



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

IDENTIDAD CULTURAL Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA  
POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE CANTA, 2018

PRESENTADA POR  
ELIZABETH GLORIA MILLA LAURO

ASESORA  
CECILIA ÁLVAREZ SALOMÓN

TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
TURISMO Y HOTELERÍA

LIMA – PERÚ

2019



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**“IDENTIDAD CULTURAL Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA  
POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE CANTA, 2018”**

**PARA OPTAR  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**PRESENTADO POR:  
BACHILLER ELIZABETH GLORIA MILLA LAURO**

**ASESOR:  
CECILIA ÁLVAREZ SALOMÓN**

**LIMA, PERÚ**

**2019**

**“IDENTIDAD CULTURAL Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA  
POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE CANTA, 2018”**

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, a Dios, quien me ilumina y me cuida; a mis padres, quienes me dan su apoyo en todo momento; a mi hermano y toda mi familia. Todos ellos son mi fuerza y mi motivo para seguir adelante.

A mi querido Perú, por sus diversas culturas y hermosos paisajes

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por iluminarme en todo el proceso de mi vida, a mi familia que me ha acompañado en todo momento hasta lograr mi objetivo.

A los profesionales, Rosario Martínez, quien me guió desde el principio y a mi asesora Cecilia Álvarez, quien por medio de la universidad me ayudó, me guió, me aconsejó hasta el final de mi investigación.

A mi universidad por haberme formado como una profesional con valores y mucha responsabilidad.

Por último, a los pobladores de la ciudad de Canta que sin su apoyo y colaboración no hubiera sido posible mi investigación.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	I
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	V
ÍNDICE DE TABLAS .....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	IX
RESUMEN .....	X
ABSTRACT .....	XI
INTRODUCCIÓN .....	XII
Descripción de la situación problemática .....	XIII
Formulación del problema.....	XVII
Problema general .....	XVII
Problemas específicos.....	XVII
Objetivos de la investigación.....	XVIII
Objetivo general.....	XVIII
Objetivos específicos.....	XVIII
Justificación de la investigación .....	XIX
Importancia de la investigación .....	XIX
Viabilidad de la investigación .....	XX
Limitaciones del estudio .....	XX
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	21
1.1 Antecedentes de la investigación .....	21
1.1.1 Antecedentes nacionales.....	21
1.1.2 Antecedentes Internacionales.....	23
1.2 Bases Teóricas.....	25

1.2.1 Identidad cultural.....	25
1.2.2 Conciencia turística.....	28
1.2.3 Relación entre ambas variables.....	29
1.2.4 Análisis de la ciudad de Canta.....	30
1.2.5 Programas sobre la conciencia turística y fortalecimiento de la cultura a nivel nacional .....	37
1.3 Definición de términos básicos.....	38
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	40
2.1 Formulación de hipótesis.....	40
2.1.1 Hipótesis principal.....	40
2.1.2 Hipótesis derivadas.....	40
2.2 Variables y definición operacional .....	41
2.3 Matriz de consistencia .....	42
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	43
3.1 Diseño metodológico .....	43
3.2 Diseño muestral .....	44
3.2.1 Población y muestra .....	44
3.3 Técnicas y Recolección de Datos .....	45
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	46
3.5 Aspectos éticos .....	46
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	47
4.1 Análisis de fiabilidad.....	47
4.2 Prueba de normalidad .....	48
4.3 Estadísticos descriptivos .....	49
4.4 Comprobación de las hipótesis .....	51
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....	60
CONCLUSIONES.....	64



