

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE Y HOTELERÍA



TESIS

**“CONCIENCIA TURÍSTICA E IDENTIDAD CULTURAL EN LA
POBLACIÓN DEL CASCO URBANO DEL DISTRITO DE HUANTA,
2024”**

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

TESISTA:

Tueros Conga Yeydy Damariz

ASESOR:

Dr. Faustino Ccama Uchiri

CO- ASESOR

Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez

HUANTA- PERÚ

2024

NOMBRE DEL TRABAJO

YEYDY DAMARIZ TUEROS CONGA(PROY
ECTO DE INVESTIGACIÓN).pdf

AUTOR

Yeydy Tueros

RECuento DE PALABRAS

10521 Words

RECuento DE CARACTERES

61678 Characters

RECuento DE PÁGINAS

69 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.7MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 6, 2024 3:06 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 6, 2024 3:07 PM GMT-5**● 19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 15% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)



Firmado digitalmente
por CCAMA UCHIRI
Faustino FAU
20574653798 soft
Fecha: 2024.07.31
19:34:06 -05'00'

**“CONCIENCIA TURÍSTICA E IDENTIDAD CULTURAL EN LA
POBLACIÓN DEL CASCO URBANO DEL DISTRITO DE HUANTA,
2024”**

AUTOR

Bach. Yeydy Damariz Tueros Conga

ASESOR

PHD. Faustino Ccama Uchiri

CO-ASESOR

Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
Creada por Ley N° 29658

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE Y

HOTELERÍA

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS
BATALLAS DE JUNÍN Y AYACUCHO"

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE TURISMO SOSTENIBLE Y HOTELERIA**

En Huanta, en el auditorio de cinco esquinas Estudios Generales de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, a los 19 días del mes de agosto de 2024, siendo las 16:00 horas, se dio inicio al acto académico de sustentación de tesis con la presencia de los docentes:

Dr. Edgar Gutiérrez Gómez
Dra. Rosario Blanca Pariona Luque
Mg. Rosa Cecilia González Ríos

Presidente
Primer miembro
Segundo miembro

Se procedió a dar lectura a la Resolución de Vicepresidencia Académica N° 074-2024-CO-UNAH, en la que señala fecha, hora y designación de jurado evaluador para la sustentación de tesis del Bachiller **Yeydy Damariz Tueros Conga**, con la tesis titulada "**CONCIENCIA TURÍSTICA E IDENTIDAD CULTURAL EN LA POBLACIÓN DEL CASCO URBANO DEL DISTRITO DE HUANTA, 2024**" y asesorado por el Ph.D. Faustino Ccama Uchiri y coasesor el Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez, para optar el Título profesional de: Licenciado en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería.

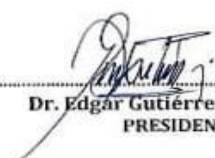
Observaciones:

Terminada la sustentación se procedió a la formulación de preguntas por los miembros del jurado evaluador, las mismas que fueron defendidas y absueltas por la tesista. Acto seguido se procedió a calificar con el resultado siguiente:

Cum laude	()
Bueno	(X)
Aprobado	()
No aprueba	()

Con la calificación de DIECISEIS..... (16)

Siendo las 5:10.P.M. se da por finalizada el acto académico de sustentación de tesis pasando a firmar los miembros del jurado evaluador.


.....
Dr. Edgar Gutiérrez Gómez
PRESIDENTE


.....
Dra. Rosario Blanca Pariona Luque
PRIMER MIEMBRO


.....
Mg. Rosa Cecilia González Ríos
SEGUNDO MIEMBRO

DEDICATORIA

A Dios, por su guía en todo momento, a mi madre Yenny Rocio Conga Salas, a quien respeto, amo y admiro, a mi padre y mis hermanos quienes son los que me han ofrecido el amor y los valores de un hogar y a los familiares más cercanos que me motivaron y me inculcaron los deseos de superación.

AGRADECIMIENTO

A la universidad y a los maestros que me inculcaron sus conocimientos para forjarme como profesional, en especial al Dr. Faustino Ccama Uchiri y al Dr. Willis Rufini Palomino por su disposición de apoyarme y orientarme desde un inicio hasta la parte final de mi proyecto de investigación.

INDICE GENERAL

RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
CAPÍTULO I.....	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1 Descripción y formulación del problema.....	17
Problema general.....	19
Problemas específicos	19
1.2 Objetivos	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos.....	19
1.3 Justificación e importancia	20
1.4. Hipótesis.....	21
Hipótesis general.....	21
Hipótesis específicas	21
1.5. Variables.....	22
CAPÍTULO II	23
MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes de Investigación	23
Antecedentes nacionales	23

Antecedentes internacionales	24
2.1 Bases teóricas.....	26
2.2 Definición de términos.....	35
2.3 Definición de términos	36
CAPÍTULO III.....	38
METODOLOGÍA	38
3.1 Tipo y nivel de investigación	38
3.2 Ámbito temporal y espacial.....	39
3.3 Población y muestra.....	39
3.3 Instrumentos.....	41
Validación y confiabilidad de los Instrumentos.....	41
3.3 Procedimientos	42
3.6 Análisis de datos	42
Materiales y recursos	43
Fuentes de financiamiento	43
CAPÍTULO IV	44
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
4.1 Resultados Descriptivos.....	44
4.2 Resultados correlacionales	48
4.3 Discusión de resultados.....	51
CAPÍTULO V.....	52

CONCLUSIONES	52
CAPÍTULO VI	53
RECOMENDACIONES	53
CAPÍTULO VII	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
CAPÍTULO VIII	59
ANEXOS	59
Anexo N°1: Mapa del Distrito de Huanta	59
AnexoN°2: Casco Urbano de Huanta	60
Anexo N°3: Feria Del Señor de Maynay	61
Anexo N°4: Validación de expertos	62
Anexo N°5: Instrumento	65
Anexo N 6: Matriz de consistencia	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables	9
Tabla 2: Festividades de la provincia de Huanta	21
Tabla 3: Conceptualización de variables	22
Tabla 4: Análisis de consistencia y confiabilidad	29
Tabla 5: Relación de conciencia turística e identidad cultural	35
Tabla 6: Relación del conocimiento del espacio turístico e identidad cultural.....	36
Tabla 7: Relación de la hospitalidad e identidad cultural.....	37
Tabla 8: Relación de la actitud e identidad cultural.....	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Porcentaje de importancia de la conciencia turística	31
Figura 2: Porcentaje de importancia de la identidad cultural	32
Figura 3: Porcentaje de importancia del conocimiento del espacio turístico.....	32
Figura 4: Porcentaje de importancia de la hospitalidad	33
Figura 5: Porcentaje de importancia de la actitud	33
Figura 6: Porcentaje de importancia del entorno geográfico	34
Figura 7: Porcentaje de importancia del elemento histórico	34
Figura 8: Porcentaje de importancia del elemento simbólico.....	35

RESUMEN

El siguiente estudio titulado Conciencia Turística e Identidad Cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta es de tipo no experimental-transversal; ya que no se da la manipulación de variables de nivel descriptivo correlacional y de diseño cuantitativo. El objetivo principal fue determinar la relación que existe entre la conciencia turística y la identidad cultural.

El instrumento utilizado fue con preguntas cerradas en una encuesta, según la escala de Likert. Las encuestas se aplicaron a 307 jefes de hogares en los barrios del casco urbano del distrito de Huanta, según el mapa facilitado por la municipalidad provincial de Huanta.

El desenlace afirma con un 95% de confianza que se evidencia una positiva y alta relación de la Conciencia Turística con Identidad Cultural, y se demostró que si una de las dos variables mejora, conllevará a que la otra mejore, y viceversa. Es decir, a mayor conciencia turística mayor identidad cultural.

Palabras Clave: Conciencia turística, Identidad cultural, Casco urbano, Escala de Likert

ABSTRACT

The following study entitled Tourist Awareness and Cultural Identity in the population of the urban area of the district of Huanta is of a non-experimental-cross-sectional type since there is no manipulation of variables, descriptive-correlational level and quantitative design. Its main objective was to determine the relationship between tourism awareness and cultural identity.

The instrument used was with closed questions in a survey, according to the Likert scale, the surveys were applied to 307 heads of households in the neighborhoods of the urban area of the district of Huanta, according to the map provided by the provincial municipality of Huanta.

The result affirms with 95% confidence that there is a positive and high relationship between Tourist Awareness and Cultural Identity, and it was demonstrated that if one of the two variables improves, the other will improve, and vice versa, that is, the greater the tourist awareness, the greater the cultural identity.

Key words: Tourism awareness, Cultural identity, Urban center, Likert scale.

INTRODUCCIÓN

A nivel departamental en Ayacucho este último año se generó un movimiento económico de 30 millones y se vieron beneficiados establecimientos de hospedaje, centros artesanales, medios de transporte y toda la población en general del distrito de Huanta.

La conciencia turística abarca la preocupación por el patrimonio, el trato al turista, el cuidado ambiental y social del destino donde se desarrolla esta actividad. Ésta logra dejar un recuerdo positivo en todas las personas involucradas. Ante este contexto la interrogante es si la población conoce qué es la conciencia turística. Y la identidad cultural es lo que somos, fuimos y seremos en torno a las costumbres y tradiciones que fueron heredados de nuestros antepasados.

Conocer la relación que existe entre estas variables representa una oportunidad de mejora como destino turístico. Es lógico pensar que un destino turístico no solo se compone del patrimonio cultural que posee, sino también del nivel de conocimiento y compromiso que tiene la población.

En cuanto al problema general se hace la siguiente interrogante ¿Cuál es la relación que existe entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta, 2024? Los resultados de esta interrogante tienen un aporte teórico; debido a que coopera a aumentar los conocimientos sobre la identidad cultural y el valor del crecimiento de la conciencia turística de la población.

Con el presente estudio espero determinar los objetivos trazados, tanto generales como específicos, para ayudar e incrementar la afluencia turística y al mismo tiempo brindar información a los actores directos en el área de turismo del casco urbano de Huanta a nivel distrital.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción y formulación del problema

En la actualidad el turismo representa las primordiales fuentes de ingresos de muchos países en desarrollo, por lo cual estos estiman al turismo como en la economía nacional. La Organización Mundial del Turismo (OMT) citado por Orus (2022) las estadísticas a comparación con años anteriores por consecuencia de las limitaciones aplicadas durante la pandemia del COVID-19, hubo aproximadamente 400 millones de arribo de turistas internacionales.

El incremento del turismo en los últimos años por su índole económico, lo ha posicionado en el sector terciario del mundo; según la escuela internacional de negocios, turismo y hostelería (CESAE, 2020). El crecimiento del turismo ha provocado que sea considerado la clave del progreso socioeconómico. Es fundamental el trabajo en equipo para la actividad turística, obtener resultados de crecimiento y administrar la dirección del incremento económico.

La industria del turismo recientemente ha mejorado en América Latina. Es altamente competitiva por sus recursos culturales y naturales. Ello ha permitido mejorar la calidad del servicio. Asimismo, por contar con una gran riqueza gastronómica, naturaleza y cultura, que en suma constituye la motivación clave para el turista. Es importante desarrollar este sector en el país; porque ayuda a consolidar a la población, potencia el aspecto cultural y crea puestos de trabajo a través de un efecto multiplicador.

