional, de

recibir, alojar, alimentar y brindar entretenimiento a aquellas personas que se encuentran temporalmente fuera de su entorno habitual. Esta perspectiva nos permite identificar dieciséis áreas teóricas que abordan el estudio de la hospitalidad humana.

En resumen, cuando se practica la hospitalidad, se crea un ambiente acogedor y positivo que fomenta la conexión y el entendimiento entre las personas. Además, la hospitalidad puede contribuir a construir relaciones sólidas y duraderas, ya que promueve la confianza y la reciprocidad.

### **Sostenibilidad turística**

La sostenibilidad turística busca equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del entorno y el bienestar de las comunidades locales. Implica prácticas responsables, uso eficiente de recursos, promoción de la cultura local y beneficios económicos equitativos. Busca preservar los recursos naturales y culturales para futuras generaciones.

Ayuso (2018), busca preservar los recursos naturales de la región donde se lleva a cabo y fortalecer la economía local de sus habitantes. Busca lograr un equilibrio significativo entre los turistas y la población nativa, y garantizar que la actividad perdure a largo plazo. Además, fomenta el respeto entre las actividades comerciales y el medio ambiente, y se asegura de satisfacer las necesidades de los clientes sin poner en peligro el bienestar de la población local, asimismo, (Organización mundial de turismo, n.d.) menciona que las estrategias de manejo sostenible se aplican a todas las modalidades de turismo y a distintos tipos de destinos, incluyendo tanto el turismo masivo como los diferentes segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad abarcan los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, y es fundamental lograr un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para garantizar la continuidad a largo plazo.

Para concluir, la sostenibilidad turística es crucial para preservar los destinos turísticos a largo plazo. Implica la gestión responsable de recursos, el respeto a la cultura local y la equidad económica. Promover un turismo sostenible garantiza la conservación de los entornos naturales, el bienestar de las comunidades y una experiencia de viaje auténtica y significativa.

### **Proyectos de conservación**

Los proyectos de conservación son iniciativas planificadas y ejecutadas con el objetivo de proteger y preservar los recursos naturales, los ecosistemas y la biodiversidad. Estos proyectos se centran en la gestión sostenible de los recursos y en la mitigación de los impactos negativos causados por las actividades

Según Scott et al (2012), El propósito de los proyectos de protección es la implementación de medidas y estrategias enfocadas en la protección y conservación de especies en peligro de extinción, áreas naturales o hábitats amenazados. Dichos proyectos pueden abarcar acciones como la creación de reservas naturales, la ejecución de programas para la reintroducción de especies, la aplicación de regulaciones y leyes ambientales, y la promoción de la educación y conciencia pública sobre la importancia de proteger el medio ambiente. Asimismo, Kiker et al (2005) se refieren a acciones cuidadosamente planificadas y llevadas a cabo con el objetivo de preservar, mantener y mejorar la calidad de los recursos naturales y el medio ambiente. Estos proyectos implican diversas medidas, como la protección de especies en riesgo de extinción, la recuperación de ríos y arroyos en estado de degradación, y la implementación de prácticas sostenibles en la agricultura y la silvicultura.

En conclusión, los proyectos de conservación son fundamentales para proteger, preservar y gestionar de manera sostenible los recursos naturales, los ecosistemas y la biodiversidad. Estas iniciativas buscan mitigar los impactos negativos de las actividades humanas y promover un equilibrio entre el desarrollo humano y la conservación de la naturaleza.

#### *D. Teorías*

El autor Sosa (2004) menciona que la conciencia turística tiene un impacto significativo en el potencial turístico al influir en los comportamientos, actitudes morales y éticas relacionadas con el trato amable hacia los visitantes, el alojamiento y el aprovechamiento de medidas que benefician a nuestro territorio. Promover la concientización turística busca integrar esta actividad como parte importante de nuestra cultura, incluyéndose en el currículo educativo en todas las modalidades y promoviendo campañas a nivel nacional. Es necesario impulsar el crecimiento de la actividad turística utilizando nuestros recursos de manera sostenible para generar mayores beneficios y desarrollo para nuestro país. Por tanto, es fundamental incluir la conciencia turística en la educación desde temprana edad, ya que las instituciones educativas son una fuente de información clave y promueven la concientización en esta área.

el autor Ramirez (1994) menciona que la conciencia turística tiene como principales objetivos: fomentar la identificación social de la población con sus raíces culturales, atrayendo así corrientes turísticas hacia México; mejorar la calidad de los servicios turísticos para satisfacer las necesidades de los turistas, aumentando su repetición y prolongando su estancia, lo que conlleva la entrada de divisas, la creación de empleo y el desarrollo regional; promover y resaltar el patrimonio turístico de México, atrayendo a turistas nacionales e

internacionales interesados en la cultura del país; y estimular la competencia entre los proveedores de servicios turísticos, generando un ambiente de calidad, creatividad y competitividad en la oferta turística.

## **2.2 Antecedentes**

### *A. Antecedentes nacionales*

Andía (2022), realizó el estudio: “Identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya, provincia de Huaraz, 2021”. El estudio tuvo enfoque cuantitativo, descriptivo correlacional y de diseño no experimental; La población estuvo conformada por 67 padres de familia del jr. José Olaya del distrito de Huaraz, para la recolección de datos se realizó dos cuestionarios con 15 y 11 preguntas respectivamente. Llegó a concluir, que se encontró una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la muestra de población examinada. Encontré la relación con mi objetivo general y mi hipótesis general para saber la relación que existe entre la identidad cultural y conciencia turística en san Vicente de cañete.

Velásquez & Zúñiga (2023) realizaron el estudio: “Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito de Barranca, 2021”. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, Se utilizó un diseño no experimental transversal y de nivel correlacional; La población objetivo del estudio consistió en los pobladores del distrito, y se seleccionó una muestra de 381 individuos para participar en la investigación; Se llegó a la conclusión, que los pobladores del distrito muestran un sentido de pertenencia con su lugar de origen, aceptan y valoran los rasgos culturales de su comunidad, y tienen una identidad social fuerte y arraigada. Este trabajo se relaciona con mi objetivo general hipótesis general.

Bella (2022) realizó la investigación: “Conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los pobladores del distrito Manuel Antonio Mesones Muro – Ferreñafe”, Tiene un enfoque cuantitativo de diseño metodológico de descriptivo transversal de diseño no experimental; La muestra a realizar será a 369 pobladores y autoridades del distrito, el instrumento usado fue un cuestionario; Concluyeron que identificaron algunas deficiencias en la identidad cultural de los pobladores del distrito de Barranca, como la falta de conocimientos, valores y temas relacionados con el turismo. Estas carencias podrían abordarse de manera preventiva para asegurar un desarrollo más sólido y enriquecedor de la identidad cultural; En el presente trabajo encuentro una relación con mi segunda variable que pueden responder para mis objetivos e hipótesis específicos.

Ramos (2021) realizó la investigación: “Identidad cultural y conciencia turística en Lima Metropolitana, 2021”. Fue de enfoque cuantitativo, tipo no experimental y de diseño transeccional descriptivo correlacional; la muestra se realizó a 100 personas, para obtener los datos se usó el instrumento del cuestionario; Llegó a concluir que se podría indicar que a medida que se cambia la forma positiva la identidad cultural; también cambia en el mismo sentido la conciencia turística. esta investigación se puede relacionar con los objetivos generales de mi investigación.

Rosillo (2020) realizó la investigación: “Programa de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes del 6° grado de la institución educativa primaria n° 11017 “Nicolas La Torre García”. Fue de enfoque mixto, de diseño descriptivo y de diseño no experimental; la muestra se realizó en 65 estudiantes, para obtener los datos se usó el instrumento de cuestionario; llegó a concluir que falta de identidad cultural y que se vincula con la construcción de la conciencia turística en la población estudiantil; El estudio tiene relación con mi objetivo general de mi investigación, esto ayudará para ver la relación de las conclusiones que llegaré.

#### *B. Antecedentes internacionales*

Ledezma et.al (2022) realizó un artículo: “La comunicación alternativa como elemento determinante en la conservación de la identidad cultural en América Latina”. Es de enfoque mixto; Para obtener información se realizó entrevista a los principales medios de comunicación; llegaron a concluir, que la identidad cultural se relaciona con su cultura, idiosincrasia y la reproducción de su ideología a través de los medios de comunicación. Por otro lado, la reflexión del papel tan trascendental que juega la comunicación en la conservación de la identidad cultural en América Latina; El estudio será un aporte importante para ver la relación con mi dimensión de mi investigación.

Mancinas et al (2021) realizan una investigación: “Jóvenes y herramientas tecnológicas para preservar identidades culturales minoritarias”. Fue de enfoque mixta y descriptiva; para obtener los datos se recopiló la vista de los videos culturales realizados por el canal la menoita mexicana, llegaron a la conclusión , el canal se utiliza como una herramienta para promover y preservar la cultura menonita tanto dentro como fuera de su entorno conservando el discurso característico de la comunidad menonita; Se relaciona con mi variable de identidad cultural y la dimensión de preservación las cuales ayudarán a comprender la importancia de esta.

Ramos et al (2021) realizó un artículo: “Preservación de la cultura, clima, identidad e imagen en la empresa ecuatoriana”. Es una investigación no experimental y de corte no

transversal; Para la recolección de datos se usó el instrumento de cuestionario que constaba de 20 preguntas, Llegaron a la conclusión que los hallazgos revelan una falta de compromiso inicial en preservar los activos intangibles, enfatizan la importancia de generar conciencia sobre la necesidad de manejarlos de manera adecuada; La investigación tiene relación importante con mi dimensión de mi estudio.

Arístides (2022) realizó un artículo: “Crisis y desafíos en la preservación de la identidad cultural de los pueblos originarios y afrodescendientes de Centroamérica”. Para el presente trabajo de investigación se obtuvo datos de información documental; Se llegó a la conclusión en la región centroamericana, los pueblos originarios y afrodescendientes mantienen vivos 57 idiomas autóctonos en 63 comunidades, transmitiendo a través de sus prácticas orales y en su vida diaria. Sin embargo, existe el riesgo de que muchos de estos idiomas desaparezcan si no se implementan políticas públicas que promuevan su preservación; La investigación es importante para las dimensiones de mi variable de conciencia turística.

Jonathan (2022) realizó una investigación: “Fortalecimiento de las identidades culturales en la Unidad Educativa del Milenio profesora Consuelo Benavides desde los fondos de conocimientos e identidad” ; Para la recolección de datos se realiza cuestionarios y capacitaciones a los padres de familia y personal del colegio; se Llegaron a la conclusión que se necesita desarrollar enfoques pedagógicos que buscan revitalizar la identidad cultural en colaboración con la comunidad educativa, reconociendo su valor como una herencia ancestral. Esto permitirá fomentar el respeto hacia la diversidad cultural y promover una apreciación más profunda de las distintas identidades culturales presentes; El estudio tiene relación con las dimensiones de mi segunda variable y la importancia que tiene la identidad cultural.

### 2.3 Definición de términos básicos

**Conservación:** Se llevan a cabo diversas etapas para proteger y preservar la propiedad cultural, incluyendo la investigación, documentación, conservación, tratamiento, restauración y reconstrucción. La preservación de los materiales antiguos es igual de importante que mantener la integridad y autenticidad del proyecto (Earl, 2003).

**Cultura:** La cultura es un conjunto de patrones simbólicos que representan las características de los grupos humanos y se reflejan en artefactos. Su esencia radica en las ideas tradicionales y los valores inherentes a ellas. Los sistemas culturales son resultado de la acción humana y, a su vez, influyen en las acciones futuras (Kroeber & Kluckhohn, 1952).

**Desarrollo turístico:** El desarrollo turístico implica ofrecer y mejorar las instalaciones y servicios adecuados para satisfacer las necesidades de los turistas. De manera más amplia, también puede abarcar efectos adicionales como la generación de empleo o ingresos económicos (Pearce, 1991).

**Diversidad cultural:** Los rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos de una sociedad o grupo social, que incluyen no solo las expresiones artísticas y literarias, sino también los modos de vida, las interacciones sociales, los valores, las costumbres y las creencias (UNESCO, 2001).

**Infraestructura turística:** La Infraestructura Turística se refiere al conjunto de instalaciones y servicios necesarios para promover el desarrollo socioeconómico de un país y respaldar la actividad turística. Esto incluye las vías de acceso, que pueden ser terrestres o aéreas, que facilitan la llegada de turistas a destinos específicos (Instituto distrital de turismo-IDT, n.d.).

**Interculturalidad:** La interculturalidad se vuelve indispensable cuando grupos con culturas diversas interactúan, ya sea en situaciones de conflicto o de amistad. Es fundamental familiarizarse con los "otros" para comprender y apreciar aspectos culturales que podrían parecer negativos, inmorales o inapropiados a primera vista (Borboa, 2006).

**Patrimonio:** El patrimonio se refiere a un conjunto de bienes o elementos, ya sean naturales o culturales, materiales o inmateriales, que representan un legado para las sociedades. Sin embargo, destaca que el patrimonio no se limita solo a lo heredado del pasado, sino que también incluye lo que se crea en el presente y que será transmitido como patrimonio a las generaciones futuras. Además, señala que el patrimonio no solo se hereda, sino que también se ve afectado por modificaciones a lo largo del tiempo (Troncoso & Almirón, 2005).

**Promoción turística:** La promoción de un destino turístico es fundamental, ya que atrae visitantes, genera ingresos económicos y contribuye a mejorar la calidad de vida de la población local. Además, promover un lugar turístico permite dar a conocer los recursos y servicios disponibles, es decir, los productos turísticos que ofrece (Chuquizala & Jaramillo, 2017).

**Servicios turísticos:** Se pueden considerar como servicios turísticos aquellos elementos no físicos que se ofrecen con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los viajeros, como el hospedaje, el transporte, la gastronomía, las actividades recreativas y otros servicios relacionados (Leonard & Jenkins, 2000).

**Turismo:** El turismo brinda a las personas la oportunidad de satisfacer sus necesidades y deseos cuando se encuentran ocupadas con sus responsabilidades diarias. Además, desde una perspectiva legal, el turismo implica ejercer el derecho de libertad de movimiento y desplazamiento. Acerenza (2001)

## **CAPITULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **3.1 Hipótesis**

#### *3.1.1 Hipótesis general*

Existe una relación significativa entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

No existe una relación significativa entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

#### *3.1.2 Hipótesis específicas*

##### **Hipótesis específico 1**

HEA Existe una relación significativa entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

HE0 No existe una relación significativa entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

##### **Hipótesis específico 2**

HEA Existe una relación significativa entre costumbres y tradiciones y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

HE0 No existe una relación significativa entre costumbres y tradiciones y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

##### **Hipótesis específico 3**

HEA Existe una relación significativa entre identidad social y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

HE 0 No existe una relación significativa entre identidad social y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.

### **3.2 Definición conceptual de las variables**

Conciencia turística

Sosa (2004) sobre conciencia turística implica la comprensión y sensibilidad hacia los impactos que el turismo puede tener en el destino y la comunidad local. También implica adoptar actitudes y comportamientos responsables como turista. Esta conciencia no solo se relaciona con la responsabilidad individual del turista, sino también con el reconocimiento

del potencial turístico de un lugar y cómo este puede ser afectado por las acciones de los visitantes.

#### Identidad cultural

Durán (2011) define la identidad cultural destaca que esta se puede entender como la forma en que una persona se identifica subjetivamente con los elementos característicos de una cultura específica. Esta identidad se manifiesta a través de las costumbres, hábitos, idiomas, creencias y valores éticos y espirituales. Estos aspectos individuales nos hacen únicos y diferentes entre nosotros.