RECOMENDACIONES .....	66
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	68
ANEXOS .....	73
Anexo n° 1: Mapa de la Provincia de Canta.....	73
Anexo n° 2: Recursos Turísticos de Canta.....	74
Anexo n° 3: Recursos Turísticos de Canta.....	75
Anexo n° 4: Recursos Turísticos de Canta.....	76
Anexo n° 5: Fichas de los recursos de la ciudad de Canta en el inventario turístico nacional.....	77
Anexo n° 6: Fichas de otros recursos de la Provincia de Canta en el inventario turístico nacional .....	79
Anexo n° 7: Validación del Instrumento-El Cuestionario- Aplicación del Cuestionario .....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales festividades de la Provincia de Canta .....	35
Tabla 2: Principales bailes típicos de la Provincia de Canta .....	35
Tabla 3: Principales comidas típicas, bebidas y postres de la Provincia de Canta .....	36
Tabla 4: Operacionalización de las variables .....	41
Tabla 5: Matriz de consistencia .....	42
Tabla 6: Análisis interno de fiabilidad del instrumento-Alfa de Cronbach.....	47
Tabla 7: Análisis externo de validación del instrumento-Validación de expertos .	48
Tabla 8: Prueba de normalidad- Prueba de Kolmogorov-Smirnov .....	48
Tabla 9: Cuadro de los estadísticos descriptivos .....	50
Tabla 10: Correlación Rho de Spearman entre las variables de Identidad Cultural (TIC) y Conciencia Turística (TCT).....	51
Tabla 11: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Entorno Geográfico de la variable Identidad Cultural y Conciencia Turística (TCT) .....	52
Tabla 12: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Histórico de la variable Identidad Cultural y Conciencia Turística (TCT) .....	53
Tabla 13: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Simbólico de la variable Identidad Cultural y Conciencia Turística (TCT) .....	54
Tabla 14: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Tangible de la variable Identidad Cultural y Conciencia Turística (TCT) .....	55
Tabla 15: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Entorno geográfico de la variable Identidad Cultural y el indicador “Conocimiento”.....	57
Tabla 16: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Histórico de la variable Identidad Cultural y el indicador “Hospitalidad” .....	58
Tabla 17: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Simbólico de la variable Identidad Cultural y el indicador “Actitud” .....	58

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Histograma de la distribución según el sexo.....	49
Gráfico 2 Distribución según la edad.....	50
Gráfico 3 Distribución de las Correlaciones .....	56

## RESUMEN

El principal objetivo de esta investigación fue identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta. Asimismo, resaltar la importancia de ambos temas para el desarrollo del turismo en la comunidad receptora.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, nivel descriptivo-correlacional, con una muestra de 304 pobladores. La técnica usada para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario.

Según los resultados, en general el estudio concluyó que, sí existe relación entre la identidad cultural y la conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Canta, demostrando que la mayoría de los pobladores de la mencionada ciudad se encuentran identificados con su patrimonio cultural y natural; y asimismo se encuentran conscientes de la importancia de la actividad turística para su desarrollo, mostrando conocimiento, hospitalidad y buena actitud hacia los turistas.

Se recomienda trabajar juntos, pobladores, autoridades y prestadores de servicio, para el fortalecimiento de la identidad cultural y la conciencia turística de la población, que se realicen talleres dirigidos a los diferentes actores de la actividad turística, incentivando la participación de estos actores a los talleres; así como inculcar estos temas a los niños desde las escuelas, motivando el interés por conocer su historia, elemento principal para el desarrollo de la identidad cultural.

### **Palabras claves:**

*Identidad cultural, conciencia turística y actividad turística.*

## **ABSTRACT**

The main objective of this research was to identify the relationship between cultural identity and tourism awareness in the population of the city of Canta. Another objective was to highlight the importance of both topics for the touristic development in the host community.

This is a non-experimental quantitative research with a descriptive-correlational level and a sample of 304 participants. The data collection technique was the survey and the instrument, the questionnaire.

According to the results, in general, the study concluded that there is indeed a relationship between the cultural identity and tourism awareness of Canta residents, which shows that most of the inhabitants are identified with their cultural and natural heritage. They are also aware of the importance of the tourism activity for their development, spreading their knowledge, hospitality and good attitude towards tourists.

It is recommended that residents, authorities and service providers work together in order to strengthen the population's cultural identity and tourism awareness; that workshops are conducted for the different actors of the tourism activity, encouraging their participation in the workshops; and that schools instill these topics into children, encouraging them to know and learn about their history, which is the main element for the development of cultural identity.

### **Key words:**

*Cultural identity, tourism awareness and tourism activity.*

# INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objetivo, identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta, al 2018.

El enfoque de este estudio es cuantitativo, con diseño no experimental, transversal, prospectivo, descriptivo correlacional, en el cual la muestra representativa es de 304 pobladores.

El estudio está conformado por cinco capítulos, los cuales son: marco teórico, hipótesis y variables, metodología, resultados y discusión.

En el primer capítulo, se ha diseñado el marco teórico sobre estudios y fuentes que sustentan la investigación, bases teóricas y definición de los términos básicos.