La conciencia turística es clave para que repercuta ampliamente la demanda turística que, sin ninguna duda, el crecimiento de este mismo contribuirá al aumento de ofertas laborales, que apoya el desarrollo del casco urbano del distrito de Huanta. El pasado 23 de

diciembre, se observó en el parque central del distrito de Huanta el accionar negativo, por parte de la municipalidad para con las artesanas al no brindar un espacio o facilidades para que puedan realizar la venta de sus productos. Esto evidencia que el municipio no valora la artesanía. Por tanto, cómo puede impartir, impulsar y destacar la importancia de promover la conciencia turística en la población.

La actividad turística y todos los aspectos positivos que genera están influenciados por el comportamiento de las personas que habitan el casco urbano del distrito de Huanta, quienes muchas veces desconocen la historia del lugar, las costumbres o cultura de los habitantes.

El casco urbano del distrito de Huanta, tiene muchos recursos naturales y afluencia turística, incluyendo una gran cultura y naturaleza. Las fiestas más exigentes son: La gran Feria de Maynay, Hatun Tinkuy, Semana Santa y Carnavales. El centro de soporte del distrito de Huanta es Huamanga; debido a que permite que exista continua afluencia turística por su accesibilidad y recursos.

Mientras que en el destino hay una falta de agencias de viaje, una falta de constitucionalidad en el transporte, debido a la operación informal de los buses. Además, bajo mantenimiento de la propiedad. Un claro ejemplo de lo que se manifiesta es el humedal de Waper, donde el abandono es más común en temporadas altas.

Asimismo, las autoridades pueden estar avanzando en mejorar la accesibilidad, las calles y parques del casco urbano del distrito de Huanta. En el distrito se visibiliza gente amable, dispuesta a informar a los visitantes, pero no se identifica si el motivo es a causa de una buena identidad de cultura o es la conciencia en el ámbito turístico de los pobladores. El cual es un factor fundamental para desarrollar el turismo. Se debe presumiblemente a la carencia de presupuesto en el sector turístico, a pesar de que la zona cuenta con recursos y

atractivos de abundante valor histórico y cultural. En ese contexto, se plantean las siguientes interrogantes, objetivos e hipótesis dentro de la matriz de consistencia. (Anexo 6)

Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta?

Problemas específicos

PE1. ¿Cuál es la relación que existe entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta?

PE2. ¿Cuál es la relación que existe entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta?

PE3. ¿Cuál es la relación que existe entre la actitud y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta?

1.2 Objetivos

Objetivo general

Estimar la relación que existe entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Objetivos específicos

OE1. Estimar la relación que existe entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

OE2. Estimar la relación que existe entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

OE3. Estimar la relación que existe entre la actitud y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

1.3 Justificación e importancia

La justificación primordial del presente proyecto es identificar la relación entre las variables: conciencia turística e identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta. La importancia de estas dos variables radica en aumentar la demanda del turismo en el distrito.

1.3.1. Justificación social

Es importante desde el aspecto social porque la conciencia turística es el camino correcto para valorar la identidad cultural de una población. Este camino lleva a reforzar las costumbres, tradiciones y creencias de manera activa. Tanto la identidad cultural como la conciencia turística contribuirá positivamente el aumento de turistas.

1.3.2. Justificación económica

Es importante porque la demanda de turistas en el casco urbano del distrito de Huanta podría llevar al desarrollo y progreso de los pobladores. Por tanto, también es esencial sensibilizar el aspecto turístico, preferentemente entre los asociados al turismo. Los turistas bien recibidos darán consejos a familiares o conocidos, lo que favorecerá que lleguen más turistas al casco urbano.

1.3.3. Justificación teórica

Es importante porque ayudará a comprender la conexión entre la concienciación, el turismo e identidad cultural. Esto permitirá aportar sugerencias pertinentes, de tal manera que las personas involucradas en este tema continuarán tomando las decisiones necesarias para el mejoramiento de la población.

1.4. Hipótesis

Hipótesis general

Existe una relación entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Hipótesis específicas

HE1. Existe una relación directa entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

HE2. Existe una relación directa entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

HE3. Existe una relación directa entre la actitud y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

1.5. Variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Definiciones de la dimensión	Indicadores
Conciencia turística	Nuñez (2018) Indica que la conciencia turística posee alcances en el ámbito del conocimiento del espacio turístico, el ámbito de la actitud y en la hospitalidad al turista.	Conocimiento del espacio turístico	Flores (2003) definen el conocimiento como la información de los hechos, procedimientos, ideas, conceptos e importancia. Boullon (1986) menciona que el espacio turístico involucra los atractivos turísticos o recursos turísticos y la planta turística, que son componentes esenciales. El conocimiento del espacio turístico es la información que posee un individuo de la planta turística, los atractivos o recursos turísticos y de su importancia.	Información de la planta turística. Información de los recursos turísticos. Conocimiento de la importancia de los recursos turísticos.
		Hospitalidad	OEA (1980) define la hospitalidad como la disponibilidad de conciencia de acoger la realidad exterior, a partir de la subjetividad humana por parte de los prestadores de servicios.	Trato de los prestadores de servicios hacia los turistas.
		Actitud	Allport (1935) citado por lo describió como un estado pensativo y listo para responder que se refleja en los comportamientos, sobre la conducta respecto al entorno.	Conducta de los pobladores hacia los turistas
Identidad cultural	Según Fisher (2014) la identidad cultural es formar parte de una sociedad, este tiene características diferenciales como el entorno geográfico, elemento histórico y elemento simbólico de otro grupo social que conlleva a no percibir al otro como igual, sino como alguien distinto.	Entorno Geografico	Para Rodríguez (2010), el territorio es una delimitación terrestre que aborda una relación de propiedades, recursos naturales o recursos turísticos.	Recursos turísticos del distrito de Huanta
		Elemento Historico	El elemento histórico ayuda a descubrir el origen y el desarrollo de los patrones culturales para explicar una situación final según Jaramillo (1998)	Patrones culturales
		Elemento Simbolico	Para Molano (2007) los símbolos de la identidad cultural no existen sin la capacidad de memoria de la religión, costumbres y educación de antepasados.	Tradiciones de antepasados simbolicas

Nota. Elaboración propia (2023)

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Investigación

Antecedentes nacionales

Cosquillo (2020) en su estudio de “Identidad cultural y conciencia turística en los pobladores de la ciudad de Chalhuanca, Apurímac”, ciudad de Apurímac, explica que el objetivo fue hallar y descifrar la relación de estas dos variables. La investigación de Cosquillo determinó que la identidad cultural creció exponencialmente y ha hecho grandes descubrimientos, costumbres y tradiciones existentes de la zona, lo que lleva a la conciencia turística referenciada a la demanda es bueno.

Andía (2021) en el estudio “Identidad cultural y Conciencia turística en los pobladores del Jirón José Olaya, provincia de Huaraz”, su objetivo general fue la identificación de la relación entre estas dos variables en la población y hallaron la existencia una relación significativa de la identidad cultural con la conciencia turística.

Ruiz y Pozo (2020) en su tesis titulada “Conciencia turística de los pobladores en el distrito de Rímac”, señalan su finalidad principal de determinar cómo los residentes del área Rímac- Perú podían identificar a los visitantes. Los autores concluyeron que los residentes son analizados en tres puntos clave del crecimiento del turismo en el Rímac: el promedio de tres comportamientos con mayores niveles de identidad y menores índices de participación.

En su estudio titulado “Conciencia turística para la conservación de los humedales del distrito de Ventanilla, 2020” realizado por Taype (2020) el objetivo fue cuidar los humedales de Ventanilla y por lo cual se tuvo que estudiar la primera variable. La autora concluyó que los resultados mostraron que no existe concientización turística por parte de la población, de igual forma se pudo ver estudiantes interesados en patrocinar y proteger el recurso.

Gutierrez (2019) su objetivo fue identificar la conciencia turística para la sostenibilidad y mejoramiento turístico en las lomas de Lachay en Lima del 2019. Gutierrez concluyó que la conciencia turística aporta a la sostenibilidad turística en las lomas de Lachay, lo que llevaría a tener un comportamiento adecuado que fortalecería la experiencia de los turistas y fortalecería la identidad en el ámbito cultural y local.

En el artículo titulado “Conciencia turística y su relación en el rendimiento académico de los estudiantes de pregrado” para Caballero (2019) en Huánuco-Perú tuvo el objetivo de ver la relación de la primera variable con lo académico de los estudiantes de Turismo y Hotelería de la EAP de Turismo y Hotelería de la UNHEVAL. En conclusión, fue que, si existe una relación baja, pero positiva.

En el estudio titulado “Conciencia turística de los pobladores en la Provincia de Huanta, Ayacucho, 2019” realizado por Avalos y Sinchitullo (2019), tuvieron el objetivo de identificar como es la conciencia turística en la provincia de Huanta y concluyeron a través de las entrevistas que los pobladores si tienen conciencia y conocen los resultados de sus acciones y la mayoría de la población siguen las normas impuestas por la municipalidad.

Ccolque y Quispe (2018) en su tesis titulado “Identidad Cultural en estudiantes del tercer grado de educación secundaria” tuvieron el objetivo ver el grado predominante de identidad cultural en los estudiantes de dicha institución en el distrito de Tinta, Cusco-2018. En conclusión, los estudiantes tienen un nivel bajo de 45% en cuanto a evaluaciones de sentimientos de identidad cultural.

Antecedentes internacionales

En el artículo titulado Representaciones sociales de la "identidad argentina" de los pobladores indígenas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires realizada por González y Kleidermacher (2018) analiza los símbolos sociales que componen a los habitantes

ciudadanos de Buenos Aires con respecto de sus rasgos de cultura que requeriría la identidad argentina. Donde se estudia una encuesta que tuvo lugar en 2014, en el que se caracterizarían las cualidades esenciales de los ciudadanos. Se procura considerar los aspectos como la clasificación, jerarquización y calificación de posturas y personas. Entre los importantes descubrimientos se descubre que las personas encuestadas se distinguen por cómo se representan, por su iconográfica y por su actitud. Y en las manifestaciones beneficiosas, se pudo resaltar la adaptabilidad o tenacidad y bondad, y finalmente, en relación a las manifestaciones negativas, la principal característica es la soberbia o arrogancia.

El artículo titulado “Concientización Turística y Ambiental. De la Teoría a la Acción Territorial” realizado por Varisco, Benseny y Padilla (2016) estudian al trato de los residentes para con los turistas. El objetivo principal de esta indagación es del desarrollo local con la ayuda de un caso de investigación y articulación, que aprobó poner en marcha un sistema de concientización turística y ambiental. En conclusión, esta investigación facilitó a corroborar el valor de los estudios universitarios para la implementación metodológica de Investigación-Acción Participativa y el fruto de la conciencia en el ámbito turístico y ambiental para reforzar el procedimiento del movimiento conjunto de los representantes que accionan en la actividad del turismo.