### **3.3 Operacionalización de las variables**

#### Variable 1: Identidad cultural

La identidad cultural se basa en el sentido de pertenencia a una cultura específica, en las costumbres y tradiciones arraigadas en ella, y en la construcción de una identidad social dentro de ese contexto, El sentido de la pertenencia implica una conexión emocional y una identificación con los valores y símbolos culturales. Las costumbres y tradiciones reflejan la forma en que se vive y se practica esa cultura en la vida cotidiana. La identidad social se forma a través de la interacción con otros miembros de la comunidad y la adopción de roles y estatus dentro de la sociedad cultural. Estos elementos conjuntos configuran y definen la identidad cultural, dotando a cada individuo y grupo de una identidad única y distintiva.

**Tabla 1** Matriz de operacional de la variable identidad cultural

| Dimensión              | Indicadores         | Ítems | Escala de medición         | Nivel y Rango |
|------------------------|---------------------|-------|----------------------------|---------------|
| Conocimiento turístico | Historia            | 1     |                            |               |
|                        | Recursos turísticos | 2     |                            |               |
|                        |                     | 3     |                            |               |
|                        |                     | 4     |                            | Alto          |
|                        |                     | 5     |                            | 15 – 34       |
|                        | Tradiciones         |       | 5.Totalmente de acuerdo    |               |
|                        |                     |       | 4.De acuerdo               | Intermedio    |
|                        |                     |       | 3.Neutral                  | 35 – 54       |
|                        |                     |       | 2.En desacuerdo            |               |
|                        |                     |       | 1.Totalmente en desacuerdo | Bajo          |
| Actitud turística      | Respeto             | 6     |                            |               |
|                        |                     | 7     |                            |               |
|                        |                     | 8     |                            |               |
|                        |                     | 9     |                            |               |
|                        | Amabilidad          | 10    |                            |               |

|                     |                              |    |
|---------------------|------------------------------|----|
|                     | Hospitalidad                 |    |
|                     |                              |    |
|                     | Sostenibilidad<br>turística  |    |
|                     |                              | 11 |
|                     |                              | 12 |
| <b>Preservación</b> | Proyectos de<br>conservación | 13 |
|                     |                              | 14 |
|                     |                              | 15 |
|                     | Sensibilización<br>turística |    |

---

*Nota: La información corresponde al proceso de operacionalización de la variable Imagen*

## Variable 2: Conciencia turística

La conciencia turística implica tener un conocimiento turístico sólido sobre los destinos que visitamos, así como una actitud turística responsable y comprometida con la preservación del entorno y la cultura local. El conocimiento turístico implica estar informado sobre la historia, el patrimonio, las atracciones y las prácticas sostenibles en el lugar que se visita, lo cual nos permite apreciar y comprender mejor el destino. La actitud turística refleja un enfoque consciente y respetuoso hacia el entorno y la comunidad local, incluyendo el respeto por las tradiciones, las costumbres y las normas locales, así como el trato amable y considerado hacia los residentes y otros turistas. Además, la conciencia turística se traduce en acciones concretas de preservación, como el cuidado de los recursos naturales, la protección del patrimonio cultural y la promoción de prácticas turísticas sostenibles que minimicen el impacto negativo en el medio ambiente y en la comunidad.

*Tabla 1 Matriz de operacional de la variable conciencia turística*

| Dimensión              | Indicadores         | Ítems | Escala de medición         | Nivel y Rango |
|------------------------|---------------------|-------|----------------------------|---------------|
| Conocimiento turístico | Historia            | 1     |                            |               |
|                        | Recursos turísticos | 2     |                            |               |
|                        |                     | 3     |                            |               |
|                        |                     | 4     |                            | Alto          |
|                        |                     | 5     |                            | 15 – 34       |
|                        | Tradiciones         |       | 5.Totalmente de acuerdo    |               |
|                        |                     |       | 4.De acuerdo               | Intermedio    |
|                        |                     |       | 3.Neutral                  | 35 – 54       |
|                        |                     |       | 2.En desacuerdo            |               |
|                        |                     |       | 1.Totalmente en desacuerdo | Bajo          |
| Actitud turística      | Respeto             | 6     |                            |               |
|                        |                     | 7     |                            |               |
|                        |                     | 8     |                            |               |
|                        |                     | 9     |                            |               |
|                        | Amabilidad          | 10    |                            |               |

|                     |                              |    |
|---------------------|------------------------------|----|
|                     | Hospitalidad                 |    |
|                     |                              |    |
|                     | Sostenibilidad<br>turística  |    |
|                     |                              | 11 |
|                     |                              | 12 |
| <b>Preservación</b> | Proyectos de<br>conservación | 13 |
|                     |                              | 14 |
|                     |                              | 15 |
|                     | Sensibilización<br>turística |    |

---

*Nota: La información corresponde al proceso de operacionalización de la variable Imagen*

## **CAPITULO IV DISEÑO METODOLÓGICO**

### **4.1 Tipo de investigación**

El enfoque será cuantitativo, según el autor Tamayo (2007), Se trata de comparar teorías existentes mediante la formulación de varias hipótesis derivadas de estas teorías. Es necesario obtener una muestra que sea representativa de una población o fenómeno de estudio, ya sea seleccionada de forma aleatoria o mediante criterios específicos.

Será de tipo aplicada según el autor Lozada (2014), la investigación aplicada busca generar conocimiento que tenga una aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo. Este tipo de estudios tiene un valor significativo debido a la utilización del conocimiento obtenido a través de la investigación básica. Como resultado, se fomenta la creación de riqueza a través de la diversificación y el progreso en el sector productivo.

### **4.2 Diseño de investigación**

Fue de diseño no experimental, según el autor Fernandez & Baptista (2014), la investigación no experimental se puede definir como aquella en la que no se manipulan deliberadamente las variables. En otras palabras, son estudios en los que no se realizan cambios intencionales en las variables independientes con el objetivo de observar su efecto en otras variables.

Fue de corte transversal, según los autores Vega et al. (2021) se refiere a la evaluación de un momento preciso en el tiempo, los estudios transversales han sido valorados por su utilidad en determinar la prevalencia de una condición, lo cual explica por qué a menudo se les llama "estudios de prevalencia".

Fue de tipo correlacional, los autores Hernández y Fernandez (2014), mencionan que este tipo el objetivo del estudio es comprender el contexto o el grado de asociación o relación tienen entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o situación especialmente.

### **4.3 Método de investigación**

Será de método deductivo, según el autor Abreu (2014), el método deductivo consiste determinar las características de una realidad específica mediante la derivación resultada de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas generales establecidas previamente. A través de la deducción, se obtienen las consecuencias particulares o individuales a partir de las conclusiones generales o inferencias aceptadas.

## 4.4 Población y muestra

### 3.4.1 Población

Según Tamayo (2012) La población se refiere al conjunto completo de unidades de análisis que integran un fenómeno específico y que se consideran en un estudio determinado. Esta población abarca todas las entidades relacionadas con la característica o atributo que se está investigando. Es importante comprender que la población engloba la totalidad de las unidades que forman parte del fenómeno en estudio. Esta investigación incluye según datos del CENSO 2017 del Instituto nacional de informática (INEI) la población de San Vicente de cañete es de 23,695

### 4.4.2 Muestra

Según Tamayo (2006) la muestra se refiere al conjunto de procedimientos utilizados para analizar la distribución de características específicas en una población completa, universo o grupo, a partir de la observación de una porción representativa de la población en cuestión, tenemos en total de población 265 mayores de 18 en la provincia de cañete.

Se usó el método de muestreo probabilísticos, los autores Cuesta y Herrero (2009), mencionan que este método asegura que cada individuo tenga igual probabilidad de ser seleccionado para formar parte de una muestra, garantizando así la representatividad. Estos métodos son los más recomendables para obtener resultados precisos y confiables.

Fue de un tipo de muestreo aleatorio simple, el autor implica López (2010), menciona que es seleccionar la muestra en una sola etapa, sin reemplazos y directamente. Este método se utiliza principalmente en investigaciones que involucran poblaciones pequeñas y completamente identificables, como cuando se cuenta con una lista completa de todos los elementos del grupo total.

#### **Criterio de inclusión.**

En el presente trabajo se consideró como criterio de inclusión a las personas mayores de (+18).

#### **Criterio de exclusión.**

Se determinó excluir a los pobladores menores de 18 años  
A continuación, se detalla el cálculo de la muestra.

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

Donde:

n: tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza deseado

p: Proporción de la población de la característica deseada (éxito)

q: Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

he: Nivel de error dispuesto a cometer

N: tamaño de la población

Datos:

N=23,695

Z= 95% (1.96)

e= 6% = 0.06

p= 0.5 q= 0.5

Sustituyendo:

n =265

según el cálculo de nuestra muestra realizada se encuestará a 265 personas

#### **4.5 Lugar de estudio**

La ciudad de San Vicente de Cañete se ubica en la provincia de Cañete, en la región de Lima, Perú, y es reconocida por su actividad agrícola y clima cálido. Como capital de la provincia, se encuentra a unos 140 kilómetros al sur de Lima. La región es destacada por la producción de uvas, vinos, espárragos, alcachofas y pimientos, siendo la agricultura una parte vital de su economía.

Entre sus atractivos turísticos se destaca la Plaza de Armas, que constituye el centro histórico de la ciudad y alberga la iglesia principal. Además, la zona cuenta con casas coloniales y casonas antiguas que añaden encanto a la localidad.

#### **4.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de los datos**

##### **4.6.1 Técnicas**

Se usará la técnica de encuesta, según el auto Casas et al (2003) se trata de un método que emplea una serie de pasos predefinidos para investigar y examinar una muestra representativa de casos tomados de una población o conjunto más extenso. Su objetivo principal es explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características específicas.

##### **4.6.2 Instrumento**

Se usará el instrumento del cuestionario, Según los autores Bravo & Valenzuela, (2019) el cuestionario es una herramienta empleada para recopilar de forma estructurada la información necesaria que permita analizar las variables de interés en un estudio, investigación, sondeo o encuesta. Este instrumento resulta útil para obtener de manera

estandarizada datos sobre las características de una población de interés, así como para evaluar opiniones, creencias o actitudes.

#### *4.6.3 Validez*

Según el autor Villasís et al. (2018) en la investigación se relaciona con la veracidad o aproximación a la verdad de los resultados. Los resultados de una investigación se consideran válidos cuando se evitan errores y sesgos, los cuales surgen principalmente debido a problemas metodológicos. En otras palabras, la validez se logra cuando el estudio se lleva a cabo de manera precisa, rigurosa y sin deficiencias en el diseño o ejecución

#### *4.6.7 Confiabilidad*

Según el autor Chavez (2001) La confiabilidad se lleva a cabo con el fin de evaluar la precisión de los resultados obtenidos cuando se aplican en situaciones similares. En términos generales, la confiabilidad se refiere al nivel de consistencia con el que se miden las variables.

Se usará el coeficiente de alfa de cronbach, el autor De hora et al. (2010) El coeficiente Alfa evalúa la correlación entre las respuestas de un cuestionario mediante el análisis del perfil de las respuestas dadas, así como la correlación promedio entre las preguntas individuales. Además, se calcula a partir de la varianza de los ítems individuales y la varianza de la suma de los ítems de cada participante. Esto se aplica cuando todos los ítems del cuestionario utilizan la misma escala de medición.

### **4.7 Análisis y procesamiento de datos**

Para llevar a cabo el análisis y procesamiento de los datos recopilados mediante el cuestionario y la encuesta, se emplearon las herramientas informáticas Excel y SPSS 26. La elección se basó en la decisión de realizar un análisis de datos utilizando una prueba no paramétrica conocida como el coeficiente de correlación de Spearman. La elección de esta prueba específica se fundamentó en la previa realización de la prueba de normalidad para verificar la distribución de los datos, posteriormente, se procedió a la correlación de las hipótesis planteadas, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman como medida para evaluar las relaciones entre la variable.

## CAPITULO V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados descriptivos

#### 5.1.1 Análisis descriptivo de la variable identidad cultural

**Tabla 2**

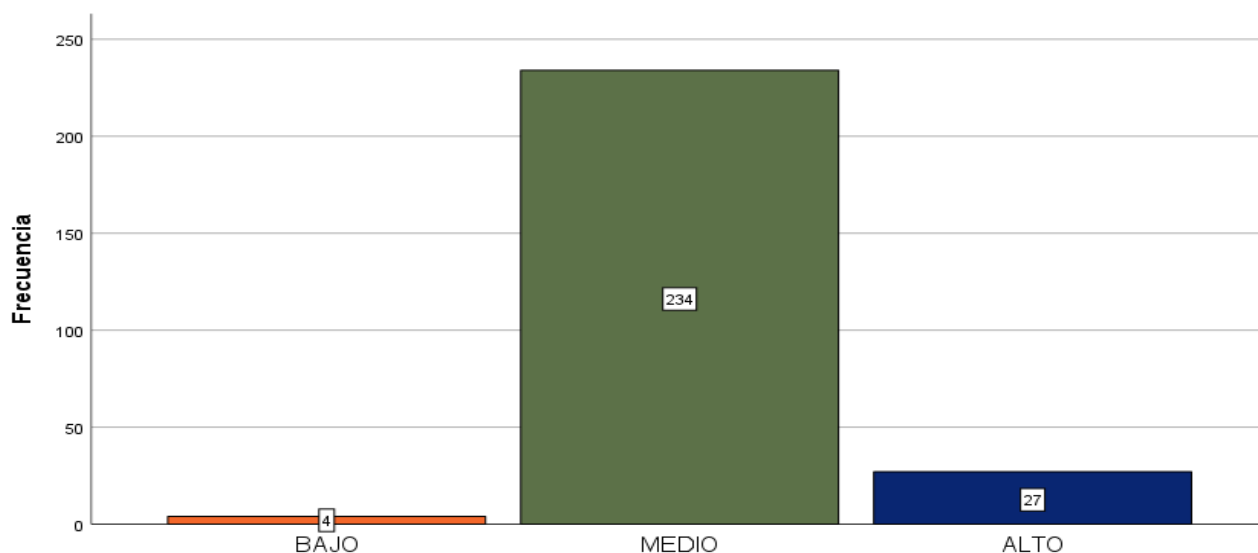
*Análisis descriptivo de la variable identidad cultural*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Bajo  | 4          | 1.5        | 1.5                  | 1.5                     |
|        | Medio | 234        | 88.3       | 88.3                 | 89.8                    |
|        | Alto  | 27         | 10.2       | 10.2                 | 100.0                   |
|        | Total | 265        | 100.0      | 100.0                |                         |

Nota: datos obtenidos de la aplicación del instrumento.

### gráfico 1

*Gráfico del análisis descriptivo de la identidad cultural*



Nota: los datos corresponden al gráfico 1

La Tabla 3 y la grafico 1 señala que en la variable Identidad cultural el 88,3 % (n=234) presentan un nivel medio, mientras el 10,2 % (n=27), un nivel alto y el 1.5% (n=4) presenta un nivel bajo.