En el segundo capítulo, se encuentran las hipótesis planteadas que sustentan el estudio, además se muestra la operacionalización de las variables y la matriz de consistencia.

En el tercer capítulo, se describe la metodología aplicada al estudio, así como el diseño muestral, las técnicas y recolección de datos, también las técnicas estadísticas.

En el cuarto capítulo, se detallan los resultados de la investigación incluyendo los datos obtenidos en el estudio, y los cuales darán respuesta a los problemas y objetivos de la investigación.

En el quinto capítulo, se desarrolla la discusión de la investigación.

Para finalizar se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

### **Descripción de la situación problemática. -**

En el mundo entero, el turismo es considerado como fuente de generación de empleo que favorece el crecimiento económico de las naciones; por lo cual muchos países consideran a este sector como un factor importante en su economía nacional. El turismo a través del tiempo sigue evolucionando constantemente, un ejemplo de ello lo tenemos a mediados del siglo pasado - 1950 cuando había 25 millones de turistas, y para el año 1970 había 166 millones.

En la actualidad, el sector turismo sigue en ascenso, en el 2017 las llegadas de turistas internacionales registraron un aumento notable, la OMT en su comunicado de prensa n° 18003 (2018) informó sobre el tema que se registró un aumento del 7%, llegando a un total de 1.322 millones de turistas a nivel mundial y en el 2018 de acuerdo al Barómetro del Turismo OMT (2019), alcanzo 1.4 millones de llegadas de turistas internacionales alrededor del mundo.

Si bien el crecimiento del turismo lo ha colocado como el tercer sector exportador del mundo y a su vez como motor clave del progreso socioeconómico, es importante que todos los actores vinculados a la actividad turística trabajen en conjunto, para que ese crecimiento no solo beneficie a un grupo sino a todos los pobladores de las comunidades receptoras, como también dirigir y controlar ese crecimiento económico, conforme a los objetivos de un desarrollo sostenible.

En América latina, el sector también ha ido creciendo en los últimos años, la competitividad en la región se va fortaleciendo gracias a sus recursos culturales y naturales, y a sostenidos avances en la calidad del servicio.

En el Perú, se practican varios tipos de turismo como el de naturaleza, cultural, rural, aventura, gastronómico, entre otros; gracias a la diversidad y autenticidad de nuestra cultura, naturaleza y gastronomía. La importancia del desarrollo de este sector en nuestro país; es el de contribuir al arraigo de la población, fortalecer el aspecto cultural y generar empleo.

La ciudad de Canta, perteneciente al distrito y provincia del mismo nombre, departamento de Lima, cuenta con recursos turísticos con un importante valor cultural y arquitectónico, asimismo con un especial fervor religioso.

Entre sus principales recursos turísticos se cuenta con: La zona monumental de la ciudad de Canta, declarada Patrimonio Cultural de la Nación (1988), en donde encontramos la Fortaleza de Canta (Casa comunal, que se encuentra a cargo de la Comunidad Campesina de Canta), la Iglesia Matriz Inmaculada Concepción de Canta (donde se conserva desde la época colonial imágenes de gran valor religioso), así como edificaciones de arquitectura colonial en la plaza de armas.

Otro recurso es el sitio arqueológico de Cantamarca, declarado Patrimonio Cultural de la Nación (2006), fue construido durante el Intermedio Tardío (1000-1450 d.c.), en la actualidad es una impresionante fortaleza de rocas, con recintos de forma circular, con techos de piedra y puertas pequeñas.

Además, en la cima de Cantamarca se encuentra una cruz y una capilla, en donde se celebra la tradicional Fiesta de la Santísima Cruz de Cantamarca.

Y entre otras festividades principales que se festejan en la ciudad de Canta están: el Aniversario del Combate de Sángrar, la Ceremonia de la Escenificación de Las Ingas, la Festividad de la Virgen de la Natividad y el Niño Mariscal Chaperito.



Cabe mencionar, que la ciudad de Canta actúa como centro soporte para los turistas que llegan al distrito de Canta, siendo el pueblo de Obrajillo, considerado como el ícono turístico principal del distrito de Canta por su paisaje natural y las diversas actividades que se pueden realizar como: visitas a cataratas, paseos a caballos, campamentos, entre otras actividades en contacto con la naturaleza.