La investigación titulada “Identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la Parroquia Pilahuín Canton Ambato provincia de Tungurahua” realizada por Guamanquispe (2015) estudia la identidad cultural y su importancia para el desarrollo turístico. Con el objetivo de investigar la importancia de la identidad cultural con el desarrollo, la investigación concluyó que la fomentación y cuidado de la cultura de la parroquia Pilahuín impacta altamente.

Benedetto (2007) En argentina se desarrolló un estudio titulado “La Identidad Cultural del Territorio como Base para Estrategias de Desarrollo” cuyo objetivo fue de lograr un

conjunto de información suficiente que permita orientar a los gobiernos locales y demás interesados, que tomen acciones mediante la valorización cultural de los territorios rurales obtengan beneficios sociales, políticos, económicos y ambientales para las comunidades.

2.1 Bases teóricas

2.1.1 Conciencia Turística

Hace referencia, en las reacciones y comportamientos que adoptan los habitantes del destino turístico con respecto a los turistas. También puede referirse al respeto por parte del turista en relación con la cultura, las prácticas sociales y los atractivos del país que está visitando.

Teorías sobre la Conciencia Turística

Acercas de la primera variable, se puede definir como una enseñanza turística la cual va encaminada hacia la población que tiene como propósito aumentar la actitud de valorar, proteger o preservar la riqueza, de tal forma se brinda seguridad al turista y también va creando una adecuada hospitalidad y los valores primordiales al ofrecer un servicio. En resumen, la conciencia turística constituye una ayuda fundamental para la mejora del turismo. Los equipos de trabajo relacionados con el turismo deben ser los responsables de presentar la ciudad a los turistas.

Rodriguez (2017) menciona que existen 3 dimensiones de la conciencia turística: La primera denominada conocimiento, toda población debe poseer conocimiento de los productos turísticos que existen en la zona y compartirlos con los turistas; la actitud es la segunda dimensión que posee la comunidad receptora hacia el turista; la tercera dimensión es la hospitalidad que tiene que ver con el recibimiento y la bienvenida al turista.

Cosquillo (2020) indica que la conciencia turística es comprobar el pensamiento con conceptualizaciones vinculados al alcance de una función turística que aporta al país. Sin embargo, no solo depende de un buen trato al turista; de igual forma se debe tener en cuenta estudiar y compartir esos conocimientos.

Romero, Guzman y Peña (2008) Entienden por conciencia turística la aprobación al turismo de la población directa o indirectamente involucrada, así como el bienestar que proviene de la cooperación que hacen las actividades económicas, sociales, culturales y ecológicas.

Alcances de la conciencia turística según Nuñez (2018)

Conocimiento del espacio turístico: Flores (2003) define el conocimiento como la información de los hechos, procedimientos, ideas y conceptos. Boullon (1986) menciona que el espacio turístico incluye atracciones turísticas y empresas turísticas, que son dos componentes necesarios. El conocimiento del espacio turístico es la información que posee un individuo de la planta turística y los atractivos turísticos.

Hospitalidad: OEA- Organización de los Estados Americanos (1980) conceptualiza la hospitalidad al valor de acoger la realidad exterior, a partir de la subjetividad humana. La hospitalidad tiene la capacidad de permitir que la distancia y cercanía sea uno solo, esta hospitalidad es valorativo ya que tiene que ver con la sensibilidad y el amor que los prestadores de servicio brindan al turista de manera auténtica.

Actitud: Para Allport (1935) define la actitud como el estado de la mentalidad de reaccionar que se refleja en los comportamientos, sobre la conducta respecto al entorno. Esquivias (2012) citado por Estrada (2012) resalta que el modo del accionar es la actitud del individuo es algo que lo distingue de los demás lo cual lo hace especial y único.

Importancia de la Conciencia turística

La conciencia de los turistas contribuye significativamente al desarrollo del flujo del turismo de un destino particular que cuenta y aprovecha su accesibilidad, sus paisajes naturales. Por ese motivo, las empresas invierten para dar paso a esta nueva actividad, los resultados de dicha inversión, es la de brindar un buen comportamiento del poblador con el turista, lo que conlleva el incremento del progreso de la calidad de vida, de demostrar al mundo lo importante que es el cuidado de la tierra con prácticas sostenibles. Esto conlleva a que el turista tenga una buena impresión y como consecuencia, traiga consigo, el incremento del flujo turístico a corto o largo plazo.

La conciencia turística de un individuo en su destino, consiste en la identificación de los recursos, conociéndolo, valorándolo, difundiendo y cuidándolo.

La conciencia turística brindada por los prestatarios de servicios, debe poseer la habilidad y trato al brindar el servicio. Esto se debe considerar en la selección del equipo de trabajo, para posteriormente guiarlo en el ámbito profesional.

La conciencia turística de la jurisdicción, consiste en la responsabilidad de cooperar a que se ejecute el servicio turístico.

2.1.2 Identidad Cultural

Teorías de la identidad Cultural

Según Fisher (2014) la identidad cultural es la acepción de corresponder a un conjunto social, este tiene características diferenciales como el entorno geográfico, elemento histórico y elemento simbólico de otro grupo social que conlleva a no percibir al otro como igual, sino como alguien distinto.

Según Galán (2010) mencionado por Pinto (2017) es una apreciación de un conjunto social de propiedad de rasgos y culturas similares que pueden ser aprendidos y valorados, que la diferencia de otro grupo social.

Para Molano (2007) es un grupo de culturas, costumbres y tradiciones en un grupo social, que conlleva a un sentir de propiedad y para Salgado (1999) menciona que posee una relación importante con el patrimonio cultural que se transmiten desde el pasado hasta el futuro.

Para Fuentes (2014) esta identidad cultural, amar y respetar la cultura de un espacio geográfico, un medio ambiente, una región o país, es lo que nuestros antepasados dejaron y heredaron para las generaciones futuras. Hace mucho tiempo, los inmigrantes solo querían trabajar y ganarse la vida; por ende, su calidad de vida tenía que mejorar y el inmigrante tenía que ser integrado y emparejado a la nueva cultura que estaba experimentando, independientemente de sus creencias. La cultura que dejó atrás era impensable para hablar de identidad; pero las diferentes culturas no cambian en el tiempo, gente inocente comenzó a dar nuevos conceptos de identidad, cultura, respeto con los demás, actividades migratorias y el reconocimiento de los derechos culturales. Empezaron a intercambiar diferentes experiencias, amor y respeto por la cultura del otro.

Vazquez (2011) en las escuelas o espacios televisivos se ha escuchado sobre identidad, cultura o identidad cultural; pero muchas veces no saben lo que significa realmente.

Identidad: La identidad depende de la educación que, con el tiempo, esta relación existe desde tiempos inmemoriales, incluso en la educación de niños escolarizados y no escolarizados con la ayuda del Internet y los medios comunicativos ayudan a mejorar el incremento cultural de la identidad.

Cultura: cuando se habla de cultura hace referencia a las características especiales y únicas de una persona que lo distinguen de los demás. Si llegamos al origen etimológico, se

puede decir que deriva del latín cult, que significa cultivo, cuidado y fin, que hace referencia a la manera de existir de las personas y se comportan con ellas dentro del territorio, región y antepasados.

Identidad Cultural: Conjunto de valores, tradiciones, expresiones y hábitos transmitidos de los antepasados. Además, la identidad cultural es político, social, cultural o incluso económico. Esto se puede mencionar cuando nosotros nos referimos a este tema, hablamos de que es conocimiento, aceptación y reconocimiento de la historia de cada pueblo en relación con los demás.

Vivimos en un mundo moderno y globalizado; sin embargo, es importante mantenernos actualizados como pobladores. Debemos aceptarnos y amarnos, sin importar quienes seamos. Apreciemos de dónde venimos, protejamos y cuidemos los restos materiales que nos dejaron nuestros antepasados. Respetemos cada contribución para mejorar la tradición y el perfil como región.

Duran (2011) sostiene que la identidad cultural posee tres aspectos:

- Cómo identificar el porcentaje de percepción. La identidad cultural es entendida por un cúmulo de identidades subjetivas que posee un individuo con las características de la cultura, por lo que se puede decir que las costumbres y las lenguas son un reflejo de una identidad cultural, creencias y prácticas de valores tanto étnicos como espirituales donde la manera de ser, pensar, vivir y crear nos hace únicos.
- Conexión con el patrimonio. El apego está claramente vinculado con la lealtad que poseemos. Se manifiesta a través de la identidad y la cultura que es parte de una historia de cada pueblo. Este apego al ámbito cultural es la combinación de personalidad y logros de los miembros de una cultura.

- La presencia de caracteres culturales diferenciales. La identidad cultural posee una definición que consiste en lo local y universal, así como de lo único a lo general o plural. Las características personales diferenciales reflejan la virtud de cada humano por la forma particular de ser o de actuar ante lo que nos da la naturaleza.

Según Fisher (2014) la identidad cultural está compuesta por 3 pilares:

Entorno Geográfico: Para Rodríguez (2010), el territorio es una delimitación terrestre que involucra las propiedades y recursos naturales

Elemento Histórico: El elemento histórico ayuda a descubrir el origen y el desarrollo de los patrones culturales para explicar una situación final según Jaramillo (1998) está enlazado a los sucesos acontecidos a lo largo de la historia, desde el origen y los modelos culturales que son esenciales para estudiar el presente y planificar al futuro.

Elemento Simbólico: Para Molano (2007) la identidad de la cultura consiste en un conjunto de símbolos que no existen sin la capacidad de memoria de la religión, costumbres y educación de antepasados. Se alude a las manifestaciones culturales como la educación, religión, leyendas, valores, arte, etc.

Importancia de la identidad cultural

Es una necesidad del hombre para sentirse acreedor de sus rasgos originarios. Es una manifestación psico-social de reafirmación e identificación de grupo.

2.1.3 Análisis del distrito de Huanta

Ubicación

Huanta, políticamente pertenece al departamento de Ayacucho siendo una de sus provincias. En cuanto a los límites, políticamente queda enmarcada de la siguiente manera: por el norte, con el departamento de Junín y provincia de Satipo; por el sur, con la provincia de

Huamanga, del mismo departamento; por el este, con el departamento de Cusco y provincia de La Mar; por el Oeste, con el departamento de Huancavelica y provincias de Angaraes, Acobamba, Churcampa y Tayacaja.

El casco urbano del distrito de Huanta, está ubicada a una altura de 2,628 msnm y limita; por el norte con Luricocha, Santillana y Sivia; por el sur con Iguaín y Huamanguilla; por el este con Ayna y Tambo y por el oeste con los distritos de Chincho. (Anexo 1)

Reseña histórica del casco urbano del distrito de Huanta

La creación política se dio el 28 de julio de 1821 juntamente con la época de la independencia. La subdelegación de Huanta en ese entonces, se transformó como provincia del departamento de Ayacucho, por el Decreto Supremo dado en febrero de 1822, remitido por José de San Martín, quien solicitó la comunicación con las provincias y con los antiguos partidos o subdelegaciones.

Con la creación de la provincia de Huanta, se integró a los distritos de Huamanguilla, Luricocha, Huanta, Tambo y San Miguel. Los últimos distritos en la actualidad son pertenecientes a otra provincia. Con la Constitución de 1823 se oficializó las delimitaciones políticas del país.