### 5.1.2 Análisis descriptivo de la dimensión sentido de pertenencia

**Tabla 3**

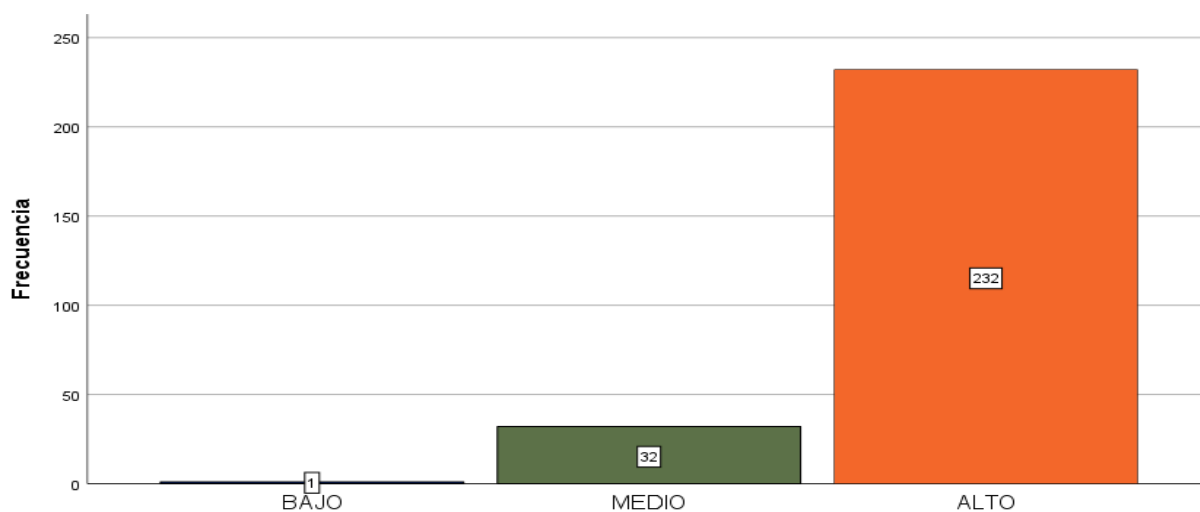
*Análisis descriptivo de la dimensión sentido de pertenencia*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 1          | .4         | .4                | .4                   |
|        | Medio | 32         | 12.1       | 12.1              | 12.5                 |
|        | Alto  | 232        | 87.5       | 87.5              | 100.0                |
|        | Total | 265        | 100.0      | 100.0             |                      |

Nota: datos obtenidos de la aplicación del instrumento.

**gráfico 2**

*Gráfico del análisis descriptivo de la dimensión sentido de pertenencia*



Nota: los datos corresponden a la figura 2

La Tabla 4 y la Figura 2 señala que en la dimensión sentido de pertenencia el 87.5% (n=232) presentan un nivel alto, mientras el 12.1% (n=32) presenta un nivel medio y el 0,4% (n=1) presenta un nivel bajo.

### 5.1.3 Análisis descriptivo de la dimensión costumbres y tradiciones

**Tabla 4**

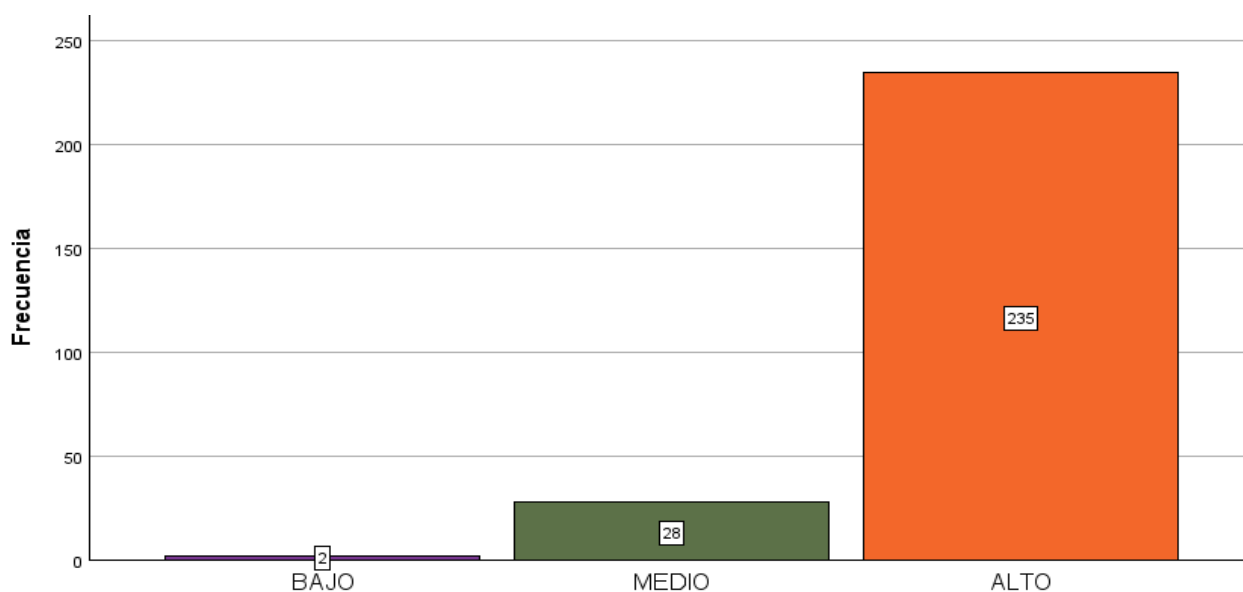
*Análisis descriptivo de la dimensión costumbres y tradiciones*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 2          | .8         | .8                | .8                   |
|        | Medio | 28         | 10.6       | 10.6              | 11.3                 |
|        | Alto  | 235        | 88.7       | 88.7              | 100.0                |
|        | Total | 265        | 100.0      | 100.0             |                      |

Nota: datos obtenidos de la aplicación del instrumento.

**gráfico 3**

*Gráfico del análisis descriptivo de la dimensión costumbres y tradiciones*



Nota: los datos corresponden a la figura 3

La Tabla 5 y la Figura 3 señala que en la dimensión sentido de pertenencia el 88.7% (n=235) presentan un nivel alto. mientras el 10.6% (n=28) presenta un nivel medio y el 0,8 % (n=2) presenta un nivel bajo.

#### 5.1.4 Análisis descriptivo de la dimensión identidad social

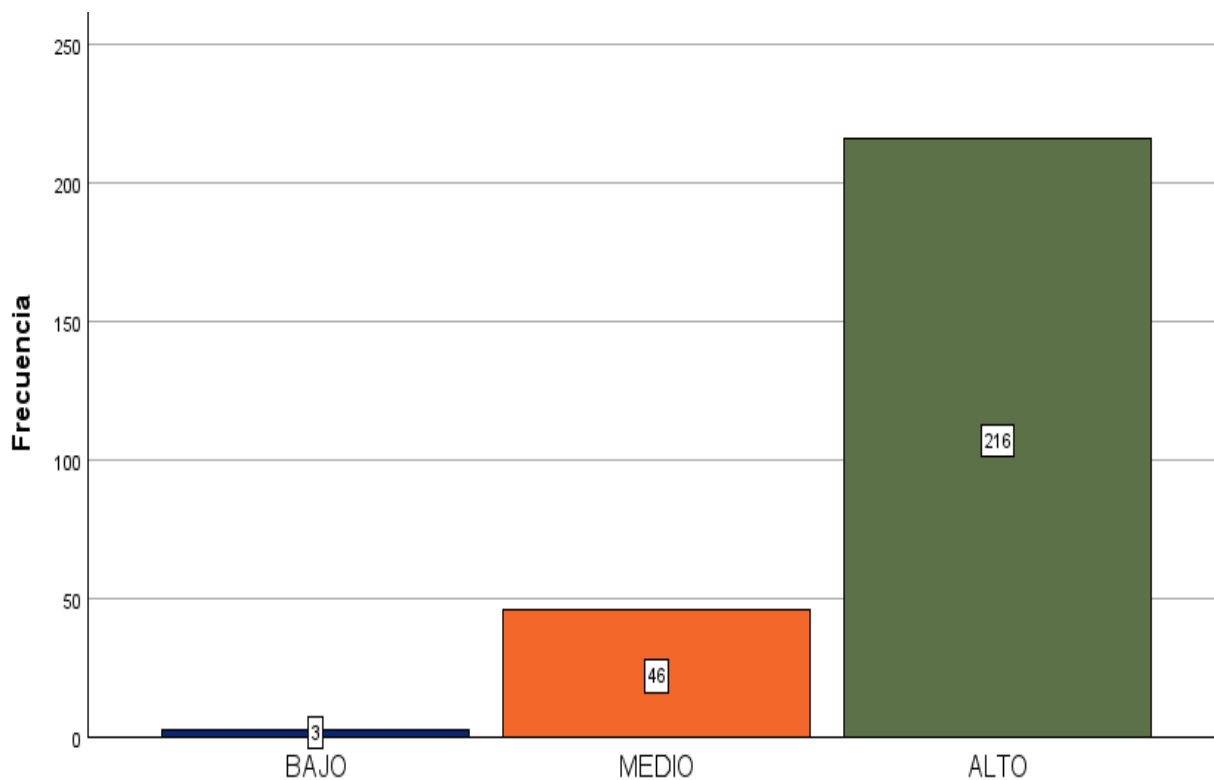
**Tabla 5**

*Análisis descriptivo de la dimensión identidad social.*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 3          | 1.1        | 1.1               | 1.1                  |
|        | Medio | 46         | 17.4       | 17.4              | 18.5                 |
|        | Alto  | 216        | 81.5       | 81.5              | 100.0                |
|        | Total | 265        | 100.0      | 100.0             |                      |

**gráfico 4**

Gráfico del análisis descriptivo de la dimensión identidad social



Nota: los datos corresponden a la figura 4

La Tabla 6 y la Figura 4 señala que en la dimensión sentido de pertenencia el 81.5% (n=216) presentan un nivel alto. mientras el 17.4% (n=46) presenta un nivel medio y el 1,1 % (n=3) presenta un nivel bajo.

### 5.1.5 Análisis descriptivo de la variable conciencia turística

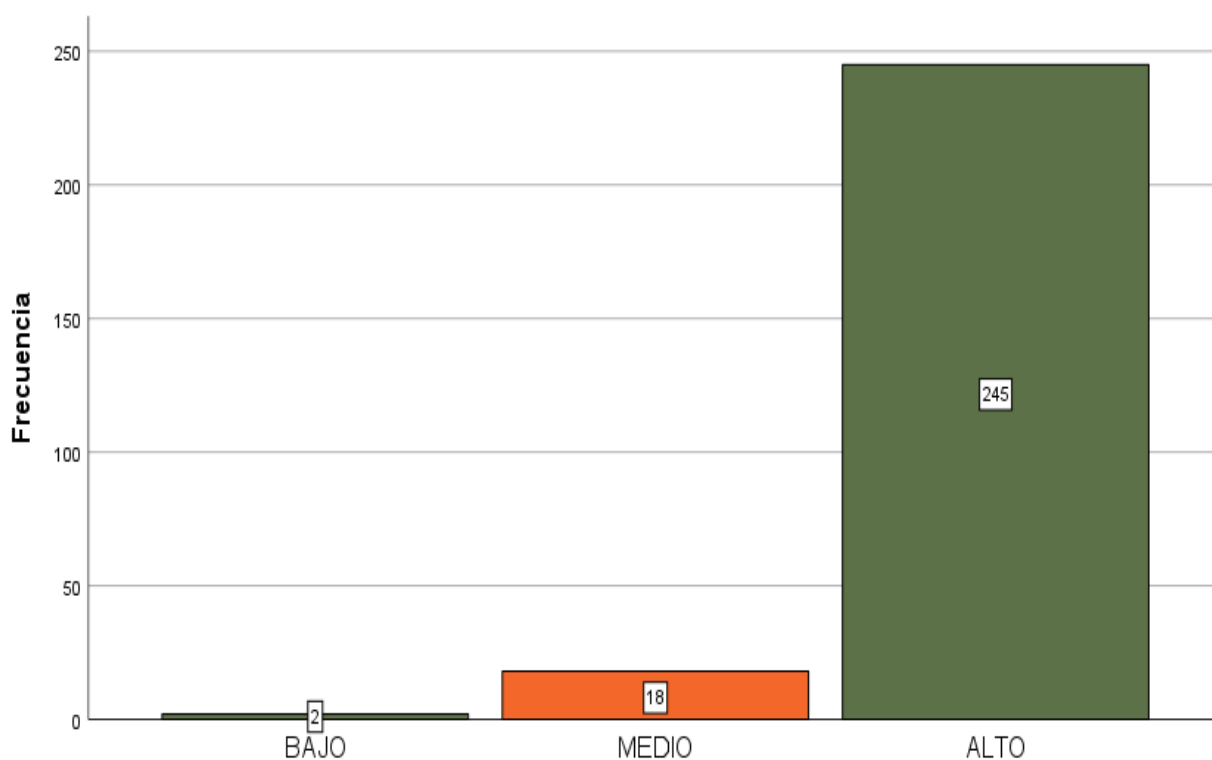
**Tabla 6**

*Análisis descriptivo de la variable conciencia turística*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Bajo  | 2          | .8         | .8                   | .8                      |
|        | Medio | 18         | 6.8        | 6.8                  | 7.5                     |
|        | Alto  | 245        | 92.5       | 92.5                 | 100.0                   |
|        | Total | 265        | 100.0      | 100.0                |                         |

**gráfico 5**

*Gráfico del análisis descriptivo de la variable conciencia turística*



Nota: los datos corresponden a la figura 5

La Tabla 7 y la Figura 5 señala que en la variable conciencia turística el 92,5 % (n=245) presentan un nivel alto y el 6,8 % (n=18), un nivel medio y el 0.8 % (n=2) presenta un nivel bajo.

#### 5.1.6 Análisis descriptivo de la dimensión conocimiento turístico

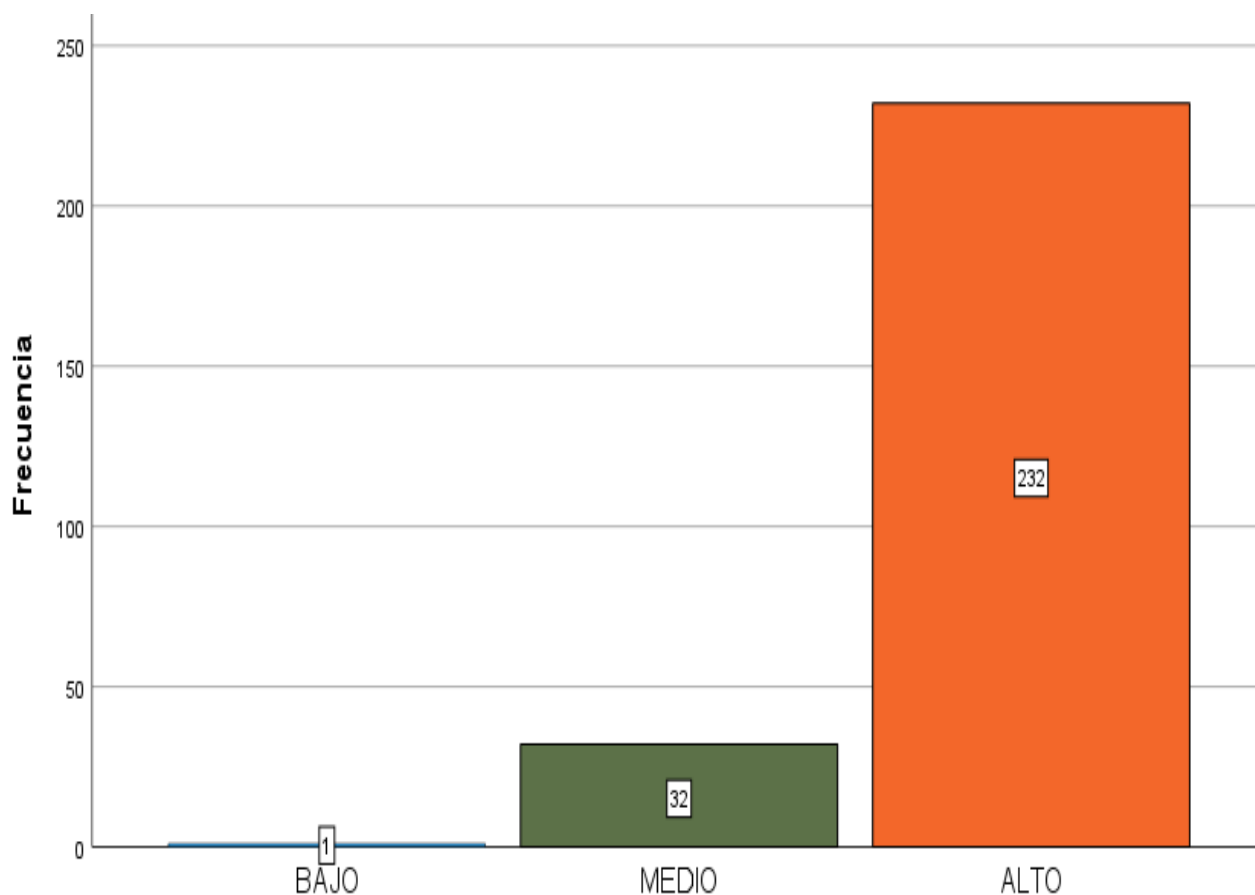
**Tabla 7**

*Análisis descriptivo de la dimensión conocimiento turístico*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 1          | .4         | .4                | .4                   |
|        | Medio | 32         | 12.1       | 12.1              | 12.5                 |
|        | Alto  | 232        | 87.5       | 87.5              | 100.0                |
|        | Total | 265        | 100.0      | 100.0             |                      |

**gráfico 6**

*Gráfico del análisis descriptivo de la dimensión conocimiento turísticos*



Nota: los datos corresponden a la figura 6

La Tabla 8 y la Figura 6 señala que en la variable conciencia turística el 87,5 % (n=232) presentan un nivel alto y el 12,1 % (n=32), un nivel medio y el 0,4% (n=1) presenta un nivel bajo.