La ciudad de Canta como centro soporte cuenta con una continua afluencia turística, gracias también a su accesibilidad, infraestructura y recursos.

Sin embargo, es necesario mencionar algunos problemas existentes que se vienen dando en la ciudad; sobre ello podemos mencionar la falta de organización en el transporte, ya que no existen paraderos formales; además, la baja calidad en sus servicios como se refleja en algunos establecimientos de alimentos y bebidas; y sobre todo; la mínima toma de precauciones cuando hay alta demanda y no se cuida el patrimonio en toda sus expresiones; como en el caso del Sitio Arqueológico de Cantamarca, donde en alta temporada llega mucha gente pero que no tienen cuidado del mismo; así como el deterioro de Fortaleza de Canta (casa comunal) que hasta el presente no existe ningún proyecto para su rehabilitación o su puesta en valor.

Igualmente, indicar que el trabajo de las autoridades competentes está avanzando con respecto al mejoramiento de las vías, como en el caso de la av. 26 de junio, avenida principal de la ciudad de Canta, que está en plena rehabilitación, y que finalizada la obra dará una mejor imagen a la ciudad.

Las calles de la ciudad de Canta lucen limpias y podemos encontrar gente muy amable, predispuesta a orientar a los visitantes, pero no sólo eso es parte de una conciencia turística.

Para contribuir con el desarrollo de un turismo sostenible en la ciudad de Canta, en este estudio, se ha analizado la conciencia turística de los pobladores de la mencionada ciudad.

Existen varias causas de diferente índole, que explican la reducida conciencia turística en los pobladores, pero para este estudio, se ha detectado el bajo nivel de identidad cultural. Esta baja identidad que tiene la población para con su patrimonio cultural podría estar debiéndose a una falta de trasmisión de conocimientos ancestrales de generación en generación, como también a la pérdida de sus creencias y sus costumbres, además, del desarraigo de sus pobladores que por busca de mejores oportunidades abandonan su pueblo y migran a otras ciudades. Incluso, podría ser porque una parte de los ciudadanos son migrantes en la ciudad de Canta, de diferentes departamentos del país, y no se encuentran relacionados a las costumbres de esta ciudad.

Si esta problemática continuara presentándose, no se dará atención adecuada al turista. Dicho de otra forma, la población no se identificará con el turismo, asimismo no será consciente de la importancia que tiene el turismo en la sociedad y se podrían perder oportunidades relevantes de generación de empleo y demás beneficios que trae la actividad turística a la población receptora.

Para elevar los niveles de conciencia turística, se podrían realizar talleres de concientización turística así como realizar charlas de fortalecimiento de identidad cultural.

Es fundamental mencionar la importancia que tiene la identidad cultural en nuestra sociedad y por ende para el desarrollo de nuestra nación, ya que la identidad cultural es el sello característico de cada pueblo, tener una identidad nos

hace ser mejores ciudadanos, mejores peruanos y así ser más conscientes de las tradiciones; de la misma forma mencionar la importancia de la educación como base para desarrollar un mejor país, la familia constituye el cimiento para el aprendizaje de la cultura, la enseñanza va de generación en generación y el centro educativo debería tener el rol de fortalecer esa cultura y así afianzar la identidad cultural de cada pueblo.

En consecuencia de lo mencionado anteriormente, se podría desarrollar la conciencia turística que no solo se manifiesta con la hospitalidad, con la buena actitud frente al turista, y hacia los recursos turísticos, sino también se refiere a contar con conocimientos sobre los lugares con valor cultural y patrimonial en general a mostrar a los visitantes, y esto último es lo que nos ayudará a revalorar nuestra identidad, y así cuidaremos y conservaremos nuestro patrimonio tanto natural como cultural.

## **Formulación del problema**

### **Problema general**

- ❖ ¿Cuál es la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta?

### **Problemas específicos**

- ❖ ¿Cuál es la relación que existe entre el entorno geográfico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta?
- ❖ ¿Cuál es la relación que existe entre el elemento histórico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta?

- ❖ ¿Cuál es la relación que existe entre el elemento simbólico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta?
- ❖ ¿Cuál es la relación que existe entre el elemento tangible respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

- ❖ Identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.

### **Objetivos específicos**

- ❖ Identificar la relación que existe entre el entorno geográfico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.
- ❖ Identificar la relación que existe entre el elemento histórico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.
- ❖ Identificar la relación que existe entre el elemento simbólico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.
- ❖ Identificar la relación que existe entre elemento tangible respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.