Los primeros pobladores de Huanta

El pasado primitivo de Huanta se remonta como toda sociedad de la urbe, a una historia, un pasado sin ataduras que las sociedades clasistas posteriores presentan.

El poblamiento es un asunto ya fuera de discusión. Se sabe que el poblamiento tiene un origen extracontinental del hombre americano y que el fenómeno migratorio se habría dado a través del Estrecho de Behring, poblándose América de norte a sur. De allí que la antigüedad

de los restos arqueológicos descubiertos en Sudamérica sea posterior a los encontrados en Norteamérica.

Es posible que las hordas primitivas que ingresaron a América del Sur hayan tomado dos vías de penetración: una, a lo largo de los Andes y la otra, por el litoral y los llanos venezolanos.

Los grupos humanos que llegaron al Perú y han dejado huellas indiscutibles de su presencia eran portadores de la tradición cultural del Paleolítico Superior del Viejo Mundo. Los inmigrantes primitivos que se asentaron definitivamente en la demarcación actual de Huanta, hace más de 20 mil años a.n.e. Traían una rica experiencia en la confección de instrumentos de piedra. Éstos habrían constituido la primera oleada humana que arribó a Huanta, el Perú y Sudamérica. Siguiendo probablemente, la ruta de los Andes.

En tal sentido, manifestamos que los primeros pobladores de Huanta del Perú y de Sudamérica, se remonta hasta hace aproximadamente más de 20 mil años a.n.e. Siendo Pacaycasa (Pikimachay) en Huanta el lugar donde hasta el momento se han encontrado los vestigios humanos más antiguos del Perú y Sudamérica.

Recursos turísticos

A continuación, se detalla las principales festividades del distrito, comidas típicas y bebidas típicas a nivel distrital. Cabe mencionar que la feria del Señor de Maynay se encuentra registrado en el Inventario Turístico del Perú (Anexo 3)

Tabla 2*Festividades de la provincia de Huanta*

Distrito	Nombre de la Festividad	Fecha de celebración	Días de duración
HUANTA	Semana Santa	25 de marzo	3
HUANTA	Fiesta de las cruces	03 de mayo	3
HUANTA	Ascensión del señor	18 de mayo	3
HUANTA	Santa Rosa de Lima	29 de agosto	3
HUANTA	Señor de Maynay	14 de setiembre	4
HUANTA	Virgen de la Asunción	29 de setiembre	3
HUANTA	Señor de los milagros	28 de octubre	3
HUANTA	San Martín de Porres	03 de noviembre	3

Nota. Instituto nacional de estadística e informática (2016)

2.1.4 Programas sobre el fortalecimiento de la conciencia turística a nivel nacional

Para observar mejoras, en el ámbito de la conciencia turística e incentivar la sostenibilidad turística de la nación, se han realizado capacitaciones sobre este tema durante muchos años mediante diversos organismos públicos.

Se han presentado programas culturales a través de medios televisivos del Perú, en las que reflejan nuestra cultura como: la pluriculturalidad, parte de la historia del Perú, el entorno y vivencias, entre otros. Estos a su vez despiertan curiosidad por lo nuestro; por lo tanto, nos hacen sentir orgullosos de nuestra cultura.

Entre los años 2002 y el subsiguiente, se ejecutó el programa con alcance nacional de turismo denominado "PLAN PURIQ: Descubre lo nuestro", desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y CENFOTUR en comunicación con los municipios. El objetivo principal de estos programas fue la aprobación de la participación activa de los pobladores en las actividades turísticas a nivel nacional. De esta manera no solamente se fortalece la conciencia turística, sino también, la identidad nacional.

El Ministerio de Cultura, promueve el activismo las culturas para fortalecerlas a nivel nacional. De igual manera ejecuta diversas actividades en el aspecto cultural para ser mostradas

en su agenda cultural. Este ministerio también se encarga de planificar con todos los niveles locales, regionales y nacionales del gobierno acciones que ayuden a la mejora de todos los pueblos, incentivando la identidad cultural.

2.2 Definición de términos

Tabla 3

Conceptualización de las variables

Variables	Conceptualización
<p>CONCIENCIA TURÍSTICA</p>	<p>Cosquillo (2020) indica que la conciencia turística es comprobar el pensamiento con conceptualizaciones vinculados al alcance de una función turística que aporta al país. Sin embargo, no solo depende de un buen trato al visitante. De igual forma se debe tener en cuenta estudiar y compartir esos conocimientos.</p> <p>Romero, Guzman y Peña (2008) entienden la conciencia turística como la aprobación al turismo de la población directa e indirecta implicada y la solidaridad que se da por la aportación que genera la actividad turística como económico, social, cultural y ambiental.</p> <p>Rodriguez (2017) menciona que existen 3 dimensiones de la conciencia turística: la primera denominada conocimiento. Toda población debe poseer información de los productos turísticos que se observa en la zona y compartirlos con los turistas, la segunda dimensión es la actitud que posee la comunidad receptora hacia el turista y la última es la hospitalidad, se da a conocer con la acogida y la bienvenida al turista.</p> <p>Ishuiza y Flores (2008) afirman que sostener conciencia turística es el enfoque de saber más de la historia, el patrimonio y es lo que beneficia a un destino que conlleva a saber la importancia de la responsabilidad de cada uno para que la actividad turística se desarrolle.</p>
<p>IDENTIDAD CULTURAL</p>	<p>Según Galán (2010) citado por Pinto (2017) la identidad cultural es una apreciación colectiva social de pertenecer a un grupo de personas que tienen rasgos y culturas similares que pueden ser aprendidos y valorados, que la diferencia de otro grupo social.</p> <p>Molano (2007) la identidad cultural es el grupo de elementos culturales, costumbres y tradiciones compartidas por un grupo social, que conlleva a una atribución.</p> <p>Para Salgado (1999) posee una relación importante con el patrimonio cultural que se manifiesta por hechos históricos y actos simbólicos, cuyos elementos se heredan desde el pasado hasta el futuro.</p>

Nota. Elaboración propia (2023)

2.3 Definición de términos

Actividad turística

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) es el fin del viaje y el motivo por qué quiere que se le proporcionen los servicios turísticos. Ejemplo de ello son las actividades como el montañismo, caminata, pesca de altura, remo, pesca deportiva, entre otros.

Centro de soporte

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) es la planta turística o infraestructura de un área urbana o rural para que exista mejor desarrollo de la actividad turística.

Costumbres

Según Bembibre (2010), las costumbres son las actividades, características y acciones que son parte de una tradición de un determinado grupo social que se relaciona directamente con su identidad única y su historia.

Hospitalidad

Para Bermejo (2011) es la bienvenida a alguien diferente a mí donde acoger es una acción que requiere reconocer las necesidades, la dignidad y la diversidad de la otra persona. Puede considerarse acogida cuando se trata a la persona como un fin en sí mismo.

Turismo

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) son las actividades ejecutadas de las personas cuando se encuentran fuera de su ciudad natal, no menor a un año, con el objetivo de hacer negocios o de disfrute, pero no relacionado con el empleo remunerado en el lugar visitado.

Turista

Para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) el turista es aquel que realiza viajes dentro de su país o fuera de su país y que se aloja, pero no más de un año y cuya motivación es netamente de visita mas no de generar ingresos a través de un trabajo en el país visitado.

Casco urbano

Para la INEI (2016) es el centro urbano y aquel centro poblado mayor a 2 mil habitantes que agrupa viviendas, manzanas y calles.

Cultura turística

Según Alemán (1983) la cultura turística es la necesidad que tienen los residentes de un destino turístico quienes entienden la importancia del turismo para el desarrollo de su localidad.

Identidad

Para Taylor (1993) la identidad es la interpretación que una persona o un grupo se hace de sí mismo, con sus características fundamentales como ser humano.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de investigación

El presente estudio tiene el nivel descriptivo-correlacional, sobre ello Tamayo (2006, p. 3) hace mención que las investigaciones descriptivas, describen las características de situaciones, intereses o acontecimientos de una población que generalmente las descripciones se hacen de acuerdo a los resultados de las encuestas formuladas. Correlacional, ya que según Hernandez (2014) tiene el objetivo de hallar la conexión de una o dos variables o propósitos de analizar dicha conexión donde las dos variables muestran resultados positivos o negativos.

El estudio es de tipo no experimental-transversal; ya que no compone ningún tipo de situación, más bien observa, analiza y registra la manifestación y no se da la manipulación de variables. De igual forma, rescatamos lo mencionado por Haranda (2013) que indica que en la investigación no experimental no se manipulan las variables, o sea estudia el fenómeno, y únicamente pueden analizar el contexto para ser revisados.

El presente proyecto es cuantitativo, porque tiene como finalidad hallar el vínculo entre conciencia turística e identidad cultural presentando así el nivel y grado de conexión.

El diseño cuantitativo, para Caballero (2014, p. 70) son las investigaciones donde prevalece el manejo estadístico. Estos estudios están encaminados a demostrar a manera de conclusión las propuestas sugeridas en la investigación, que va de la mano con la formulación de las hipótesis en sustento de las características similares de las variables para más adelante medirlas.

Según Hernandez (2014, p. 10) el enfoque cuantitativo es el uso de información que busca comprobar la hipótesis que se lleva a cabo con una medición numérica y los resultados estadísticos para instaurar patrones de comportamiento.

3.2 Ámbito temporal y espacial

Ámbito temporal

Las encuestas se realizaron entre los meses de febrero, marzo y abril del presente año (2024).

Ámbito espacial

Las encuestas se realizaron dentro de la delimitación del casco urbano del distrito de Huanta, de acuerdo al mapa que nos facilitó la Municipalidad Provincial de Huanta. El casco urbano está compuesto por 5 barrios: barrio Castropampa, barrio Hospital, barrio Alameda, barrio Cedrocucho y centro poblado motivación Tupín. (Anexo 2)

3.3 Población y muestra

Población:

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2018) de la población censada del casco urbano del distrito de Huanta, tiene una población total de 9 135 jefes de hogar.

Muestra:

Para Arias (2012) la muestra es un subconjunto de representación, es decir derivados de la población. Este estudio es tipo probabilístico. Hernandez (2014) hace mención que, en las muestras probabilísticas, en primer lugar, se determinará el momento adecuado para la toma de muestra; teniendo en cuenta cada una de las características semejantes y el mismo tamaño de muestra, donde se hace la elección.

Para esta encuesta se seleccionó una muestra de 307 jefes de hogar del casco urbano del Distrito de Huanta. Con la posterior fórmula se hizo un cálculo para estimar el total de la muestra:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

N = Número de población (9 135)

Z = nivel de confianza (95%, k= 1,96)

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50% =0,5)

q = probabilidad de fracaso (50% =0,5)

d = precisión, error máximo admisible en términos de proporción (5,5% =0,055)

Es así que:

$$n = \frac{(9\ 135) (1,96)^2 (0,5) (0,5)}{0,055^2 (9\ 135-1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{8773,254}{2,28085 + 0,9604}$$

$$n = \frac{8773,254}{28,59075}$$

n= 306,8563784 por lo tanto: n= 307

Criterios de inclusión:

- Jefes de hogar dentro de la delimitación del casco urbano del distrito de Huanta.
- Jefes de hogar entre hombres y mujeres.
- Jefes de hogar mayores de 18 años.
- Una persona por familia.
- Jefes de hogar que desean formar parte del estudio.