#### 5.1.7 Análisis descriptivo de la dimensión actitud turística

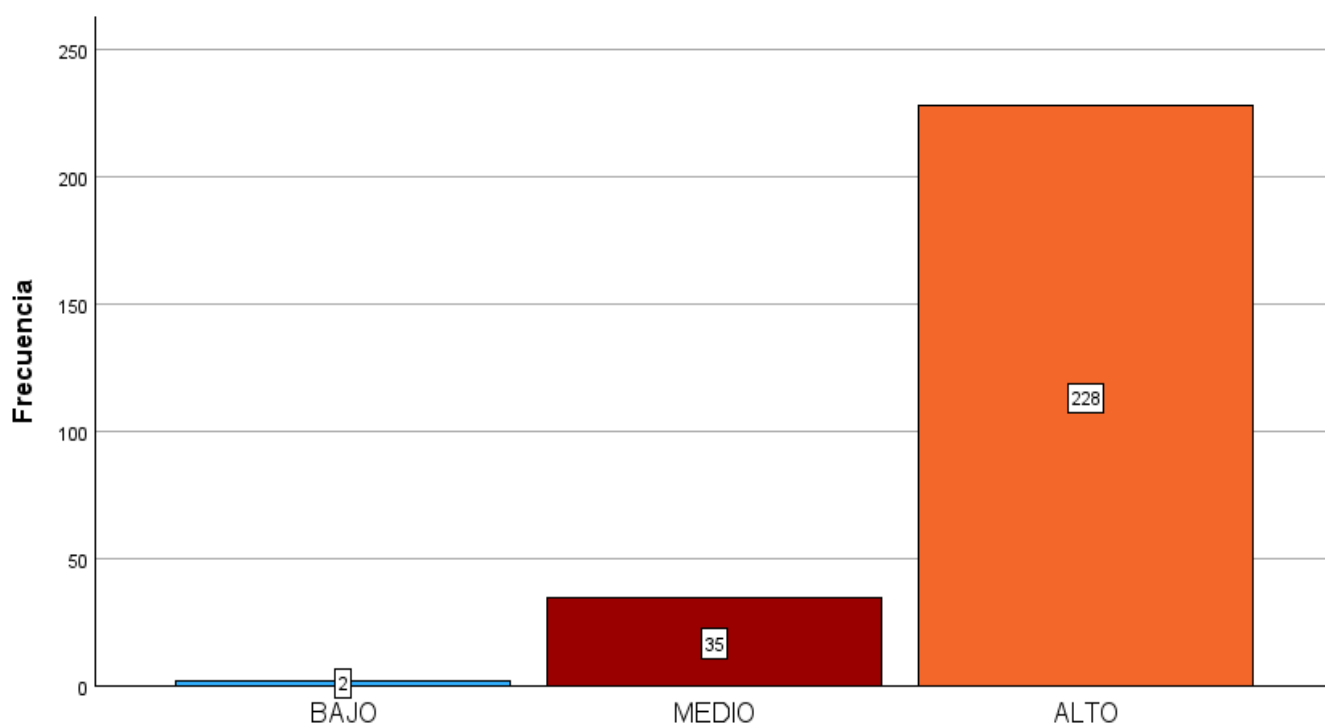
**Tabla 8**

*Análisis descriptivo de la dimensión actividad turística*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 2          | .8         | .8                | .8                   |
|        | Medio | 35         | 13.2       | 13.2              | 14.0                 |
|        | Alto  | 228        | 86.0       | 86.0              | 100.0                |
|        | Total | 265        | 100.0      | 100.0             |                      |

**gráfico 7**

*Gráfico del analisis descriptivo de la dimesion actividad turistica*



Nota: los datos corresponden a la figura 7

La Tabla 9 y la Figura 7 señala que en la variable actitud turística el 86,0 % (n=228) presentan un nivel alto y el 13,2 % (n=35), un nivel medio y el 0.8% (n=2) presenta un nivel bajo.

### 5.1.8 Análisis descriptivo de la dimensión preservación

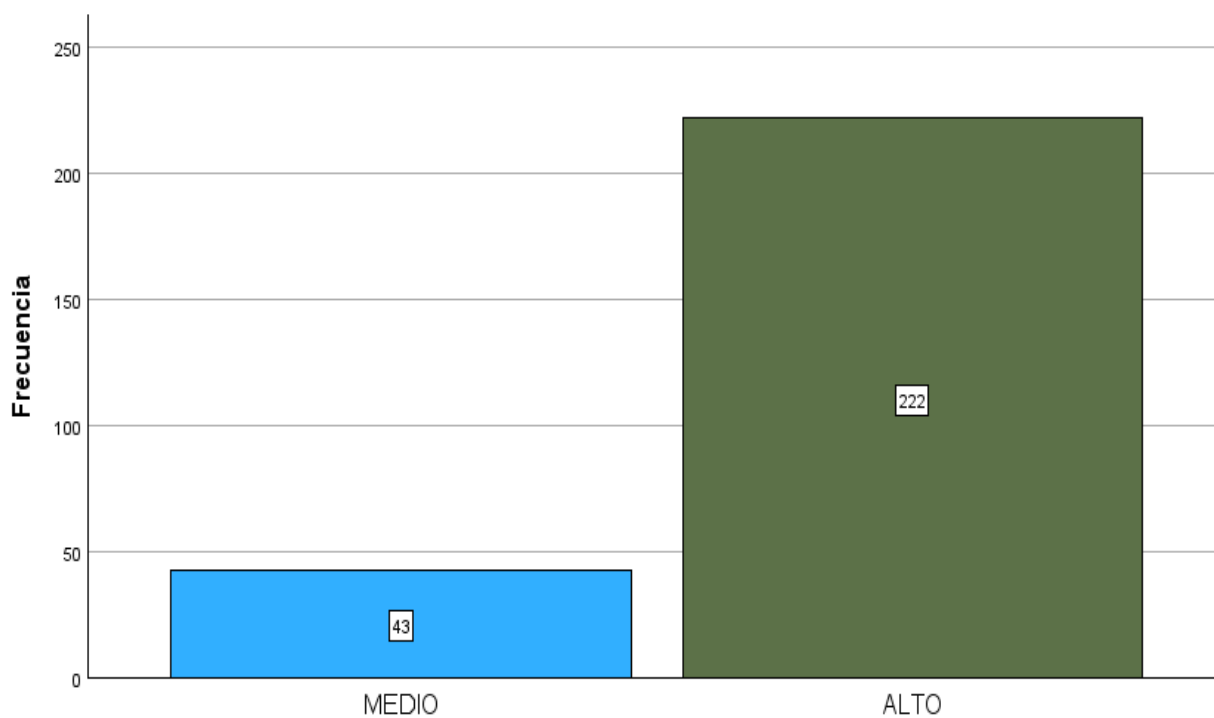
**Tabla 9**

*Análisis descriptivo de la dimensión preservación*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Medio | 43         | 16.2       | 16.2              | 16.2                 |
|        | Alto  | 222        | 83.8       | 83.8              | 100.0                |
|        | Total | 265        | 100.0      | 100.0             |                      |

**gráfico 8**

*gráfico del análisis descriptivo de la dimensión preservación*



Nota: los datos corresponden a la figura 8

La Tabla 10 y la Figura 8 señala que de la dimensión preservación el 83,8 % (n=222) presentan un nivel alto y el 16,2 % (n=43), un nivel medio.

## 5.2 Resultados inferencias

### 5.2.1 Prueba de normalidad

**Tabla 10**

*Análisis de la prueba de normalidad de las variables y dimensiones*

|                          | Kolmogórov-Smirnov |     |       |
|--------------------------|--------------------|-----|-------|
|                          | Estadístic         | o   | gol   |
|                          |                    |     | Sig.  |
| Identidad cultural       | .149               | 265 | <.001 |
| Sentido de pertenencia   | .104               | 265 | <.001 |
| Costumbres y tradiciones | .142               | 265 | <.001 |
| Identidad social         | .126               | 265 | <.001 |
| Conciencia turística     | .150               | 265 | <.001 |
| Conocimiento turístico   | .100               | 265 | <.001 |
| Actitud turística        | .112               | 265 | <.001 |
| Preservación             | .117               | 265 | <.001 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: en el gráfico se muestra la dimensiones y variables correspondientes

DECISION:

En la Tabla 9, se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov debido a que la aplicación del cuestionario involucró a más de 50 personas. Además, el valor calculado de la significancia del estadístico de prueba de normalidad es menor a 0.05 en las variables y dimensiones, lo que sugiere que los datos no siguen una distribución normal. Por ende, para la prueba de hipótesis, se empleará una prueba no paramétrica conocida como el coeficiente de correlación de Spearman.

### 5.2.2 Prueba de hipótesis

#### Prueba de hipótesis general

En la Formulación de la Hipótesis general

HI: Existe una relación significativa entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

H0: No existe una relación significativa entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

Criterios de decisión

- Si, Valor  $p < 0,05$  Se acepta  $H_1$
- Si, Valor  $p > 0,05$  Se acepta  $H_0$

**Tabla 11**

*Correlación de la variable identidad cultura y la variable conciencia turística*

|                 |                      |                            | Identidad cultural | Conciencia turística |
|-----------------|----------------------|----------------------------|--------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Identidad cultural   | Coeficiente de correlación | 1.000              | .395**               |
|                 |                      | Sig. (bilateral)           | .                  | <.001                |
|                 |                      | N                          | 265                | 265                  |
|                 | Conciencia turística | Coeficiente de correlación | .395**             | 1.000                |
|                 |                      | Sig. (bilateral)           | <.001              | .                    |
|                 |                      | N                          | 265                | 265                  |

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

Nota: se muestra la relación entre mis dos variables de investigación

Interpretación

De acuerdo a la tabla 12, se muestra que el valor de Rho Spearman es 0.395 evidenciándose una correlación positivamente baja, además con un p valor de 0,001, que estadísticamente significativo, por lo tanto, se acepta la hipótesis  $H_1$

### **Prueba de hipótesis específico 1**

En la Formulación de la hipótesis específico 1

$H_1$ : Existe una relación significativa entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

$H_0$ : No existe una relación significativa entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

Criterios de decisión

- Si, Valor  $p < 0,05$  Se acepta  $H_1$
- Si, Valor  $p > 0,05$  Se acepta  $H_0$

**Tabla 12**

*Correlación de la dimensión sentido de pertenencia y la variable conciencia turística*

### **Correlaciones**

|                 |                           |                                | SENTIDO DE<br>PERTENENCIA | CONCIENCIA<br>TURISTICA |
|-----------------|---------------------------|--------------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Rho de Spearman | Sentido de<br>pertenencia | Coefficiente de<br>correlación | 1.000                     | .340**                  |
|                 |                           | Sig. (bilateral)               | .                         | <.001                   |
|                 |                           | N                              | 265                       | 265                     |
|                 | Conciencia turística      | Coefficiente de<br>correlación | .340**                    | 1.000                   |
|                 |                           | Sig. (bilateral)               | <.001                     | .                       |
|                 |                           | N                              | 265                       | 265                     |

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

Nota: se muestra la relación de mi dimensión 1 con la mi variable 2

De acuerdo a la tabla 13, se muestra que el valor de Rho Spearman es 0.340 evidenciándose una correlación positivamente moderada, además con un p valor de 0,001, que estadísticamente significativo, por lo tanto, se acepta la hipótesis HI

### **Prueba de hipótesis específico 2**

En la Formulación de la hipótesis específico 2

H1: Existe una relación significativa entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

H0: No existe una relación significativa entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

Criterios de decisión

- Si, Valor  $p < 0,05$  Se acepta Hi
- Si, Valor  $p > 0,05$  Se acepta H0

Tabla 13

*Correlación de la dimensión costumbres y tradiciones y la variable conciencia turística.*

| <b>Correlaciones</b> |                          |                            |                          |                      |
|----------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|----------------------|
|                      |                          |                            | Costumbres y tradiciones | Conciencia turística |
| Rho de Spearman      | Costumbres y tradiciones | Coeficiente de correlación | 1.000                    | .342**               |
|                      |                          | Sig. (bilateral)           | .                        | <.001                |
|                      |                          | N                          | 265                      | 265                  |
|                      | Conciencia turística     | Coeficiente de correlación | .342**                   | 1.000                |
|                      |                          | Sig. (bilateral)           | <.001                    | .                    |
|                      |                          | N                          | 265                      | 265                  |

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

Nota: se muestra la relación de mi dimensión 2 con la mi variable 2

Según a la tabla 14, se muestra que el valor de Rho Spearman es 0.342 evidenciándose una correlación positivamente moderada, además con un p valor de 0,001, que estadísticamente significativo, por lo tanto, se acepta la hipótesis HI

### **Prueba de hipótesis específico 3**

En la Formulación de la hipótesis específico 3

H1: Existe una relación significativa entre identidad social y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

H0: No existe una relación significativa entre identidad social y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

Criterios de decisión

- Si, Valor  $p < 0,05$  Se acepta Hi
- Si, Valor  $p > 0,05$  Se acepta H0

**Tabla 14**

*Correlación de la dimensión identidad social y la variable conciencia turística*

|                 |                      |                            | Identidad social | Conciencia turística |
|-----------------|----------------------|----------------------------|------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Identidad social     | Coeficiente de correlación | 1.000            | .177**               |
|                 |                      | Sig. (bilateral)           | .                | .004                 |
|                 |                      | N                          | 265              | 265                  |
|                 | Conciencia turística | Coeficiente de correlación | .177**           | 1.000                |
|                 |                      | Sig. (bilateral)           | .004             | .                    |
|                 |                      | N                          | 265              | 265                  |

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

Nota: se muestra la relación de mi dimensión 3 con la mi variable 2

De acuerdo a la tabla 15, se muestra que el valor de Rho Spearman es 0.177 evidenciándose una correlación positivamente muy baja, además con un p valor de 0,004, que estadísticamente significativo, por lo que se acepta la hipótesis H1.

## **CAPITULO VI. DISCUSION DE RESULTADOS**

Primera.

De acuerdo con el objetivo general de determinar la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima-2023, la prueba de correlación de Spearman muestra una significancia de 0.001. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un coeficiente de correlación de 0.395. En conclusión, existe una relación significativa entre las variables identidad cultural y conciencia turística en el distrito de San Vicente de Cañete, Lima-2023. A mayor identidad cultural en la población, será más importante para el crecimiento de la conciencia turística en el distrito.