Criterios de exclusión:

- Jefes de hogar que no se encuentren dentro de la delimitación del casco urbano del distrito de Huanta.
- Niños y adolescentes escolares ya que no son considerados jefes de hogar.
- Jefes de hogar que no desean formar parte del estudio.

3.3 Instrumentos

Para Arias (2012) Un instrumento es la encuesta elaborado sobre un documento utiliza la técnica de muchas preguntas. Y se nombra autoadministrado al cuestionario porque debe ser respondido auténticamente por el encuestado, sin ser intervenido por el encuestador. Se utilizará encuesta por medio de Google Form.

El instrumento contiene 43 preguntas, de las cuales las primeras 3 preguntas son género, grado de instrucción y edad de los encuestados, las siguientes 40 preguntas son tipo Likert en grado de importancia. Donde 5 es muy importante, 4 importante, 3 moderadamente importante, 2 de poca importancia y 1 sin importancia. (Anexo 5)

Validación y confiabilidad de los Instrumentos

La validación de instrumento del presente estudio fue validada por la Mg. Santusa Acero Cáceres especialista en Turismo y Hotelería, Mg. Ketty Marilú Moscoso Paucarchuco especialista en Gestión Pública y Auditoria Integral y Mg. Rosario Cristina Reyes Camasca licenciada en Turismo. (Anexo 4)

Para la recolección de datos se usó la encuesta como técnica por medio de un cuestionario que viene a ser el instrumento, siendo aplicada a los pobladores del casco urbano del distrito de Huanta como los principales informantes. (Anexo 5)

Teniendo en cuenta la validación de instrumento, el alfa de Cronbach, se procedió a usar debido a su importancia de conocer el análisis de la consistencia y su confiabilidad como instrumento.

Tabla 4

Análisis de consistencia y confiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,963	,962	40

Nota. Datos obtenidos en SPSS (2024).

3.3 Procedimientos

Como primer paso se informó a los miembros de la muestra sobre el estudio, quienes dieron su consentimiento para responder el cuestionario. Esta actividad se aplicó de manera presencial a 307 jefes de hogares en su totalidad en el casco urbano del distrito de Huanta. Para el análisis de la DATA, primero se usó Google form, segundo el Microsoft Excel y por último el programa estadístico SPSS V.23.0. Los resultados se presentan en cuadros correlacionales y gráficos descriptivos para darle respuesta a cada interrogante planteada. (Anexo 7)

3.6 Análisis de datos

De todos modos, existe la discreción de los datos, debido que el resto de la población no debe conocer los resultados correspondientes de las personas que conformaron la muestra. También señalar que esta investigación es nueva, lo que quiere decir que, no implica párrafos copiados de ningún otro estudio anterior y todas las fuentes han sido justamente citadas en la bibliografía del presente estudio.

La investigación se rige por los reglamentos internos de la UNAH y por las normas legales de CONCYTEC y el Ministerio de Educación.

Materiales y recursos

Durante la investigación se usarán materiales tangibles: Laptop, cámara fotográfica, materiales de escritorio; materiales intangibles: programa SPSS, programa Microsoft Excel, Microsoft Word, Google form. (Anexo 8)

Recursos humanos: investigador, asesor de investigación, coasesor de investigación, apoyo técnico.

Fuentes de financiamiento

II Concurso de Financiamiento de Proyectos de tesis para optar el Título Profesional

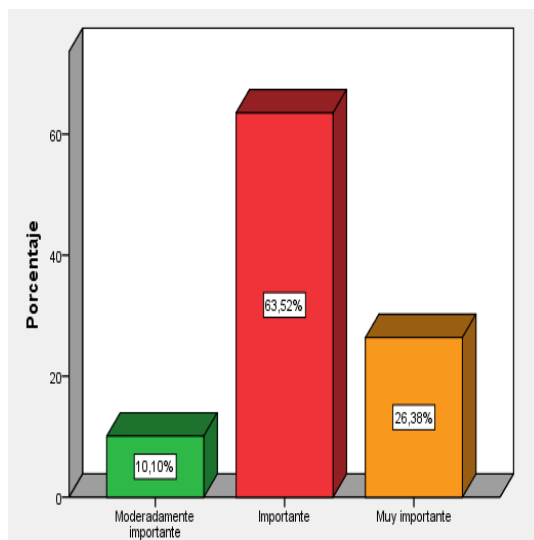
CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados Descriptivos

Figura 1

Porcentaje de importancia de la conciencia turística.

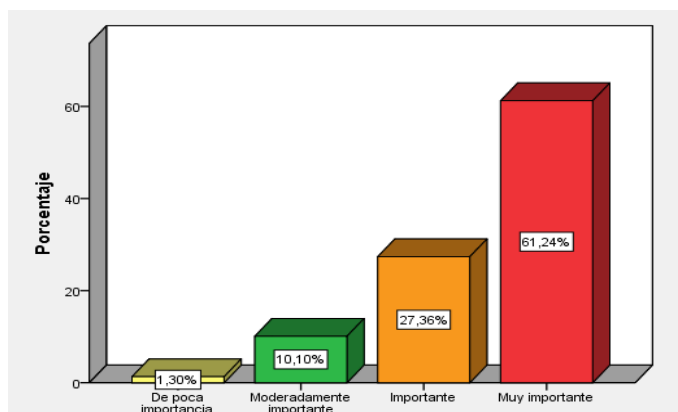


Nota. Resultados de SPSS (2024).

Para la mayoría de la población del casco urbano del distrito de Huanta la conciencia turística es importante con un 63,52%, muy importante con un 26,38% y moderadamente importante con 10,10%.

Figura 2

Porcentaje de importancia de la identidad cultural.

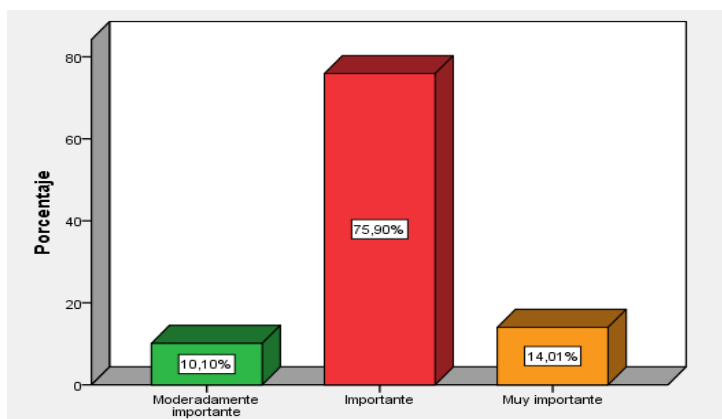


Nota. Resultados de SPSS (2024).

Para la mayoría de la población del casco urbano del distrito de Huanta es muy importante la identidad cultural con un total de 61,24%, para el 27,36% es importante, para el 10,10% es moderadamente importante y para el 1,30% es de poca importancia.

Figura 3

Porcentaje de importancia del conocimiento del espacio turístico.

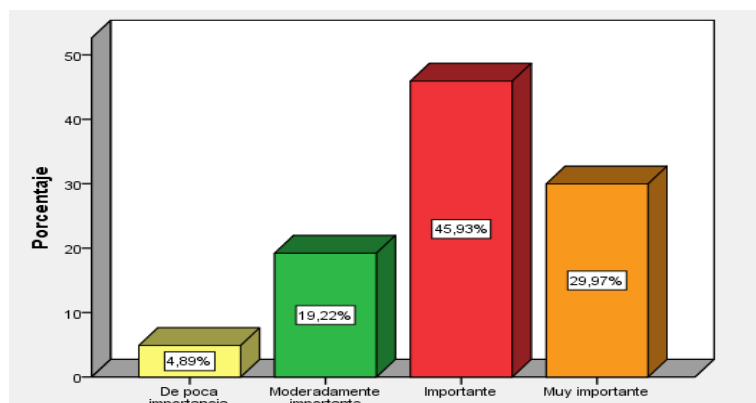


Nota. Resultados de SPSS (2024).

El conocimiento del espacio turístico es importante para la mayoría de la población del casco urbano del distrito de Huanta con un total de 75,90%, para el 14,01% es muy importante y para el 10,10 % es moderadamente importante.

Figura 4

Porcentaje de importancia de la hospitalidad.

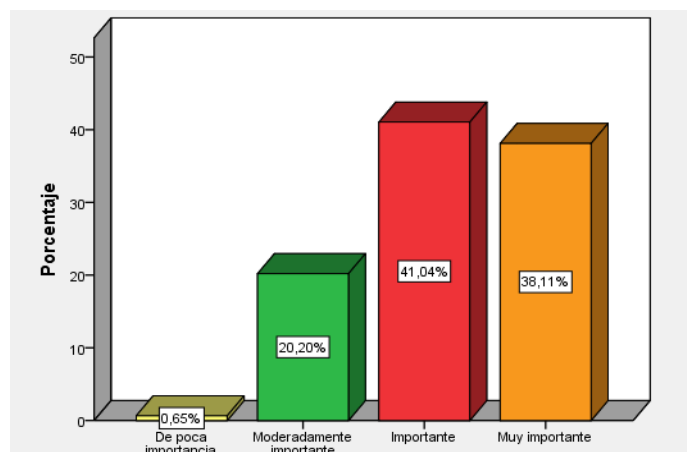


Nota. Resultados de SPSS (2024).

Para la mayoría de los pobladores del casco urbano del distrito de Huanta la hospitalidad es importante con un total de 45,93%, muy importante para el 29,97%, para el 19,22% es moderadamente importante y para el 4,89 % es de poca importancia.

Figura 5

Porcentaje de importancia de la actitud.

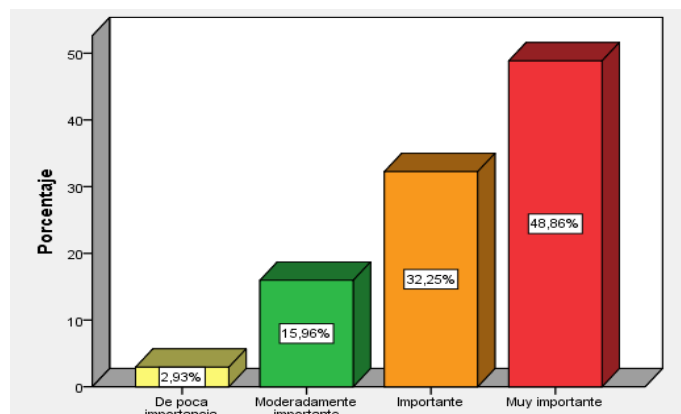


Nota. Resultados de SPSS (2024).

Para la mayoría de los pobladores del casco urbano del distrito de Huanta la actitud es importante con un total de 41,04%, para el 38,11% es muy importante, para el 20,20% es moderadamente importante y para el 0,65% es de poca importancia.

Figura 6

Porcentaje de importancia del entorno geográfico.