Estos datos coinciden con los hallazgos de Andía (2022) en su estudio sobre "Identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del Jirón José Olaya, provincia de Huaraz, 2021", donde se encontró una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en ese contexto. Además, estos resultados también se relacionan con la investigación de Ramos (2021) sobre "Identidad cultural y conciencia turística en Lima Metropolitana, 2021", concluyendo que cambios en la identidad cultural están positivamente asociados con cambios en la conciencia turística."

Segunda:

De acuerdo con el objetivo específico 1 planteado, Determinar la relación entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023. Que, según la prueba de correlación de Spearman la significancia es 0.001; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un coeficiente de correlación de 0.340, llegando a la conclusión, que existe una relación significativa entre las dimensión sentido de pertenencia y la variable conciencia turística en el distrito de San Vicente de Cañete, Lima-2023, Es decir , es importante que aumente el sentido de la pertenencia para aumentará la conciencia turística en el distrito de San Vicente de Cañete.

Estos datos obtenidos se relacionan con los hallazgos de Velázquez y Zúñiga (2023) realizo el estudio: "Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito de Barranca, 2021", Se llegó a la conclusión, que los pobladores del distrito muestran un sentido de pertenencia con su lugar de origen, aceptan y valoran los rasgos culturales de su comunidad, y tienen una identidad social fuerte y arraigada, pero difiere con lo encontrado por los autores Bella (2021) Conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los

pobladores del distrito Manuel Antonio Mesones Muro – Ferreñafe”, llego a concluir que identificaron algunas deficiencias en la identidad cultural de los pobladores del distrito de Barranca, como la falta de conocimientos, valores y temas relacionados con el turismo. Estas carencias podrían abordarse de manera preventiva para asegurar un desarrollo más sólido y enriquecedor de la identidad cultural.

Tercera:

De acuerdo con el objetivo específico de determinar la relación entre costumbres y tradiciones y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima-2023, la prueba de correlación de Spearman arrojó una significancia de 0.001. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un coeficiente de correlación de 0.342. En conclusión, existe una relación significativa entre la dimensión de costumbres y tradiciones y la variable de conciencia turística en el distrito de San Vicente de Cañete, Lima-2023. Es decir, la conservación de costumbres y tradiciones es importante para aumentar la conciencia turística en el distrito.

Estos datos se relacionan con la investigación de Ledezma et al. (2021) que concluyó que la identidad cultural se relaciona con la cultura, idiosincrasia y la reproducción de la ideología a través de los medios de comunicación en América Latina. Sin embargo, no se relacionan con los hallazgos de Rosillo (2022) en su estudio sobre un programa de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en estudiantes, donde se descubrieron deficiencias en la preservación de la identidad cultural, evidenciadas por la carencia de conocimientos, valores y aspectos turísticos que podrían abordarse proactivamente para asegurar una conciencia turística efectiva y sostenible

Cuarto:

Según el objetivo específico de determinar la relación entre la identidad social y la conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima-2023, la prueba de correlación de Spearman arrojó una significancia de 0.04. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un coeficiente de correlación de 0.177. En conclusión, existe una relación significativa entre la identidad social y la conciencia turística en el distrito de San Vicente de Cañete, Lima-2023. A mayor identidad social en la población, se observa una mayor importancia en el aumento de la conciencia turística.

Estos datos se relacionan con la investigación de Angulo (2022), quien realizó un estudio titulado "Fortalecimiento de las identidades culturales en la Unidad Educativa del Milenio Profesora Consuelo Benavides desde los fondos de conocimientos e identidad". La investigación concluyó que se necesitan desarrollar enfoques pedagógicos que busquen

revitalizar la identidad cultural en colaboración con la comunidad educativa, reconociendo su valor como una herencia ancestral. Esto permitirá fomentar el respeto hacia la diversidad cultural y promover una apreciación más profunda de las distintas identidades culturales presentes.

Estos hallazgos también se relacionan con el estudio de Mancinas et al. (2022) titulado "Jóvenes y herramientas tecnológicas para preservar identidades culturales minoritarias". La investigación llegó a la conclusión de que las herramientas tecnológicas se utilizan como una herramienta para promover y preservar la cultura menonita tanto dentro como fuera de su entorno, conservando el discurso característico de la comunidad menonita.

## **CAPITULO VII CONCLUSIONES**

En esta tesis de acuerdo al objetivo general, que existe una relación positiva entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima-2023, se llegó a concluir que el valor de Rho Spearman es 0.395, evidenciando una correlación positivamente baja, además, con un p-valor de 0.001, lo cual es estadísticamente significativo. Por lo tanto, se acepta la hipótesis HI. Es importante destacar que, aunque se observa que a mayor identidad cultural se incrementa la conciencia turística en los pobladores, aún existe desconocimiento en la población sobre la importancia del turismo en el distrito. Por este motivo, se propone tomar medidas para la capacitación de la población en el trato al turista y se sugiere la creación de un plan de concientización turística en la población de San Vicente de Cañete.

Se concluye que existe una relación significativa entre el sentido de pertenencia y la conciencia turística en el distrito de San Vicente-Lima 2023. El valor de Rho Spearman es 0.340, lo que indica una correlación positivamente moderada, además, con un p-valor de 0.001. Se puede concluir que el sentido de pertenencia es crucial para que los pobladores puedan valorar y cuidar los sitios turísticos del distrito, alcanzando así una buena conciencia turística. Sin embargo, es fundamental tener en cuenta que este sentido de pertenencia se desarrolla en la niñez, por lo que se debe inculcar desde edades tempranas.

Se concluye que existe una relación significativa entre las costumbres y tradiciones y la conciencia turística en el distrito de San Vicente-Lima 2023. El valor de Rho Spearman es 0.342, indicando una correlación positivamente moderada, además, con un p-valor de 0.001. Se puede concluir que la preservación de las costumbres y tradiciones es crucial para crear una conciencia turística en los pobladores. No obstante, el distrito de San Vicente de Cañete cuenta con muy pocas actividades para preservar y cuidar las costumbres y tradiciones, por lo que se deben tomar medidas por parte del gobierno.

Se concluye que existe una relación significativa entre la identidad social y la conciencia turística en el distrito de San Vicente-Lima 2023. El valor de Rho Spearman es 0.177, indicando una correlación positivamente muy baja, además, con un p-valor de 0.004. Se puede concluir que la identidad social en la población es importante para que se sientan parte del distrito y de la sociedad que les rodea, beneficiando así la conciencia turística de los pobladores. Es por ello que se debe trabajar en actividades para que la población conozca su distrito y su historia, siendo fundamental para promover el turismo en el distrito.

## **CAPITULO VIII RECOMENDACIONES.**

- Se recomienda a la municipalidad implementar programas de capacitación para la población en el trato al turista, destacando la importancia del turismo. Asimismo, se sugiere desarrollar un plan de concientización turística que incluya campañas educativas, talleres y actividades participativas para incentivar la identidad cultural y dar a conocer los beneficios del turismo.
- Se recomienda a los centros educativos inculcar el sentido de pertenencia desde edades tempranas, centrándose en la importancia de cuidar y valorar los sitios arqueológicos. Asimismo, con el apoyo de la municipalidad de la provincia, se sugiere incentivar a las escuelas para que visiten los principales sitios turísticos de la localidad.
- Ante la grave crisis en la preservación de las costumbres y tradiciones, se recomienda a los colegios y a la municipalidad implementar actividades que promuevan las costumbres del distrito, tales como ferias y concursos de danzas, entre otros. Asimismo, se sugiere a los padres de familia que enseñen estas costumbres y tradiciones en casa.
- Organizar eventos y actividades que fomenten el conocimiento histórico y la conexión con su distrito, estableciendo iniciativas de identidad social, como la creación de museos locales, rutas turísticas y proyectos comunitarios.

## XI. REFERENCIAS

- ABC. (2023, mayo 25). *La integración sociocultural*. <https://www.abc.com.py/articulos/la-integracion-sociocultural-983784.html>
- ABC (2024 agosto 24). *Los grupos sociales: ¿qué son y cómo funcionan?* <https://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/los-grupos-sociales-910341.html>
- Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Acerenza, M. (2001) *Administración del Turismo*. (Vol. 1). Editorial Trillas. [https://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos\\_extras/Maestria\\_en\\_Gestion\\_Tur\\_del\\_Patrim/Aceranza\\_Administracion\\_del\\_turismo.pdf](https://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/Maestria_en_Gestion_Tur_del_Patrim/Aceranza_Administracion_del_turismo.pdf)
- Aguiló, E., Barros, V., García, a., & Rosselló, J. (2007). *Actitud de los residentes frente al turismo. Análisis para las Islas Baleares*. Palma de Mallorca: Bancaja. [https://indaga.ual.es/discovery/fulldisplay?context=L&vid=34CBUA\\_UAL:VU1&search\\_scope=MyInstitution&tab=LibraryCatalog&docid=alma991000893979704991](https://indaga.ual.es/discovery/fulldisplay?context=L&vid=34CBUA_UAL:VU1&search_scope=MyInstitution&tab=LibraryCatalog&docid=alma991000893979704991)
- Andía, B. (2022). *Identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del jirón Jose Olaya, provincia de Huaraz, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Santiago Antúnez Mayolo]. Reposito UNASAM [http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/5261/T033\\_44893095\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/5261/T033_44893095_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arístides, A. (2022). Crisis y desafíos en la preservación de la identidad cultural de los pueblos originarios y afrodescendientes de Centroamérica. *Revista de Fomento Social*, 77(1), 87-107. [https://repositorio.uloyola.es/bitstream/handle/20.500.12412/3601/igij%c3%b3n%2c%20Articulo\\_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uloyola.es/bitstream/handle/20.500.12412/3601/igij%c3%b3n%2c%20Articulo_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Ayuso, M. (2018). *La sostenibilidad en el sector turístico: definiciones, modelos y casos paradigmáticos*. [Tesis para pregrado, Universidad Jaume L] Repositorio UJI. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/186180>
- Baptista, I. (2002). Lugares de Hospitalidade. *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*, 157-177. <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/13499>
- Basalla, G. (1989). *The Evolution of Technology*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107049864>
- Bella, C. (2022). *Conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los pobladores del distrito Manuel Antonio Mesones Muro – Ferreñafe* [Tesis para pregrado, Universidad Señor De Sipán] Repositorio USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10043/Cordova%20Tafur%20Bella%20Milagros.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Benjamín, W. (1968). *Illuminations: Essays and Reflections*. Schocken Books. <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/08/Illuminations-Essays-and-Reflections-Walter-Benjamin-edit-by-Hannah-Arendt-Harry-Zohn.pdf>
- Borboa, M. (2006). La interculturalidad: aspecto indispensable para unas adecuadas relaciones entre distintas culturas. el caso entre “yoris” y “yoremes” del centro ceremonial de San Jerónimo de mochicahui, El Fuerte, Sinaloa, México. *Ra Ximhai*, 2(1), 45-71. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46120104.pdf>
- Bravo, T., & Valenzuela, S. (2019). *Desarrollo de instrumentos de evaluación: cuestionarios*. Centro de Medición. <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A355.pdf>
- Bronfenbrenner., U. (1979). *The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design*. Harvard University Press. [https://khoerulanwarbk.files.wordpress.com/2015/08/urie\\_bronfenbrenner\\_the\\_ecology\\_of\\_human\\_developbokos-z1.pdf](https://khoerulanwarbk.files.wordpress.com/2015/08/urie_bronfenbrenner_the_ecology_of_human_developbokos-z1.pdf)
- Camargo, L. (2004). *Hospitalidade*. Aleph.
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Aten Primaria*, 31(8), 527-538. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656703707288>
- Chavez, N. (2001). *Introducción a la investigación educativa*. Ars Gráficas S.A.

- Cuesta, M., & Herrero, J. (2009). *Introducción al muestreo*. Karmar.  
<http://www.editorialkamar.com/et/archivo04.pdf>
- Chero, G., & Ramírez, S. (2021). *Los recursos turísticos del Valle de Nepeña y su puesta en valor para la regeneración del turismo sostenible* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, repositorio [ UCV].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103531/Chero\\_LGY-Ram%c3%adrez\\_CSL-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103531/Chero_LGY-Ram%c3%adrez_CSL-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Chuquizala, T., & Jaramillo, B. (2017). Plan de promoción turística para el cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas. *Siembra*, 4(1), 121-130.  
<https://doi.org/10.29166/siembra.v4i1.506>
- De hora, H., Monteiro, G., & Arica, J. (2010). *Confiabilidade em Questionários para Qualidade: Um estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach*. Produto & Produção.  
<https://doi.org/10.22456/1983-8026.9321>
- Díaz, A. (2012). La formación cultural: una propuesta sobre cómo asumirla y estudiarla. *Íkala, Revista de Lenguaje y Cultura*, 13(3), 223-229.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-34322012000300001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-34322012000300001)
- Díaz, R., & Gutierrez, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *Vista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 8(4), 431–444.  
<https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/2333>
- Duran, H. (2011). *Derecho de consulta, derechos colectivos y culturales-una aproximación conceptual* (1st ed.). Fondo editorial.
- Earl, J. (2003). *Building Conservation Philosophy*. Dorset: Donhead.  
<https://books.google.co.uk/books?id=jkseCwAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Feanda, I. (2009). El respeto. *temas para educación*, 1(5), 60-65.  
<https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd6306.pdf>
- Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.). Mcgraw Hi.  
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Fernández, S. (2010). La Historia como ciencia. *La razon historica*, (12), 24-39.  
<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/30689/1/Sergio%20Fern%C3%A1ndez%20Riquelme.%20La%20Historia%20como%20ciencia.%20La%20Raz%C3%B3n%20hist%C3%B3rica%20n%C2%BA12%2C%202010.pdf>

- Fuster, F. (2020). Introducción a la historia. *Historiografías*, 1 (21), 170-172.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7992267>
- Fitch, J. (1990). *Historic Preservation: Curatorial Management of the Built World*.  
 University of Virginia Press. <https://archive.org/details/historicpreserva0047fitc>
- Galán, Y. (2011). *Identidad y Diversidad Cultural en el Norte del Perú*. Edición Filca.  
[https://issuu.com/ygalans/docs/libro\\_ys](https://issuu.com/ygalans/docs/libro_ys)
- Gnoth, J. (2002). Everaging export brands through a tourism destination brand. *J Brand Manag. Journal of Brand Management*, 9, 262-280.  
<https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540077>
- Guanipa, L., & Angulo, M. (2020). La identidad social en la educación: hacia una participación ciudadana. *Desde el Sur*, vol.12(1).  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2415-09592020000100155&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2415-09592020000100155&script=sci_arttext)
- Hernández, C., & Pinillos, W. (2019). *Sensibilización turística y turismo sostenible*. Servicio Nacional de Aprendizaje.  
<https://www.ucundinamarca.edu.co/interaccionuniversitaria/media/attachments/2020/10/27/sensibilizacion-turistica.pdf>
- Hernández, R., & Fernandez, C. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>
- Ibarra, J (2023). Identidad y pertenencia: Factores que determinan el presente y el futuro del devenir social, observados desde la complejidad. *593 digital Publisher CEIT | ISSN 2588-0705*, 8(5), 157-170. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.5.1993>
- Igeca. (2023, mayo 20). *La importancia de la conservación y restauración del patrimonio cultural*. Instituto de Gestión Cultural y Artística. <https://igeca.net/blog/490-la-importancia-de-la-conservacion-y-restauracion-del-patrimonio-cultural>
- Instituto distrital de turismo-IDT. (2023, mayo 19). *Infraestructura Turística*. Instituto Distrital de Turismo. <https://www.idt.gov.co/es/infraestructura-turistica>
- Jafari, J. (1987). Tourism models: the sociocultural aspects. *Tourism Management*, 8(2), 151-159. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517787900239>