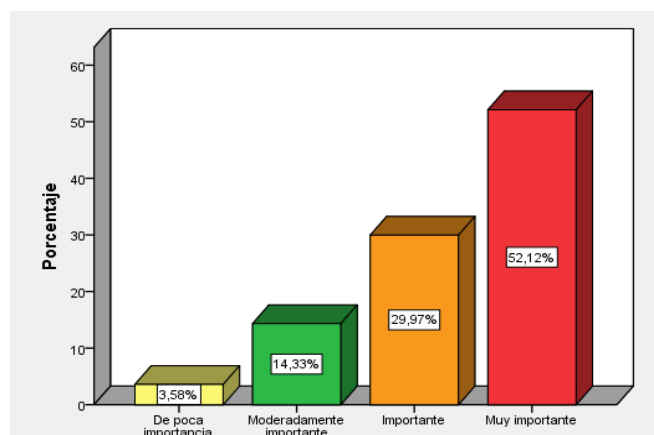


Nota. Resultados de SPSS (2024).

El entorno geográfico para la mayoría de los pobladores del casco urbano del distrito de Huanta es muy importante con un total de 48,86%, importante con un total de 32,25%, moderadamente importante con un total de 15,96% y de poca importancia con un total de 2,93%.

Figura 7

Porcentaje de importancia del elemento histórico

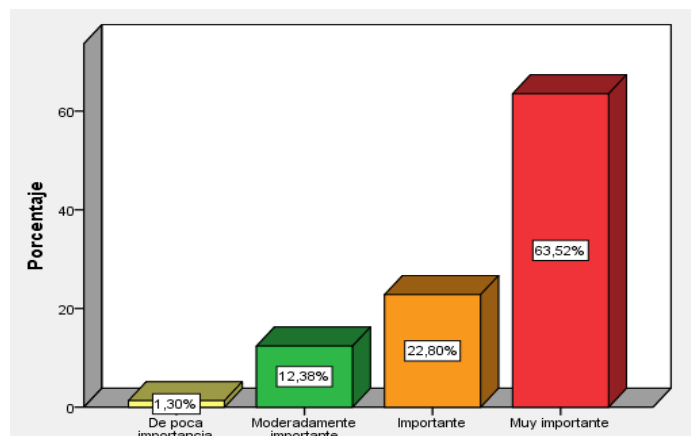


Nota. Resultados de SPSS (2024).

El elemento histórico para la mayoría de la población del casco urbano del distrito de Huanta es muy importante con un total de 52,12%, es importante con un total de 29,97%, es moderadamente importante con un total de 14,33% y de poca importancia con 3,58%.

Figura 8

Porcentaje de importancia del elemento simbólico.



Nota. Resultados de SPSS (2024)

El elemento simbólico para la mayoría de los pobladores del casco urbano del distrito de Huanta es muy importante con un total de 63,52%, importante para el 22,80%, moderadamente importante para el 12,38% y de poca importancia para el 1,30%.

4.2 Resultados correlacionales

Hipótesis general. Existe una relación entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Tabla 5

Relación de conciencia turística e identidad cultural

			CONCIENCIA TURÍSTICA	IDENTIDAD CULTURAL
Rho de Spearman	CONCIENCIA TURÍSTICA	Coefficiente de correlación	1,000	,656**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	307	307
	IDENTIDAD CULTURAL	Coefficiente de correlación	,656**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	307	307

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

Nota. Resultados del SPSS (2024)

Existe correlación entre la conciencia turística y la identidad cultural. Esta relación es positiva, lo que significa a mayor conciencia turística mayor identidad cultural o viceversa. El nivel de relación entre estas dos variables es alto (0,656). El $p = 0 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; por lo tanto, existe relación significativa entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Hipótesis específica 1. Existe una relación directa entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Tabla 6

Relación del conocimiento del espacio turístico e identidad cultural

			CONOCIMIENTO DEL ESPACIO TURÍSTICO	IDENTIDAD CULTURAL
Rho de Spearman	CONOCIMIENTO DEL ESPACIO TURÍSTICO	Coefficiente de correlación	1.000	,493**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	307	307
	IDENTIDAD CULTURAL	Coefficiente de correlación	,493**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	307	307

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

Nota. Resultados de SPSS (2024)

Existe correlación entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural; esta relación es positiva, lo que significa a mayor conocimiento de espacio turístico mayor identidad cultural o viceversa. El nivel de relación entre estas dos variables es moderado (0,493). El $p = 0 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; por lo tanto, existe relación significativa entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Hipótesis específica 2. Existe una relación directa entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Tabla 7*Relación de hospitalidad e identidad cultural*

		HOSPITALIDAD	IDENTIDAD CULTURAL
Rho de Spearman	HOSPITALIDAD	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,669**
		N	307
IDENTIDAD CULTURAL	IDENTIDAD CULTURAL	Coefficiente de correlación	,669**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	307

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

Nota. Resultados de SPSS (2024)

Existe correlación entre la hospitalidad y la identidad cultural; esta relación es positiva, lo que significa a mayor hospitalidad mayor identidad cultural o viceversa. El nivel de relación entre estas dos variables es alto (0,669). El $p = 0 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; por lo tanto, existe relación significativa entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Hipótesis específica 3. Existe una relación directa entre la actitud y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

Tabla 8*Relación de actitud e identidad cultural*

		ACTITUD	IDENTIDAD CULTURAL
Rho de Spearman	ACTITUD	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,715**
		N	307
IDENTIDAD CULTURAL	IDENTIDAD CULTURAL	Coefficiente de correlación	,715**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	307

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

Nota. Resultados de SPSS (2024)

Existe correlación entre la actitud y la identidad cultural. Esta relación es positiva, lo que significa a mayor actitud mayor identidad cultural o viceversa. El nivel de relación entre estas dos variables es alto (0,715). Por lo tanto, existe relación entre la actitud y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.

4.3 Discusión de resultados

La presente tesis tiene una similitud referente al objetivo general con la tesis de Andía (2021) titulada “Identidad cultural y Conciencia turística en los pobladores del Jirón José Olaya, provincia de Huaraz”, en el cual se halló la existencia de una relación significativa y positiva entre la identidad cultural con la conciencia turística. También tiene una similitud con el objetivo específico de estimar la relación entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta. Los resultados obtenidos en la tesis de Andía (2021) muestran relación significativa entre el conocimiento del espacio turístico con la identidad cultural donde la relación es directa es decir a mayor conocimiento del espacio turístico mayor identidad cultural. Se observa en la tesis de Cosquillo (2020) “Identidad cultural y conciencia turística en los pobladores de la ciudad de Chalhuanca, Apurímac”, una similitud en los resultados con la presente tesis; ya que confirma una correlación entre ambas variables. Aquella correlación es positiva alta y considerable. Y en el estudio de Andía (2021) “Identidad cultural y Conciencia turística en los pobladores del Jirón José Olaya, provincia de Huaraz”, también se obtuvo un resultado similar ya que confirmó una relación significativa entre las dos variables. Por último en la tesis titulada “Conciencia turística de los pobladores en la Provincia de Huanta, Ayacucho, 2019” realizado por Avalos y Sinchitullo (2019), se confirma a través de entrevistas que los pobladores sí tienen conciencia turística, a diferencia de la presente tesis, ya que se aplicaron encuestas con preguntas cerradas; sin embargo, los resultados se asemejan, pues también se observa que para la mayoría de los pobladores del casco urbano del distrito de Huanta es importante la conciencia turística.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

1. Con la correlación de tipo RHO de Spearman se obtiene que p es menor que 0,05 por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, esto indica que la relación es significativa entre la conciencia turística y la identidad cultural. Esta relación es directa. Es decir, al crecer la conciencia turística también crecerá la identidad cultural y viceversa. Se puede afirmar con un 95% de confianza una relación positiva y alta entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.
2. Al aplicar RHO de Spearman se obtiene que p es menor que 0.05 por ello se acepta la hipótesis alterna y no la nula. Por lo tanto, existe relación significativa entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural. Esta relación es directa; es decir, a mayor conocimiento del espacio turístico mayor identidad cultural y se puede afirmar con un 95% de confianza una relación positiva y moderada entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.
3. En conclusión, al aplicar RHO de Spearman se obtiene que p es menor que 0.05. Por lo tanto, existe significativamente una relación entre la hospitalidad y la identidad cultural. Esta relación es directa, es decir, a mayor hospitalidad mayor identidad cultural. En ese sentido, se puede afirmar una relación positiva y alta entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.
4. Al aplicar RHO de Spearman se obtiene que p es menor que 0.05 por lo tanto existe significativamente relación entre la actitud y la identidad cultural. Esta relación es directa, es decir, a mayor actitud mayor identidad cultural. Es así que se puede afirmar la relación positiva y alta.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

- Incluir en los planes de desarrollo turístico local actividades culturales como: danzas típicas, concursos de canto, fiestas costumbristas, carnavales, preparación de platos típicos, artesanía tradicional, conservación de la cosmovisión andina, entre otros, que fortalezcan la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.
- Promocionar la identidad cultural por medios digitales como página web, radio, televisión y redes sociales a las diversas generaciones de la población de estudio.
- Los gobiernos locales y regionales para mejorar la identidad cultural deben: Fomentar concursos de canto, danzas, pasacalles, clases de quechua y la recuperación del uso de los instrumentos musicales ancestrales, como también la elaboración y la práctica del mismo dirigido a todas las asociaciones culturales y la población en general.
- A los futuros profesionales incentivar que elaboren nuevas investigaciones donde apliquen programas de capacitación para que no se pierda aquella identidad cultural y que conlleve a aumentar la conciencia turística.
- A la municipalidad provincial de Huanta, seguir promoviendo actividades que incentiven a los huantinos la práctica de la identidad cultural como la Feria del Trueque que se viene realizando 2 años consecutivos, brindar capacitaciones sobre la conciencia turística y su importancia dirigido a la población en general y con mayor enfoque a los prestadores de servicio turístico.

- A los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, considerar en proyecciones sociales actividades de guiados hacia los centros turísticos de Huanta, dirigido a los estudiantes de distintas instituciones para conocer y valorar la historia.
- A la escuela de Administración de Turismo sostenible y Hotelería se le recomienda considerar en la malla curricular cursos de interculturalidad y revalorización de la misma.
- La universidad debe ofrecer cursos gratuitos del quechua a través del centro de idiomas, para fortalecer la identidad cultural y además para preservar el idioma natal.
- A nosotros la población huantina aplicar la técnica de “marketing de boca en boca” de esa forma se hable y se informe de nuestras costumbres ya que la preservación de las costumbres es una responsabilidad de toda la población.
- A las artesanas invitarles a enseñar los procesos del bordado, tejido y teñido a sus hijos, nietos o familiares para que se sigan valorando estos suvenires y productos textiles con el tiempo.

CAPÍTULO VII

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allport, G. (1935). *Análisis Experimental de Actitudes: El Enfoque de la Encuesta Factorial*.
<https://www.psicologia-online.com/definicion-de-actitud-psicologia-social-1394.html>
- Arias-Odón, F. G.(2012). *El proyecto de investigación*.
 file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/FidiasG.Arias.ElProyectedeInvestigacin6ta.Edicion.pdf
- Bembibre, C. (2010). *Definición de costumbres*.
<https://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>
- Bermejo Higuera, J. C. (2011). *Hospitalidad*. <http://www.josecarlosbermejo.es/hospitalidad/>
- Boullon, R. (1986). *Conceptos de zona, area y espacio turistico*.
<https://www.buenastareas.com/ensayos/Conceptos-De-Zona-Area-y-Espacio/3682251.html>
- Caballero, L. (2019). *Conciencia turística y su relación en el rendimiento académico de los estudiantes de pregrado*.
<http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/rifce/article/view/1139/1035>
- Ccolque Espinoza, A., & Quispe Mendoza, J. (2018). *Identidad cultural en estudiantes del tercer grado de educacion secundaria en la Institucion Educativa Emancipacion Americana distrito de Tinta-Cusco-2018*. 1–119.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7361/>
- CESAE-Escuela internacional de negocios, turismo y hostelería. (2020). *¿que tipo de actividad economica es el turismo?* Escuela Internacional de Negocios, Turismo y Hostelería.
<https://www.cesae.es/blog>.
- Corona, A. E. (2012). *LA ACTITUD DEL INDIVIDUO Y SU INTERACCIÓN CON LA SOCIEDAD ENTREVISTA CON LA DRA. MARÍA TERESA ESQUIVIAS SERRANO*.

<http://www.revista.unam.mx/vol.13/num7/art75/art75.pdf>

Cristina Varisco* Graciela Benseny** Noelia Padilla. (2016). *CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA Y AMBIENTAL. De la Teoría a la Acción Territorial.*

<http://nulan.mdp.edu.ar/2490/1/varisco.etal.2016.pdf>

Duran Ponce de Leon, H. (2011). *Derecho de consulta, derechos colectivos y culturales-una aproximación conceptual.*

<http://sbiblio.uandina.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=16633>

Eduardo, C. M. C. (2020). *Identidad Cultural y Conciencia Turística en los pobladores de la ciudad de Chalhuanca, Apurímac, 2020* [Universidad Cesar Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59330>.

Fuentes Gómez, J. L. (2014). *Identidad cultural en una sociedad plural: propuestas actuales y nuevas perspectivas.*

<defile:///C:/Users/DIANA/Downloads/DialnetIdentidadCulturalEnUnaSociedad.pdf>.

González2, A., & Kleidermacher, G. (2018). *Representaciones sociales de la “identidad argentina” en la población nativa residente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.*

<http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v18n34/1657-8953-ccso-18-34-00135.pdf>

Guamanquispe Cuenca, A. E. (2015). Identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Pilahuín Cantón Ambato Provincia de Tungurahua. *Universidad Técnica De Ambato*, 149.

Gutierrez Tarraga, A. (2019). *Contribución de la conciencia turística para un turismo sostenible en los pobladores de las lomas de Lachay, Lima, 2019.* Cesar Vallejo.

Haranda, M. (2013). *Investigación Correlacional.*

http://metodologiainter.weebly.com/uploads/1/9/2/6/19268119/investigacin_correlacional.pdf

Ishuiza Tapullina, R., & Ramirez, R. F. (2008). *Conciencia Turística y su contribución al*

desarrollo del Turismo en la provincia de San Martín.

[https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/1525/ITEM%4011458-](https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/1525/ITEM%4011458-574.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[574.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/1525/ITEM%4011458-574.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Jaime Fisher. (2014). *Liberalismo, comunitarismo, cultura y multiculturalismo.*

<https://es.scribd.com/document/322282070/Identidad-Cultural-de-Jaime-Fisher>

Levano, C. S. (1999). *¿Quiénes somos los peruanos? Una perspectiva psicológica de la*

identidad Nacional. <https://www.researchgate.net/profile/Ana-Salgado->

Lorena Gabriela Romero, L. B. G. y M. E. P. P. (2008). ENCUESTA DIAGNÓSTICA SOBRE
CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA. 2008.

<https://www.eumed.net/rev/turydes/03/rgp.htm>

Molano, O. L. (2007). *Identidad cultural un concepto que evoluciona.*

<https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

Nicolas, H. H. (2014). *En busca de la identidad cultural como atractivo turístico.*

<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC115806.pdf>

Núñez Espinoza, H. R. (2018). *CONCIENCIA TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE
EN LA PLAYA CENTINELA DEL DISTRITO DE HUAURA, PERIODO 2017.*

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe>

OEA - Organización de los Estados Americanos. (1980). *Introducción al Turismo* (p. 3).

ECOTEC.

https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2018F1_TUR162_01_101792.pdf

Orus Gallego, A. (2021). El turismo en el mundo- Datos estadísticos. *Statista*, 1.

https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicHeader_wrapper

Pinto. (2017). *Nivel de identidad cultural de los estudiantes de secundaria del distrito de*

Matucana, Huarochirí-Lima 2017. [Cesar Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13051/Pinto_MMN..pdf

- Rodriguez Ramos, M. Y. (2017). *Conciencia Turística de los pobladores aledaños de los Humedales de Ventanilla, Callao en el año 2017* [Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7016/Rodriguez_RM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ROMERO, A. C. (2014). *Metodología integral innovadora para planes y tesis*.
 file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Metodologia_integral_innovadora_para_pla.pdf
- Ruiz Palacios, M., & Pozo Trigoso, L. (2020). *conciencia turística de los pobladores en el distrito del rímac - Perú* [Universidad Privada del Norte].
 file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-
- Sampieri, H. (2014). *Metodología de la Investigación*.
- TAMAYO, M. T. (2006). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN*.
<https://trabajodegradoucm.weebly.com>
- Taype Tardeo, D. E. (2020). *Conciencia turística para la conservación de los humedales del distrito de Ventanilla, 2020*. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Taype_TDE-SD.pdf
- Turismo, M. de comercio exterior y. (2016). *Turismo-Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*. <https://www.mincetur.gob.pe/wp.pdf>
- Urbáez, M. F. (2003). *Gestión del conocimiento organizacional en el taylorismo y en la teoría de las relaciones humanas*. <https://www.revistaespacios.com> (2003%3A19,no útiles%2C.
- Uribe, J. J. (1998). *Estudios sociales*. <https://www.redalyc.org/pdf/815/81511376007.pdf>
- Valbuena, D. R. (2010). *Territorio y Territorialidad. Nueva categoría de análisis y desarrollo didáctico de la Geografía*. file:///C:/Users/LENOVO/.pdf
- Vazques Díaz, A. (2011). *Identidad Cultural: Buscando nuestros lazos ancestrales*.
<http://tiempo-mochica.blogspot.com/2011/03/identidad-cultural-buscando-nuestros.html>
- Alemán, M. (1983). *15 Lecciones de turismo*. México: Editorial Diana.
- Taylor, L. (1993) *Identidad y personalidad*. <https://www.fuhem.es/ecosocial/dossier.PDF>

CAPÍTULO VIII

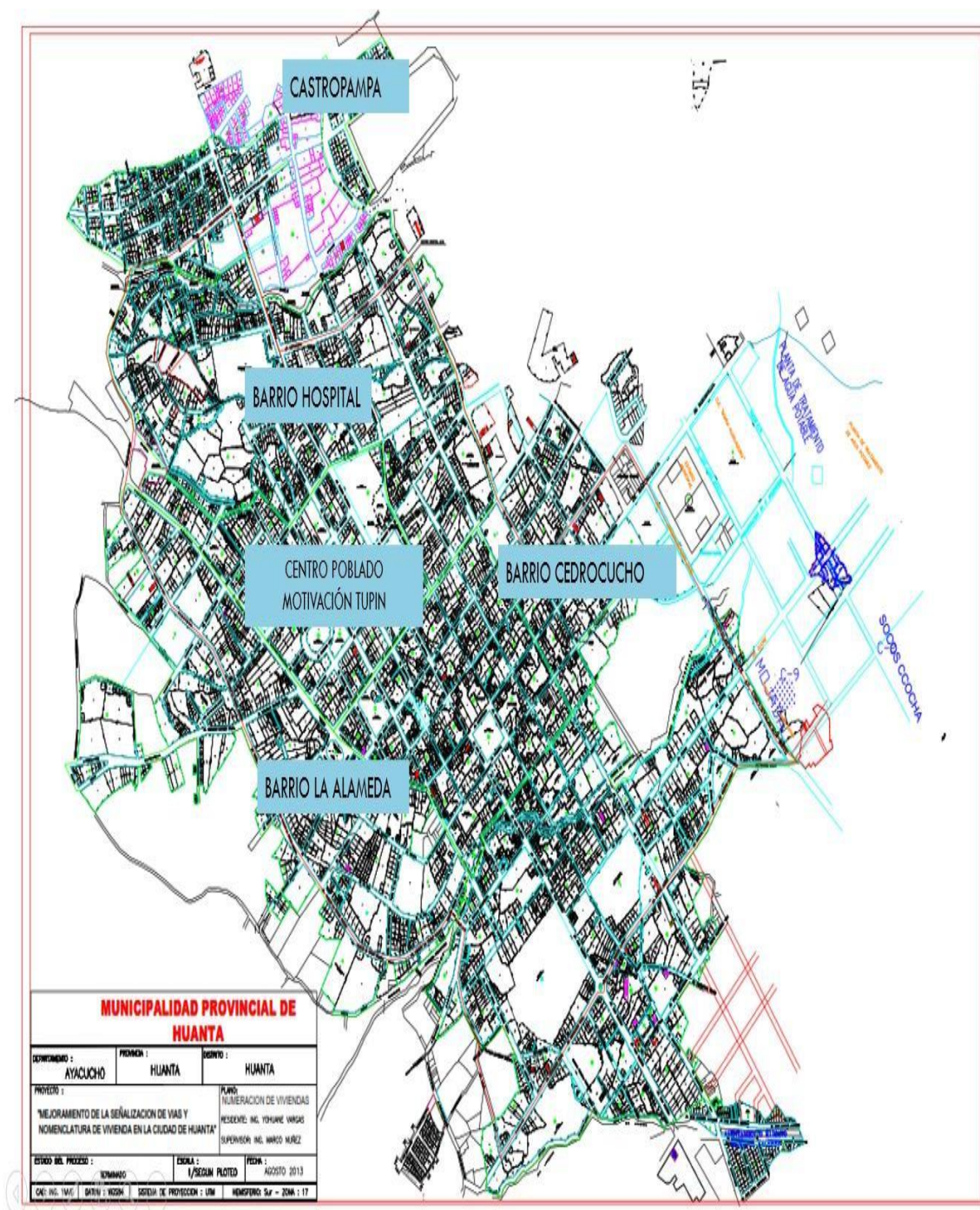
ANEXOS

Anexo N°1: Mapa del Distrito de Huanta



Fuente: [https://www.familysearch.org/es/wiki/Huanta, Ayacucho, Per%C3%BA -
_Genealog%C3%ADa](https://www.familysearch.org/es/wiki/Huanta,_Ayacucho,_Per%C3%BA_-_Genealog%C3%ADa)