- Jonathan, A. (2022). *Fortalecimiento de las identidades culturales en la Unidad Educativa del Milenio profesora Consuelo Benavides desde los fondos de conocimientos e identidad*. [Tesis para pregrado, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador] Repositorio institucional PUECESE.  
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/3221/1/Angulo%20Bola%20B1os%20Jonathan%20David.pdf>
- Kiker, G., Bridges, T., Varghese, A., Seager, T., & Linkov, I. (2009). Application of multicriteria decision analysis in environmental decision making. *Integrated Environmental Assessment and Management*, 1(2), 95-108.  
[https://setac.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1897/IEAM\\_2004a-015.1](https://setac.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1897/IEAM_2004a-015.1)
- Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture*. Meridian Books.  
[https://iiif.lib.harvard.edu/manifests/view/drs:427692955\\$8i](https://iiif.lib.harvard.edu/manifests/view/drs:427692955$8i)
- Kronjly, F. (2011). Consideraciones generales sobre el entorno cultural. *Cuadernos De Administración*, 14(21), 23-42. <https://doi.org/10.25100/cdea.v14i21.103>
- Ledezma, V., Mancinas, R., & Diaz, E. (2022). La comunicación alternativa como elemento determinante en la conservación de la identidad cultural en América Latina. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 14(9), 69-84.  
<https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/21260/4683-12800-1-PB%20%281%29.pdf?sequence=2>
- Leonard, L., & Jenkins, C. (2000). *Una introducción al turismo*. Síntesis.
- Lew, A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553-575.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738387900715>
- Lindberg, K., & Johnson, R. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(2), 402-424.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738397800096>
- Lowenthal, D. (1985). *The Past is a Foreign Country*. Cambridge University Press.  
[https://herconhk.files.wordpress.com/2016/09/reading01\\_lowenthal-2015-the-past-is-a-foreign-country.pdf](https://herconhk.files.wordpress.com/2016/09/reading01_lowenthal-2015-the-past-is-a-foreign-country.pdf)
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CIENCIAMÉRICA*, 3(1), 47-50.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

- Madrazo, M. (2005). Algunas consideraciones en torno al significado de la tradición Contribuciones desde Coatepec. *Contribuciones desde Coatepec*, (9), 115-132.  
<https://www.redalyc.org/pdf/281/28150907.pdf>
- Lopez, R. (2010). *Interpretacion de datos estadisticos*.  
[https://www.ricardonica.com/Interpretacion/Datos\\_Estadisticos\\_Interpretacion\\_Usos.pdf](https://www.ricardonica.com/Interpretacion/Datos_Estadisticos_Interpretacion_Usos.pdf)
- Mancinas, R., Ledezma, V., & Ruiz, N. (2021). Jóvenes y herramientas tecnológicas para preservar identidades culturales minoritarias. *Prisma social*, 3(34), 187-207.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8024373>
- Martínez, J. (2012). Las actitudes de los jóvenes ante el turismo: el caso de las islas canarias. *TURyDES*, 5(12). <https://www.eumed.net/rev/turydes/12/jamg4.html>
- Medina, E. G. (2022). *Estudio de hábitos culturales en los estudiantes de la facultad de ciencias de la educación humanas y tecnologías de la universidad nacional de chimborazo, año 2019*”. [Tesis para pregrado, Universidad Nacional De Chimborazo] Repositorio institucional UNACH.  
<https://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8905/1/UNACH-EC-FCEHT-CS-00009-2022.pdf>
- Melo, D. (2020). PÉRDIDA DE IDENTIDAD CULTURAL: UN RETROCESO PARA LAS COMUNIDADES INDÍGENAS Y, POR ENDE, PARA EL TURISMO. V Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica, 947–956.  
<https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/66-perdida-de-identidad-cultural.pdf>
- Miranda, B., Bertha, G., López, K., Medrano, L., Panta, L., Quispe, R., & Bautista, A. (2022). Conciencia turística y la valoración de las iglesias coloniales en el centro histórico del Rímac, 2020. *ig Bang Faustiniiano*, 10(4).  
<https://revistas.unjfsc.edu.pe/index.php/BIGBANG/article/view/711>
- Misme, M., (2021). El entorno social y el aprendizaje significativo en los estudiantes de secundaria de un colegio de San Juan de Miraflores, 2021 [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/66370>

- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 1(7), 69-84. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Muchotrigo, M. (2006). Identidad y política cultural en el Perú. *Liberabit*, 12(12), 41-48. <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v12n12/a03v12n12>
- Murtagh, W. (1988). *Keeping Time: The History and Theory of Preservation in America*. Wiley.
- Navarro, S, S. (2022). Identidad cultural en el Caribe colombiano. El caso del Carnaval de Barranquilla. *Memorias: Revista Digital de Historia Y Arqueología Desde El Caribe*, 46, 108–136. <https://doi.org/10.14482/memor.46.394.25>
- Organización mundial de turismo. (2023, junio 25). *Desarrollo sostenible*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Free Press. <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/10/The-Social-System-by-Talcott-Parsons.pdf>
- Pearce, D. (1991). *Desarrollo Turístico. Su planificación y ubicación geográfica*. Trillas.
- Pérez Piñón, Francisco Alberto. (2021). La utilidad de la Historia. *Debates por la historia*, 9(1), 7-17. Epub 20 de junio de 2022. <https://doi.org/10.54167/debates-por-la-historia.v9i1.759>
- Pérez-Labrada, S., Díaz-Pompa, F., Serrano-Leyva, B., & Cruz-Aguilera, N. (2021). Análisis de recursos turísticos para el cálculo del índice de atractividad. Caso de estudio Loma de la cruz, Holguín. *AlfaPublicaciones*, 3(3.2), 51–68. <https://doi.org/10.33262/ap.v3i3.2.97>
- Peñaclara. (2023, mayo 5). *Actividades culturales en familia*. Peñaclara. <https://penaclara.es/actividades-culturales-en-familia-por-que-son-importantes/>
- Quinteros, B. (2021). Las actitudes de los residentes hacia el turismo. Caso de estudio: comuna de Cochamó, Chile. *Revista De Turismo E Identidad*, 2(2), 17-38. <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad/article/view/5480>
- Quinteros, J. (2020). *La importancia de la conciencia turística en la comunidad*. [Tesis para pregrado, Universidad San Martin De Torres] Repositorio institucional USMP. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7665/QUINTEROS\\_J.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7665/QUINTEROS_J.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ramirez, L. (2021). *La comunicación interna y el sentido de pertenencia en los colaboradores de un instituto nacional de salud mental de Lima durante el 2021*. [Tesis para pregrado, Universidad San Martin De Porres] Repositorio institucional

USMP.

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9245/RAMIREZ\\_CL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9245/RAMIREZ_CL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ramirez, M. (1994). *Deontología y conciencia turística*. Editorial Ana Mexico.

<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/04/Deontologia-y-conciencia-tur%C3%ADstica-de-Manuel-R.-Blanco.pdf>

Ramos, R., Nieto, W., & Zapata, A. (2021). Preservación de la cultura, clima, identidad e imagen en la empresa ecuatoriana. *Podium*, (40), 75-88.

[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2588-09692021000200075](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692021000200075)

Ramos, S. (2021). *Identidad cultural y conciencia turística en Lima Metropolitana, 2021*. [Tesis para pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional UCV.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86760/Ramos\\_FSC-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86760/Ramos_FSC-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Romero, L., Beatriz, L., & Peña, M. (2008). Encuesta diagnóstica sobre concientización turística. *TURyDES*, 1(3), 1-4. <https://www.eumed.net/rev/turydes/03/rgp.htm>

Rosillo, J. (2020). *Programa de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes del 6° grado de la institución educativa primaria n° 11017 “Nicolas La Torre García” - Chiclayo*. [Tesis para pregrado, Universidad De Lambayeque] Repositorio institucional UDL. <https://docplayer.es/207716312-Universidad-de-lambayeque.html>

Salazar, J., & Rodino, A. M. (2023, mayo 5). *Multiculturalidad e interculturalidad en el ámbito educativo*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos.

[https://www.iidh.ed.cr/IIDH/media/1520/multiculturalidad\\_interculturalidad-2009.pdf](https://www.iidh.ed.cr/IIDH/media/1520/multiculturalidad_interculturalidad-2009.pdf)

Sánchez, L. (2005). La historia como ciencia. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 1(1), 54-82. <https://www.redalyc.org/pdf/1341/134116845005.pdf>

Santander, V. (2013). *Programa de sensibilización turística en la ciudad de la paz*. Instituto de Investigación, Consultoría y Servicios Turísticos.

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6617/IICSTUR%20Cuaderno%2035%20Programa%20de%20sensibilizaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Scott, J., Goble, D., Haines, A., Wiens, J., Neel, M., & McCoy, M. (2012). Conservation-reliant species and the future of conservation. *Conservation Letters*, 5(4), 247-253.

<https://conbio.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1755-263X.2010.00096.x>

- Sharpley, R., & Telfer, D. (2014). *Tourism and development: Concepts and issues* (2nd ed.). Channel View Publications.
- Sola, S. (2017). La importancia de la tradición en los procesos identitarios. *Ars Brevis*, (23), 207-223. <https://raco.cat/index.php/ArsBrevis/article/view/338625>.
- Sosa, C. (2004). *Identidad Cultural y Conciencia Turística Pilares de Desarrollo*. San Marcos.
- Stevens, T., & Lavery, P. (1990). The Delphi method Attendance trends and future developments at Europe's leisure attractions". *Travel and Tourism Analyst*, (2), 52-75. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19901882511>
- Tamayo, M. (2006). *Técnicas de Investigación* (2nd ed.). McGraw Hill.
- Tamayo, M. (2007). *El proceso de la investigación científica* (4th ed.). Limusa. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El\\_proceso\\_de\\_la\\_investigacion\\_cientifica\\_Mario\\_Tamayo.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso_de_la_investigacion_cientifica_Mario_Tamayo.pdf)
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. Limusa.
- Theobald, W. (1998). *Global Tourism* (3rd ed.). Routledge. <https://perpus.univpncasila.ac.id/repository/EBUPT180143.pdf>
- Troncoso, C., & Almiron, A. (2005). Turismo y patrimonio. hacia una relectura de sus relaciones. *Aportes y Transferencias*, 1(9), 56-74. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/296/>
- UNESCO. (2023, mayo 16). *Universal Declaration on Cultural Diversity*. Unesco. <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity>
- Uranga, M., Rentería, D., & González, G. (2016). La práctica del valor del respeto en un grupo de quinto grado de educación primaria. *Ra Ximhai*, 12(6), 187-204. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46148194012>
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze* (2nd ed.). SAGE Publications. [https://www.negrophonic.com/pdfs/Urry-The\\_Tourist\\_Gaze\\_2nd\\_Edition.pdf](https://www.negrophonic.com/pdfs/Urry-The_Tourist_Gaze_2nd_Edition.pdf)
- Varisco, C., Benseny, G., & Padilla, N. (2016). Concientización turística y ambiental. De la teoría a la acción territorial. *Comunicación presentada en V Jornadas de Extensión del Mercosur*, 19-20. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2490/>
- Vega, C., Maguiña, J., Soto, A., Valdivia, J., & López, L. (2021). Estudios transversales. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(1), 179.185. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-05312021000100179#aff1](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-05312021000100179#aff1)

- Velásquez, I., & Zúñiga, C. (2023). *Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito de Barranca, 2021*. [Tesis para pregrado, Universidad Jose Faustino Carrion] Repositorio institucional UNJFSC.  
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/7241/tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vidal, T., & Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de psicología*, 36(3), 281-297.  
<https://raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/61819/81003>
- Villasís, M., Zurita, J., Miranda, M., & Escamilla, A. (2018). El protocolo de investigación, validez y confiabilidad de las mediciones. *Alergia México*, 65(4), 414-421.  
<https://doi.org/10.29262/ram.v65i4.560>
- Villegas, I., & Rodríguez, M. (2018). *Megadiversidad e identidad nacional* (1st ed.). Letra Muerta.
- WAECE. (2008). *Amabilidad*. WAECE.  
[http://www.waece.org/re\\_ep\\_actividades\\_programa\\_files/01%20Amabilidad.pdf](http://www.waece.org/re_ep_actividades_programa_files/01%20Amabilidad.pdf)
- Yauri, E. (2019). *Conciencia turística de los turistas que visitan las lomas de Lachay y la Albufera de medio mundo, período 2018*. [Tesis para pregrado, Universidad Jose Faustino Carrion] Repositorio institucional UNJFSC.  
<https://1library.co/document/y807n05q-conciencia-turistica-turistas-visitlan-lomas-lachay-albufera-periodo.html>

## X.ANEXOS



## 1. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

### I. DATOS INFORMATIVOS

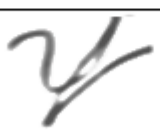
| Apellido y Nombre del Juez evaluador                                                                               | Especialidad del evaluador(a) | Nombre del Instrumento de Evaluación |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Jose Antonio Bernal Hananel                                                                                        | Turismo y Hotelería           | Cuestionario de identidad cultural   |
| Título: Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023 |                               |                                      |

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

| Nº | DIMENSIONES / Ítems                                                                                                                             | Pertinencia |    | Relevancia |    | Claridad |    | Sugerencias |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----|------------|----|----------|----|-------------|
|    |                                                                                                                                                 | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
|    | <b>SENTIDO DE PERTENENCIA</b>                                                                                                                   |             |    |            |    |          |    |             |
| 1  | ¿Tiene una conexión emocional con tu lugar de origen?                                                                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 2  | ¿Sientes que tienes la oportunidad de expresar tu identidad cultural en tu entorno cotidiano?                                                   | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 3  | ¿Considera que la multiculturalidad enriquece tu entorno y promueve la tolerancia y el respeto mutuo?                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 4  | ¿Cree usted que la multiculturalidad enriquece las comunidades y sociedades?                                                                    | X           |    | XX         |    | X        |    |             |
| 5  | ¿Considera que la participación en eventos culturales te motiva a aprender y explorar más sobre tu propia cultura?                              | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 6  | ¿Piensa que la participación en eventos culturales te ayuda a construir lazos más fuertes con otros miembros de tu comunidad cultural?          | X           |    | X          |    | X        |    |             |
|    | <b>COSTUMBRES Y TRADICIONES</b>                                                                                                                 |             |    |            |    |          |    |             |
| 7  | ¿Considera que los hábitos culturales y las tradiciones son importantes para mantener una conexión con tus antepasados y tu identidad cultural? | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 8  | ¿Considera que los hábitos culturales pueden ayudar a preservar y proteger la identidad cultural de la población?                               | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 9  | ¿Cree usted que es importante documentar y registrar las costumbres y tradiciones para su preservación a largo plazo?                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 10 | ¿Cree usted que es importante transmitir y enseñar las costumbres y tradiciones                                                                 | X           |    | X          |    | X        |    |             |

|    |                                                                                                                                                |    |    |    |    |    |    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|
|    | culturales a través de programas educativos y actividades comunitarias?                                                                        |    |    |    |    |    |    |
| 11 | ¿Considera importante recibir una formación cultural que incluya el aprendizaje y la práctica de las costumbres y tradiciones de tu comunidad? | X  |    | X  |    | X  |    |
| 12 | Considera que la enseñanza de la cultura pueda contribuir al desarrollo de la creatividad y la expresión artística?                            | X  |    | X  |    | X  |    |
|    | IDENTIDAD SOCIAL                                                                                                                               | Si | No | Si | No | Si | No |
| 13 | ¿Piensa que las interacciones y relaciones sociales que tienes afectan tu percepción de tu identidad social?                                   | X  |    | X  |    | X  |    |
| 14 | ¿Considera que el grupo social al que perteneces te brinda un sentido de identidad colectiva, cultural o propósito común?                      | X  |    | X  |    | X  |    |
| 15 | ¿Piensa que la diversidad cultural en tu entorno enriquece tu sentido de identidad social y te brinda una perspectiva más amplia del mundo?    | X  |    | X  |    | X  |    |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b><br>Aplicable [X]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |          |                                                                                      |
| Cañete, 28 de junio de 2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 40063519 |  |
| Lugar y fecha                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | DNI      | Firma del Experto                                                                    |
| <sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.<br><sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo<br><sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo<br>Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión |          |                                                                                      |

## I. DATOS INFORMATIVOS

| Apellido y Nombre del Juez evaluador                                                                               | Especialidad del evaluador(a) | Nombre del Instrumento de Evaluación |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Jose Antonio Bernal Hanabel                                                                                        | Turismo y Hotelería           | Cuestionario de conciencia turística |
| Título: Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023 |                               |                                      |

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

| Nº | DIMENSIONES / ítems                                                                                                                                              | Pertinencia |    | Relevancia |    | Claridad |    | Sugerencias |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----|------------|----|----------|----|-------------|
|    | CONOCIMIENTO TURÍSTICO                                                                                                                                           | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
| 1  | ¿Piensa que el conocimiento histórico de un destino turístico contribuye a valorar y preservar su patrimonio cultural?                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 2  | ¿Considera que aprender sobre la historia de su distrito ayuda a comprender mejor su identidad y tradiciones culturales?                                         | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 3  | ¿Considera importante conocer los recursos turísticos de tu localidad para aprovechar y disfrutar del turismo local?                                             | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 4  | ¿Piensa que conocer los recursos culturales y patrimoniales de tu localidad te ayuda a comprender mejor la historia y la identidad cultural de tu comunidad?     | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 5  | ¿Piensa que el conocimiento de las tradiciones y festividades de tu localidad puede contribuir al desarrollo turístico?                                          | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 6  | ¿Considera importante promover y preservar las tradiciones locales para mantener viva la cultura y el patrimonio de tu región?                                   | X           |    | X          |    | X        |    |             |
|    | ACTITUD TURISTICA                                                                                                                                                | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
| 7  | ¿Piensa que es fundamental promover el respeto hacia la cultura, las tradiciones y las costumbres de nuestra comunidad por parte de los turistas y la comunidad? | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 8  | ¿Considera que el respeto hacia los turistas que llegan a nuestra localidad es importante que refleje nuestra identidad y hospitalidad local?                    | X           |    | X          |    | X        |    |             |

|    |                                                                                                                                         |    |    |    |    |    |    |  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|--|
| 9  | ¿Considera importante mostrar amabilidad y cortesía hacia los visitantes que llegan a nuestra localidad?                                | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 10 | ¿Piensa que es fundamental promover una cultura de amabilidad y hospitalidad en nuestra comunidad con los turistas?                     | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 11 | ¿Piensa que es fundamental brindar una bienvenida cálida y amigable a los turistas?                                                     | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 12 | ¿Piensas que es necesario ofrecer información y orientación a los turistas de manera amable y servicial?                                | X  |    | X  |    | X  |    |  |
|    | PRESERVACION                                                                                                                            | Si | No | Si | No | Si | No |  |
| 13 | ¿Considera que es necesario fomentar la conciencia turística sobre la sostenibilidad turística entre los turistas y la población local? | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 14 | ¿Considera que el grupo social al que perteneces te brinda un sentido de identidad colectiva, cultural o propósito común?               | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 15 | ¿Considera que la implementación de proyectos de conservación puede contribuir a la atracción de turistas responsables?                 | X  |    | X  |    | X  |    |  |

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [X]    Aplicable después de corregir [   ]

No aplicable [   ]

|                            |          |                                                                                       |
|----------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Cañete-28 de junio de 2023 | 40063519 |  |
| Lugar y fecha              | DNI      | Firma del Experto                                                                     |

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



## 1. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

### I. DATOS INFORMATIVOS

| Apellido y Nombre del Juez evaluador                                                                               | Especialidad del evaluador(a) | Nombre del Instrumento de Evaluación |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Cristian Jose Neyra Olivera                                                                                        | TURISMO                       | CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL   |
| Título: Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023 |                               |                                      |

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

| Nº | DIMENSIONES / ítems                                                                                                                             | Pertinencia |    | Relevancia |    | Claridad |    | Sugerencias |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----|------------|----|----------|----|-------------|
|    | SENTIDO DE PERTENENCIA                                                                                                                          | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
| 1  | ¿Tiene una conexión emocional con tu lugar de origen?                                                                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 2  | ¿Sientes que tienes la oportunidad de expresar tu identidad cultural en tu entorno cotidiano?                                                   | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 3  | ¿Considera que la multiculturalidad enriquece tu entorno y promueve la tolerancia y el respeto mutuo?                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 4  | ¿Cree usted que la multiculturalidad enriquece las comunidades y sociedades?                                                                    | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 5  | ¿Considera que la participación en eventos culturales te motiva a aprender y explorar más sobre tu propia cultura?                              | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 6  | ¿Piensa que la participación en eventos culturales te ayuda a construir lazos más fuertes con otros miembros de tu comunidad cultural?          | X           |    | X          |    | X        |    |             |
|    | COSTUMBRES Y TRADICIONES                                                                                                                        | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
| 7  | ¿Considera que los hábitos culturales y las tradiciones son importantes para mantener una conexión con tus antepasados y tu identidad cultural? | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 8  | ¿Considera que los hábitos culturales pueden ayudar a preservar y proteger la identidad cultural de la población?                               | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 9  | ¿Cree usted que es importante documentar y registrar las costumbres y tradiciones para su preservación a largo plazo?                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |

|    |                                                                                                                               |    |    |    |    |    |    |  |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|--|
| 10 | ¿Piensa que es fundamental promover una cultura de la hospitalidad en nuestra comunidad con los turistas?                     | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 11 | ¿Piensa que es fundamental brindar una bienvenida cálida y amigable a los turistas?                                           | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 12 | ¿Piensas que es necesario ofrecer información y orientación a los turistas de manera amable y servicial?                      | X  |    | X  |    | X  |    |  |
|    | PRESERVACION                                                                                                                  | Si | No | Si | No | Si | No |  |
| 13 | ¿Considera que es necesario fomentar la conciencia turística sobre la sostenibilidad entre los turistas y la población local? | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 14 | ¿Considera importante que la municipalidad invierta recursos en proyectos de preservación a favor del turismo?                | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 15 | ¿Considera importante la sensibilización a la población es importante para conocer los beneficios del turismo?                | X  |    | X  |    | X  |    |  |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                   |                                                                                       |
| Aplicable [ X ]                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Aplicable después de corregir [ ] | No aplicable [ ]                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |  |
| Lugar y fecha<br>Cuzco, 30 de Junio<br>2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | DNI<br>41844056                   | Firma del Experto                                                                     |
| <p><sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.</p> <p><sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo</p> <p><sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo</p> <p>Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión</p> |                                   |                                                                                       |

## I. DATOS INFORMATIVOS

| Apellido y Nombre del Juez evaluador                                                                               | Especialidad del evaluador(a) | Nombre del Instrumento de Evaluación |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Cristian Jose Neyra Olivera                                                                                        | TURISMO                       | Cuestionario de conciencia turística |
| Título: Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023 |                               |                                      |

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

| Nº | DIMENSIONES / ítems                                                                                                                                              | Pertinencia |    | Relevancia |    | Claridad |    | Sugerencias |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----|------------|----|----------|----|-------------|
|    |                                                                                                                                                                  | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
|    | <b>CONOCIMIENTO TURÍSTICO</b>                                                                                                                                    |             |    |            |    |          |    |             |
| 1  | ¿Piensa que el conocimiento histórico de un destino turístico contribuye a valorar y preservar su patrimonio cultural?                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 2  | ¿Considera que aprender sobre la historia de su distrito ayuda a comprender mejor su identidad y tradiciones culturales?                                         | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 3  | ¿Considera importante conocer los recursos turísticos de tu localidad para aprovechar y disfrutar del turismo local?                                             | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 4  | ¿Piensa que conocer los recursos culturales y patrimoniales de tu localidad te ayuda a comprender mejor la historia y la identidad cultural de tu comunidad?     | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 5  | ¿Piensa que el conocimiento de las tradiciones y festividades de tu localidad puede contribuir al desarrollo turístico?                                          | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 6  | ¿Considera importante promover y preservar las tradiciones locales para mantener viva la cultura y el patrimonio de tu región?                                   | X           |    | X          |    | X        |    |             |
|    | <b>ACTITUD TURISTICA</b>                                                                                                                                         |             |    |            |    |          |    |             |
| 7  | ¿Piensa que es fundamental promover el respeto hacia la cultura, las tradiciones y las costumbres de nuestra comunidad por parte de los turistas y la comunidad? | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 8  | ¿Considera que el respeto hacia los turistas que llegan a nuestra localidad es importante que refleje nuestra identidad y hospitalidad local?                    | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 9  | ¿Considera importante mostrar un trato cordial hacia los visitantes que llegan a nuestra localidad?                                                              | X           |    | X          |    | X        |    |             |

|                  |                                                                                                                                                         |    |    |    |    |    |    |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|
| 10               | ¿Cree usted que es importante transmitir y enseñar las costumbres y tradiciones culturales a través de programas educativos y actividades comunitarias? | X  |    | X  |    | X  |    |
| 11               | ¿Considera importante recibir una formación cultural que incluya el aprendizaje y la práctica de las costumbres y tradiciones de tu comunidad?          | X  |    | X  |    | X  |    |
| 12               | Considera que la enseñanza de la cultura pueda contribuir al desarrollo de la creatividad y la expresión artística?                                     | X  |    | X  |    | X  |    |
| IDENTIDAD SOCIAL |                                                                                                                                                         | Si | No | Si | No | Si | No |
| 13               | ¿Piensa que las interacciones y relaciones sociales que tienes afectan tu percepción de tu identidad social?                                            | X  |    | X  |    | X  |    |
| 14               | ¿Considera que el grupo social al que perteneces te brinda un sentido de identidad colectiva, cultural o propósito común?                               | X  |    | X  |    | X  |    |
| 15               | ¿Piensa que la diversidad cultural en tu entorno enriquece tu sentido de identidad social y te brinda una perspectiva más amplia del mundo?             | X  |    | X  |    | X  |    |

|                                                                                                                   |          |                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b><br>Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ] |          |                                                                                      |
| CAÑETE, 30 DE<br>JUNIO DE 2023                                                                                    | 41844056 |  |
| Lugar y fecha                                                                                                     | DNI      | Firma del Experto                                                                    |

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo  
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



## 1. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

### I. DATOS INFORMATIVOS

| Apellido y Nombre del Juez evaluador                                                                               | Especialidad del evaluador(a) | Nombre del Instrumento de Evaluación |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Laura Vanessa Zamudio Ramírez                                                                                      | Turismo y Hotelería           | CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL   |
| Título: Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023 |                               |                                      |

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

| Nº | DIMENSIONES / ítems                                                                                                                             | Pertinencia |    | Relevancia |    | Claridad |    | Sugerencias |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----|------------|----|----------|----|-------------|
|    | SENTIDO DE PERTENENCIA                                                                                                                          | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
| 1  | ¿Tiene una conexión emocional con tu lugar de origen?                                                                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 2  | ¿Sientes que tienes la oportunidad de expresar tu identidad cultural en tu entorno cotidiano?                                                   | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 3  | ¿Considera que la multiculturalidad enriquece tu entorno y promueve la tolerancia y el respeto mutuo?                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 4  | ¿Cree usted que la multiculturalidad enriquece las comunidades y sociedades?                                                                    | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 5  | ¿Considera que la participación en eventos culturales te motiva a aprender y explorar más sobre tu propia cultura?                              | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 6  | ¿Piensa que la participación en eventos culturales te ayuda a construir lazos más fuertes con otros miembros de tu comunidad cultural?          | X           |    | X          |    | X        |    |             |
|    | COSTUMBRES Y TRADICIONES                                                                                                                        | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
| 7  | ¿Considera que los hábitos culturales y las tradiciones son importantes para mantener una conexión con tus antepasados y tu identidad cultural? | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 8  | ¿Considera que los hábitos culturales pueden ayudar a preservar y proteger la identidad cultural de la población?                               | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 9  | ¿Cree usted que es importante documentar y registrar las costumbres y tradiciones para su preservación a largo plazo?                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |

|    |                                                                                                                                                         |    |    |    |    |    |    |  |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|--|
| 10 | ¿Cree usted que es importante transmitir y enseñar las costumbres y tradiciones culturales a través de programas educativos y actividades comunitarias? | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 11 | ¿Considera importante recibir una formación cultural que incluya el aprendizaje y la práctica de las costumbres y tradiciones de tu comunidad?          | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 12 | Considera que la enseñanza de la cultura pueda contribuir al desarrollo de la creatividad y la expresión artística?                                     | X  |    | X  |    | X  |    |  |
|    | IDENTIDAD SOCIAL                                                                                                                                        | Si | No | Si | No | Si | No |  |
| 13 | ¿Piensa que las interacciones y relaciones sociales que tienes afectan tu percepción de tu identidad social?                                            | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 14 | ¿Considera que el grupo social al que perteneces te brinda un sentido de identidad colectiva, cultural o propósito común?                               | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 15 | ¿Piensa que la diversidad cultural en tu entorno enriquece tu sentido de identidad social y te brinda una perspectiva más amplia del mundo?             | X  |    | X  |    | X  |    |  |

| III. OPINIÓN DE APLICACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |              |                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Aplicable [X]    Aplicable después de corregir [ ]                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |              | No aplicable [ ]                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |              |  |
| Lugar y fecha<br>Cañete, 30 de junio de<br>2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | DNI 43988183 | Firma del Experto                                                                     |
| <p><sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.</p> <p><sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo</p> <p><sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo</p> <p>Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión</p> |              |                                                                                       |

## I. DATOS INFORMATIVOS

| Apellido y Nombre del Juez evaluador                                                                               | Especialidad del evaluador(a) | Nombre del Instrumento de Evaluación |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Zamudio Ramirez<br>Laura Vanessa                                                                                   | Turismo y Hotelería           | Cuestionario de conciencia turística |
| Título: Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023 |                               |                                      |