Anexo N°2: Casco Urbano de Huanta



Fuente: Municipalidad Provincial de Huanta

Anexo N°3: Feria Del Señor de Maynay

Recursos Turísticos

Feria Del Señor De Maynay-Huanta




SIG MINCETUR
Sistema de Información Georeferencial

‡ Código:	4024
‡ Departamento:	Ayacucho
‡ Provincia:	Huanta
‡ Distrito:	HUANTA
‡ Categoría:	5. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS
‡ Tipo:	Eventos
‡ Subtipo:	Ferias (no Artesanales)
‡ Jerarquía:	No aplica

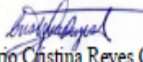


Fuente: MINCETUR “Inventario Turístico 2013”

Anexo N°4: Validación de expertos

ASPECTOS GENERALES			
Aspecto	Si	No	Observación
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro de objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	- X		
CONSIDERACIONES FINALES (Favor agregar observaciones que han sido consideradas en este formato)			
VALIDEZ			
Aplicable	X	No aplicable	Aplicable atendiendo a las observaciones
Instrumento Validado por:	Magister Santusa Acero Cáceres . Especialidad: Turismo y Hotelería		
Teléfono	969929218		
Correo Electrónico	zalyacero@gmail.com		

ASPECTOS GENERALES			
Aspecto	Si	No	Observación
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro de objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
CONSIDERACIONES FINALES			
(Favor agregar observaciones que han sido consideradas en este formato)			
VALIDEZ			
Aplicable	x	No aplicable	Aplicable atendiendo a las observaciones
Instrumento Validado por:	Magister Ketty Marilú Moscoso Paucarchuco Especialidad: Gestión Pública y Auditoría Integral.		
Teléfono	964904244		
Correo Electrónico	cpckmoscoso@gmail.com		

ASPECTOS GENERALES				
Aspecto	Si	No	Observación	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X			
Los ítems permiten el logro de objetivo de la investigación.	X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X			
CONSIDERACIONES FINALES (Favor agregar observaciones que han sido consideradas en este formato)				
VALIDEZ				
Aplicable	X	No aplicable	Aplicable atendiendo a las observaciones	
Instrumento Validado por:	.Mg Rosario Cristina Reyes Camasca		 .Mg Rosario Cristina Reyes Camasca	
Teléfono	967106666			
Correo Electrónico	rosario.reyes.camasca@gmail.com			

Anexo N°5: Instrumento

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	Respuesta
Conciencia turística	D1: Conocimiento del espacio turístico	I1.1: Información de la planta turística.	1. ¿Para usted es importante conocer algún establecimiento de hospedaje de Huanta? 2. ¿Para usted es importante conocer alguna agencia de viaje en Huanta? 3. ¿Para usted es importante conocer los recreos en Huanta? 4. ¿Para usted es importante conocer los resto bares en Huanta? 5. ¿Para usted es importante conocer los medios de transporte en Huanta?	5= Muy importante 4= Importante 3= Moderadamente importante 2= De poca importancia 1= Sin importancia
		I1.2: Información de los recursos turísticos.	6. ¿Para usted es importante conocer el mirador de cristo Blanco de Huanta? 7. ¿Para usted es importante conocer la cascada de Occochaca de Huanta? 8. ¿Para usted es importante conocer el obispo de piedra de Huanta? 9. ¿Para usted es importante conocer la pileta de Chutopila de Huanta? 10. ¿Para usted es importante conocer el museo municipal de Huanta?	
		I1.3: Conocimiento de la importancia de los recursos turísticos.	11. ¿Usted conoce la importancia de los recursos turísticos de Huanta? (recurso turístico se refiere a los bienes y servicios que hay en el lugar que tiene para ofrecer al turista) 12. ¿Conoce usted la importancia de la accesibilidad hacia los recursos turísticos? 13. ¿Para usted el Mirador Cristo Blanco es importante para el turismo? 14. ¿Para usted la cascada de Occochaca es importante para el turismo? 15. ¿Para usted el obispo de piedra es importante para el turismo? 16. ¿Para usted la pileta de Chutopila es importante para el turismo? 17. ¿Para usted el museo municipal es importante para el turismo? 18. ¿Para usted la artesanía es importante para mejorar la economía de Huanta?	
	D2: Hospitalidad	I2.1: Trato de los prestadores de servicios hacia los turistas.	19. ¿Para usted es importante que los transportistas brinden un servicio apropiado al turista? 20. ¿Usted considera importante que en los hospedajes se brinde un servicio adecuado al turista? 21. ¿Usted considera importante que en las agencias de viaje se brinde un servicio adecuado al turista? 22. ¿Usted considera importante que los recreos brinden un servicio apropiado al turista? 23. ¿Usted considera importante que los restobares brinden un servicio adecuado al turista? 24. ¿Usted considera que es importante brindar un servicio adecuado en los establecimientos de diversión nocturna?	
	D3: Actitud	I3.2: Conducta de los pobladores hacia los turistas	25. ¿Usted considera que es importante recepcionar cálidamente al turista? 26. ¿Usted considera importante brindar con buena voluntad la información al turista? 27. ¿Usted considera importante dar un buen trato al turista?	

Identidad cultural	D4: Entorno Geográfico	I4.1: Recursos turísticos del distrito de Huanta	28. ¿Para usted es importante conocer la historia de la década de los 80 en Huanta? 29. ¿Para usted es importante conocer la historia de la gratuidad de la enseñanza de Huanta? 30. ¿Para usted es importante conocer que recursos turísticos le pertenecen a Huanta?	5= Muy importante 4= Importante
	D5: Elemento Histórico	I5.1: Patrones culturales	31. ¿Usted considera la feria del Señor de Maynay parte de la historia de Huanta? 32. ¿Usted considera la canción flor de retama parte de la historia de Huanta? 33. ¿Usted considera que los carnavales forman parte de la historia de Huanta? 34. ¿Usted considera que los centros educativos incentivan las actividades culturales?	3= Moderadamente importante
	D6: Elemento Simbólico	I6.1: Tradiciones de antepasados simbólicas	35. ¿Usted considera el idioma Quecha in símbolo de Huanta? 36. ¿Usted considera la fiesta de las cruces una tradición simbólica de Huanta? 37. ¿Usted considera la fiesta del Señor de Maynay una tradición simbólica de Huanta? 38. ¿Usted considera la Flor de Retama como un símbolo de Huanta? 39. ¿Usted considera la Semana Santa huantino como un símbolo de Huanta? 40. ¿Usted considera el Escudo de Huanta un símbolo de Huanta?	2= De poca importancia 1= Sin importancia

Anexo N 6: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es la relación que existe entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta?	PROBLEMAS ESPECIFICOS - ¿Cuál es la relación que existe entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta? - ¿Cuál es la relación que existe entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta? - ¿Cuál es la relación que existe entre la actitud y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta?
OBJETIVOS	OBJETIVO GENERAL Estimar la relación que existe entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.	OBJETIVOS ESPECIFICOS -Estimar la relación que existe entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta. - Estimar la relación que existe entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta -Estimar la relación que existe entre la actitud y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.
HIPOTESIS	HIPOTESIS GENERAL Existe una relación entre la conciencia turística y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.	HIPOTESIS ESPECIFICAS -Existe una relación directa entre el conocimiento del espacio turístico y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta. - Existe una relación directa entre la hospitalidad y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta. - Existe una relación directa entre la actitud y la identidad cultural en la población del casco urbano del distrito de Huanta.
VARIABLES	Conciencia turística	Identidad cultural
METODOLOGIA	<p>Tipo: No experimental- Transversal Nivel: Descriptivo-correlacional Diseño: Enfoque cuantitativo Técnicas de recolección de datos: Encuestas. Población: El distrito de Huanta tiene una población total de 9135 jefes de hogares. Muestra: 307 jefes de hogares del distrito de Huanta.</p>	

Anexo N°7: Encuestas





Anexo N°8: Materiales y recursos

TESIS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 65 de 65 variables

	Genero	Edad	Instruccion	CT4	CT5	CT6	CT7	CT8	CT9	CT10	CT11	CT12	CT13	CT14	CT15	C
1	2	50	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	
2	1	35	2	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	3	3	
3	2	46	3	4	4	2	4	1	4	4	4	2	4	2	4	
4	1	32	2	4	2	5	4	4	4	4	2	2	4	3	2	
5	2	47	2	4	2	5	4	4	4	4	1	2	4	4	4	
6	1	33	1	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
7	2	46	3	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	
8	2	58	3	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
9	1	33	3	4	2	2	4	4	4	4	1	2	4	4	2	
10	1	39	2	4	2	5	4	4	4	5	1	2	4	3	3	
11	2	45	2	4	2	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	
12	1	66	3	4	2	5	2	4	4	2	4	5	4	3	3	
13	2	79	4	4	2	2	2	1	4	2	4	5	4	2	2	
14	2	45	1	4	2	2	2	4	4	5	1	2	4	4	4	
15	1	36	1	4	4	5	4	4	1	2	1	5	4	3	3	
16	2	46	3	4	2	5	4	4	4	5	1	2	4	2	2	
17	1	67	2	4	2	5	4	4	4	5	1	2	4	4	4	
18	1	68	2	4	2	2	2	1	4	5	1	2	1	2	2	
19	2	24	1	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	
20	2	42	3	2	2	5	2	4	4	2	1	2	4	4	5	
21	2	52	3	2	2	2	2	1	4	5	1	2	1	2	2	
22	1	54	1	4	2	5	4	1	4	5	4	5	4	5	4	
23	2	59	1	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

TESIS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
3	Instruccion	N Numérico	8	0	Grado de instru...	{1, Superior ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	CT4	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	CT5	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	CT6	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	CT7	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	CT8	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	CT9	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	CT10	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	CT11	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	CT12	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	CT13	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	CT14	N Numérico	8	0	¿Usted conoce...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	CT15	N Numérico	8	0	¿Conoce usted...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	CT16	N Numérico	8	0	¿Para usted el...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	CT17	N Numérico	8	0	¿Para usted la...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	CT18	N Numérico	8	0	¿Para usted el...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	CT19	N Numérico	8	0	¿Para usted la...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	CT20	N Numérico	8	0	¿Para usted el...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	CT21	N Numérico	8	0	¿Para usted la...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	CT22	N Numérico	8	0	¿Para usted es...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	CT23	N Numérico	8	0	¿Usted conside...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	CT24	N Numérico	8	0	¿Usted conside...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	CT25	N Numérico	8	0	¿Usted conside...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	CT26	N Numérico	8	0	¿Usted conside...	{1, Sin impo...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

RESULTADOS OFICIALES DE LAS ENCUESTAS PARA PASAR A SPSS - Excel

Yeydy Damaris Tueros Congo

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vistas Ayuda ¿Qué desea hacer?

Calibrí 11 Fuente Alineación General Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eliminar Formato Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar Complementos

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
2	2	50	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	
3	1	35	2	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	3	3	
4	2	46	3	4	4	2	4	1	4	4	4	2	4	2	4	
5	1	32	2	4	2	5	4	4	4	4	2	2	4	3	2	
6	2	47	2	4	2	5	4	4	4	4	1	2	4	4	4	
7	1	33	1	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
8	2	46	3	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	
9	2	58	3	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	