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

| Nº | DIMENSIONES / Ítems                                                                                                                                              | Pertinencia |    | Relevancia |    | Claridad |    | Sugerencias |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----|------------|----|----------|----|-------------|
|    | CONOCIMIENTO TURÍSTICO                                                                                                                                           | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
| 1  | ¿Piensa que el conocimiento histórico de un destino turístico contribuye a valorar y preservar su patrimonio cultural?                                           | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 2  | ¿Considera que aprender sobre la historia de su distrito ayuda a comprender mejor su identidad y tradiciones culturales?                                         | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 3  | ¿Considera importante conocer los recursos turísticos de tu localidad para aprovechar y disfrutar del turismo local?                                             | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 4  | ¿Piensa que conocer los recursos culturales y patrimoniales de tu localidad te ayuda a comprender mejor la historia y la identidad cultural de tu comunidad?     | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 5  | ¿Piensa que el conocimiento de las tradiciones y festividades de tu localidad puede contribuir al desarrollo turístico?                                          | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 6  | ¿Considera importante promover y preservar las tradiciones locales para mantener viva la cultura y el patrimonio de tu región?                                   | X           |    | X          |    | X        |    |             |
|    | ACTITUD TURISTICA                                                                                                                                                | Si          | No | Si         | No | Si       | No |             |
| 7  | ¿Piensa que es fundamental promover el respeto hacia la cultura, las tradiciones y las costumbres de nuestra comunidad por parte de los turistas y la comunidad? | X           |    | X          |    | X        |    |             |
| 8  | ¿Considera que el respeto hacia los turistas que llegan a nuestra localidad es importante que refleje nuestra identidad y hospitalidad local?                    | X           |    | X          |    | X        |    |             |

|    |                                                                                                                                         |    |    |    |    |    |    |  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|--|
| 9  | ¿Considera importante mostrar amabilidad y cortesía hacia los visitantes que llegan a nuestra localidad?                                | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 10 | ¿Piensa que es fundamental promover una cultura de amabilidad y hospitalidad en nuestra comunidad con los turistas?                     | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 11 | ¿Piensa que es fundamental brindar una bienvenida cálida y amigable a los turistas?                                                     | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 12 | ¿Piensas que es necesario ofrecer información y orientación a los turistas de manera amable y servicial?                                | X  |    | X  |    | X  |    |  |
|    | PRESERVACION                                                                                                                            | Si | No | Si | No | Si | No |  |
| 13 | ¿Considera que es necesario fomentar la conciencia turística sobre la sostenibilidad turística entre los turistas y la población local? | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 14 | ¿Considera que el grupo social al que perteneces te brinda un sentido de identidad colectiva, cultural o propósito común                | X  |    | X  |    | X  |    |  |
| 15 | ¿Considera que la implementación de proyectos de conservación puede contribuir a la atracción de turistas responsables?                 | X  |    | X  |    | X  |    |  |

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [X]    Aplicable después de corregir [   ]

No aplicable [   ]

|                                                     |              |                                                                                       |
|-----------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                     |              |  |
| Lugar y fecha<br><br>Cañete, 30 de junio de<br>2023 | DNI 43988183 | Firma del Experto                                                                     |

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

datos de encuesta

|    | A  | B  | C  | D  | E  | F  | G  | H  | I  | J  | K   | L   | M   | N  | O   | P   | Q   | R  | S  | T   | U   | V   | W   | X   | Y   | Z  | AA  | AB  | AC  | AD  | AE  | AF  | AG | AH  | AI  | AJ  | AK | AL |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|----|----|
| 1  | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | D1 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | D2 | P13 | P14 | P15 | D3 | V1 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | D4 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | D5 | P28 | P29 | P30 | D6 | V2 |
| 2  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 |
| 3  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 |
| 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 |
| 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 |
| 6  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 |
| 7  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 |
| 8  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 |
| 9  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 74 |
| 10 | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 13 | 2  | 2  | 1  | 2   | 2   | 1   | 10 | 1   | 1   | 2   | 4  | 23 | 2   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 12 | 1   | 4   | 2   | 2   | 2   | 2   | 13 | 2   | 4   | 3   | 9  | 34 |
| 11 | 5  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 24 | 4  | 4  | 5  | 5   | 5   | 5   | 28 | 3   | 4   | 4   | 11 | 52 | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 29 | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 29 | 4   | 2   | 5   | 11 | 69 |
| 12 | 5  | 5  | 1  | 1  | 5  | 5  | 22 | 2  | 3  | 5  | 5   | 5   | 1   | 21 | 1   | 1   | 3   | 5  | 43 | 2   | 3   | 1   | 5   | 5   | 5   | 21 | 5   | 2   | 2   | 4   | 4   | 5   | 22 | 1   | 1   | 5   | 7  | 50 |
| 13 | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 28 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 15 | 58 | 1   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 25 | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 27 | 5   | 5   | 5   | 15 | 67 |
| 14 | 1  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 22 | 2  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 22 | 5   | 5   | 5   | 15 | 44 | 1   | 2   | 4   | 1   | 4   | 5   | 17 | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 26 | 5   | 4   | 4   | 13 | 56 |
| 15 | 4  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5  | 27 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 4   | 4   | 4   | 12 | 57 | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 29 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 4   | 5   | 14 | 73 |
| 16 | 5  | 3  | 4  | 5  | 3  | 4  | 24 | 5  | 3  | 3  | 4   | 5   | 3   | 23 | 5   | 4   | 3   | 12 | 47 | 4   | 3   | 5   | 4   | 3   | 5   | 24 | 4   | 3   | 3   | 5   | 3   | 5   | 23 | 3   | 4   | 5   | 12 | 59 |
| 17 | 4  | 3  | 5  | 5  | 4  | 4  | 25 | 4  | 4  | 5  | 5   | 5   | 5   | 28 | 5   | 2   | 4   | 11 | 53 | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 28 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 15 | 73 |
| 18 | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 25 | 4  | 5  | 4  | 5   | 5   | 5   | 28 | 5   | 3   | 4   | 12 | 53 | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 26 | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 27 | 4   | 3   | 4   | 11 | 64 |
| 19 | 2  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 21 | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 5   | 25 | 2   | 3   | 4   | 9  | 46 | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24 | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24 | 4   | 2   | 4   | 10 | 58 |
| 20 | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 22 | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 24 | 2   | 2   | 4   | 8  | 46 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 26 | 5   | 4   | 5   | 14 | 70 |
| 21 | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 22 | 4  | 4  | 4  | 5   | 4   | 4   | 25 | 2   | 2   | 4   | 8  | 47 | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24 | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 25 | 4   | 2   | 3   | 9  | 58 |
| 22 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 15 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 15 | 75 |
| 23 | 1  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 24 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 15 | 54 | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 27 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 15 | 72 |
| 24 | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 22 | 4  | 4  | 3  | 4   | 4   | 4   | 23 | 2   | 2   | 4   | 8  | 45 | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24 | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24 | 4   | 3   | 3   | 10 | 58 |
| 25 | 3  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 21 | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 24 | 2   | 3   | 4   | 9  | 45 | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24 | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 27 | 4   | 4   | 3   | 11 | 62 |
| 26 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30 | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 15 | 60 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30 | 5   | 5   | 5   | 15 | 75 |

| MATRIZ DE CONSISTENCIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    |                                        |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Título                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023                                                                                                                                                                                 |                    |                                        |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Autor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Jose luis carire romani                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    |                                        |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | OBJETIVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | HIPÓTESIS                                                                                                                                                                                                                                                                                  | VARIABLE           | DIMENSIONES                            | INDICADORES                                                                  | METODOLOGÍA                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cuál es la <b>relación</b> entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b></p> <p>¿Cuál es la <b>relación</b> entre sentido de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023?</p> <p>¿Cuál es la <b>relación</b> entre <b>costumbres y tradiciones</b></p> | <p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la <b>relación</b> entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.</p> <p><b>Objetivo Específicos:</b></p> <p>OE1 Determinar la <b>relación</b> entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.</p> | <p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>Existe una relación significativa entre identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023</p> <p><b>Hipótesis Específicas:</b></p> <p>HE1 Existe una relación significativa entre sentido</p> | Identidad cultural | <p>Sentido de pertenencia</p>          | <p>Integración Multiculturalidad Participación en actividades culturales</p> | <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> aplicada</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptivo-correlacional</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental de corte transversal.</p> <p><b>Método:</b> Hipotético deductivo</p> <p><b>Población:</b></p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    | <p><b>Costumbres y tradiciones</b></p> | <p>hábitos culturales Preservación Cultural Formación cultural</p>           |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    | <p><b>Identidad social</b></p>         | <p>entorno social Grupos social entorno cultural</p>                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                    |                                      |                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023?</p> <p>¿Cuál es la <b>relación</b> entre <b>identidad social</b> y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023?</p> | <p>OE2 Determinar la <b>relación</b> entre <b>costumbres y tradiciones</b> y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.</p> | <p>de pertenencia y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023</p> <p>HE 2 Existe una relación significativa entre <b>costumbres y tradiciones</b> y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.</p> | <p><b>Conciencia Turística</b></p> | <p><b>conocimiento turístico</b></p> | <p>historia<br/>recursos turísticos<br/>tradiciones</p>                                           | <p><b>23636 pobladores del distrito de San Vicente</b></p> <p><b>Muestra (Informantes):</b></p> <p><b>265</b></p> <p><b>Lugar de estudio</b></p> <p><b>San Vicente de cañete</b></p> <p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>Cuestionario</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                    | <p><b>actitud turística</b></p>      | <p>respeto<br/>amabilidad<br/>hospitalidad</p>                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>OE3 Determinar la <b>relación</b> entre <b>identidad social</b> y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.</p>         | <p>HE 3 Existe una relación significativa entre <b>identidad social</b> y conciencia turística en los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.</p>                                                                                                                       |                                    | <p><b>Preservación</b></p>           | <p>Sostenibilidad turística</p> <p>proyectos de conservación</p> <p>sensibilización turística</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                          |



**VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

Código N° 009-2025

**CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE SIMILITUD**

Yo, Dr. Julio Cesar Lujan Minaya Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales valido el informe titulado: **Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.**

Cuyo autor es, **José Luis Carire Romani**, identificado con DNI N° 70391913 declaro que la evaluación realizada por el programa informático, ha constatado un porcentaje de similitud del **11%**, verificable en el resumen de reporte automatizado de similitudes que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas dentro del porcentaje de similitud no constituye plagio, y que el documento cumple con la integridad científica y con las normas para el uso de citas y referencias establecidas en los protocolos respectivos.

Se cumple con adjuntar, además, el recibo digital a efectos de la trazabilidad respectiva del proceso.

Cañete, 21 de abril de 2025

Se adjunta:

- Resumen del reporte automatizado de similitudes
- Recibo Digital



**VALIDADO POR:**

**UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**



Firmado digitalmente por:  
LUJAN MINAYA, Julio Cesar SAG  
22051738462 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 21/04/2025 13:25:53 -0500



**VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN**  
**UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

- Resumen del reporte automatizado de similitudes

Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del  
distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023.pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

|                     |                     |               |                         |
|---------------------|---------------------|---------------|-------------------------|
| 11%                 | 13%                 | 3%            | 7%                      |
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |

FUENTES PRIMARIAS

|   |                                             |    |
|---|---------------------------------------------|----|
| 1 | repositorio.undc.edu.pe                     | 3% |
|   | Fuente de Internet                          |    |
| 2 | hdl.handle.net                              | 3% |
|   | Fuente de Internet                          |    |
| 3 | Submitted to Universidad Nacional de Cañete | 2% |
|   | Trabajo del estudiante                      |    |
| 4 | cybertesis.unmsm.edu.pe                     | 1% |
|   | Fuente de Internet                          |    |
| 5 | Submitted to Universidad Cesar Vallejo      | 1% |
|   | Trabajo del estudiante                      |    |
| 6 | repositorio.unasam.edu.pe                   | 1% |
|   | Fuente de Internet                          |    |

Excluir citas      Activo      Excluir coincidencias      < 1%  
Excluir bibliografía      Activo



**VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

- Recibo Digital



## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Unidad Investigación Ciencias Empresariales  
Título del ejercicio: José Luis Carire Romani  
Título de la entrega: Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del ...  
Nombre del archivo: TESIS\_FINAL-JOSE\_LUIS\_CARIRE\_ROMANI.pdf  
Tamaño del archivo: 1.84M  
Total páginas: 90  
Total de palabras: 19,637  
Total de caracteres: 118,840  
Fecha de entrega: 16-abr.-2025 04:28p. m. (UTC-0500)  
Identificador de la entrega: 2648336240



Derechos de autor 2025 Turnitin. Todos los derechos reservados.



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

N° 015-2025

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA**

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las 16:45 horas, del día 04 de junio de 2025, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 337-2024-UIFCE/FCE/UNDC.

Presidente (a) : Dr. Ramón Osorio Alberto Bueno.  
Secretario (a) : Dra. Nieves Elva Baños Chaparro.  
Vocal : Mg. María Guadalupe Valiente Campos.  
Asesor(a) : Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramirez.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: "**Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023**", presentado por el Bachiller **José Luis Carire Romani**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

| Criterio                     | Desaprobado<br>(menor de 14) | Regular<br>(14 -15) | Buena<br>(16-17) | Muy buena<br>(18-19) | Excelente<br>(20) | Puntaje |
|------------------------------|------------------------------|---------------------|------------------|----------------------|-------------------|---------|
| Claridad de la exposición    |                              |                     | 16               |                      |                   | 16      |
| Dominio del tema             |                              |                     | 16               |                      |                   | 16      |
| Visión holística del trabajo |                              |                     | 16               |                      |                   | 16      |
| Promedio                     |                              |                     |                  |                      |                   | 16      |

\* Para el caso de sustentación de dos personas se debe incorporar dos criterios, uno para cada uno.

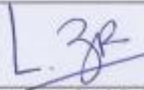
Establece como calificación FINAL: 16 (Dieciséis)

- Aprobado, con nota Regular (...), Buena (...), Muy Buena (...), Excelente (...)
- Desaprobado (...)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) ( ), impedido(s) ( ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

**\*\*Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las 17:45 Horas se dio por terminado el acto de sustentación.

|                                                                                                                                         |                                                                                                                                        |                                                                                                                                     |                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>Dra. Nieves Elva Baños Chaparro<br>Secretario(a) | <br>Dr. Ramón Osorio Alberto Bueno<br>Presidente(a) | <br>Mg. María Guadalupe Valiente Campos<br>Vocal | <br>Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramirez<br>Asesor(a) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE CAÑETE

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNDC

### I INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO

#### 1.1 Título del documento:

Identidad cultural y conciencia turística de los pobladores del distrito San Vicente de Cañete, Lima- 2023

#### 1.2 Descripción (Seleccionar)

|                                    |   |                      |  |
|------------------------------------|---|----------------------|--|
| Tesis de Pregrado                  | x | Libro                |  |
| Tesis de Maestría                  |   | Capítulo de libro    |  |
| Tesis de Doctorado                 |   | Monografía           |  |
| Trabajo de Investigación           |   | Artículo             |  |
| Tesis de Segunda Especialidad      |   | Conferencia          |  |
| Trabajo de Suficiencia Profesional |   | Programa informativo |  |
| Trabajo académico                  |   | Datos                |  |

#### 1.3 Autores del documento

| Apellidos completos | Nombres completos | Correo electrónico     | DNI      | ORCID                                                                   |
|---------------------|-------------------|------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------|
| CARIRE ROMANI       | JOSE LUIS         | 1970391913@UNDC.EDU.PE | 70391913 | <a href="https://orcid.org/0009-0002-6052-7296">0009-0002-6052-7296</a> |
|                     |                   |                        |          |                                                                         |
|                     |                   |                        |          |                                                                         |

#### 1.4 Asesor (es)

| Apellidos completos | Nombres completos | Correo electrónico | DNI      | ORCID               |
|---------------------|-------------------|--------------------|----------|---------------------|
| ZAMUDIO RAMIREZ     | LAURA VANESSA     |                    | 43988183 | 0009-0003-3083-8461 |
|                     |                   |                    |          |                     |

#### 1.5 Centro de Investigación

|                     |                                       |
|---------------------|---------------------------------------|
| Facultad            | CIENCIAS EMPRESARIALES                |
| Escuela Profesional | ADMINISTRACION DE TURISMO Y HOTELERIA |

### I. ORIGINALIDAD DEL TRABAJO PRESENTADO

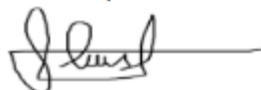
Con la presentación de esta ficha, el(los) autor(es) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal,

### III. AUTORIZACIÓN DEL TRABAJO PRESENTADO

3.1 Por medio del presente documento, afirmo y garantizo(amos) ser el (los) legítimo (s), titular(es) de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los entregables, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos" que serán incluidos en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Cañete (en adelante, la "Universidad").

3.2 Autorizo a la Universidad a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional de la Universidad y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con su Repositorio Institucional. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

3.3 En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.



Firma

30/06/2026

Fecha