## **Justificación de la investigación**

La justificación principal para este estudio, es identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta, siendo estas dos variables importantes para el desarrollo de un turismo sostenible en la mencionada ciudad.

## **Importancia de la investigación**

En el aspecto sociocultural; este estudio es importante, ya que busca resaltar la importancia de desarrollar una conciencia turística, que a su vez hará revalorar la identidad cultural en la sociedad canteña, manteniendo viva sus creencias, tradiciones y costumbres. Ambas variables contribuirán a actitudes positivas de la población ante su propia comunidad, a su desarrollo y a su mejor relacionamiento con los visitantes.

En el aspecto económico; la afluencia de turistas en la ciudad de Canta podría actuar como un factor principal para mejorar la economía de la población y así mejorar la calidad de vida de los pobladores. Por ello, también es importante desarrollar una conciencia turística en todas las personas vinculadas a la actividad turística, ya que si los turistas son bien recibidos, bien tratados, recomendarán a sus conocidos o familiares y vendrán más turistas a visitar el lugar.

Asimismo, es importante porque nos permitirá la comprensión de la interrelación de ambas variables y finalmente poder brindar o aportar recomendaciones convenientes para que actores involucrados en el tema procedan a tomar acciones y correctivos necesarios en beneficio de la población.

Por último, se aportará también a que haya más bibliografía especializada en turismo sobre información de la ciudad de Canta.

### **Viabilidad de la investigación**

Este es un estudio viable; ya que, por medio de la web se cuenta con información acerca de la historia de Canta. Como también se cuenta con documentación proporcionada por la Municipalidad Provincial de Canta. Además, existe una relativa buena accesibilidad a la zona de estudio, por lo que se puede ir cuantas veces sea necesario. Asimismo, es viable porque se cuenta con los recursos financieros para llevar a cabo la presente investigación. Incluso, se cuenta con el tiempo y material que se requiere para la realización del proyecto.

### **Limitaciones del estudio**

Con respecto a las limitaciones; en este estudio no existen limitaciones excepto el bibliográfico referente a la relación de ambas variables, ya que existe una escasa información sobre la correlación mencionada.

# **CAPÍTULO I:**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes de la investigación**

Se tomaron 4 antecedentes nacionales y 2 antecedentes internacionales que tienen en común una de las variables del presente estudio y asimismo fueron desarrollados en los últimos 5 años.

#### **1.1.1 Antecedentes nacionales**

-Huertas, D. (2017) en su estudio de “Análisis de la identidad cultural de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E. Fe y Alegría N° 10 respecto a la cultura Colli en la actualidad”, colegio localizado en Collique-Comas, explica que su objetivo fue determinar si la identidad cultural es un factor indispensable para el desarrollo cultural de los estudiantes respecto a la cultura Colli.

La investigación tuvo un enfoque mixto, de diseño no experimental, de tipo descriptivo – simple. La muestra utilizada fue de 66 estudiantes, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario, además de la guía de entrevista y la observación.

El estudio concluyó que la identidad cultural es un factor indispensable para el desarrollo cultural de los estudiantes de la institución educativa antes mencionada. Indicando que la participación de los estudiantes en las actividades culturales como en los talleres de danzas, teatro y pasacalles, es indispensable,

para que la integración de los mismos genere un sentimiento de pertenencia con su cultural local.

-Valqui, D. (2017) en su tesis titulada “Identidad Cultural de los pobladores aledaños a la Plaza de Armas – El Pueblito, San Juan de Lurigancho, 2017”, nos indica que su objetivo fue determinar la Identidad Cultural de los pobladores aledaños a la Plaza de Armas – El Pueblito, San Juan de Lurigancho.

Su estudio fue de tipo básico, descriptivo con diseño no experimental. La población fue de 120 pobladores. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario.

Su estudio concluyó, en que los pobladores no mantienen en su totalidad las costumbres del pueblito debido a que la gran mayoría de la población es migrante. Por lo que, recomienda que se desarrolle actividades organizadas por la municipalidad para que la población se socialice y fomente su tradición popular y formen parte de sus usos y costumbres actuales.

-Pinto, M. (2017) en su estudio titulado “Nivel de identidad cultural de los estudiantes de secundaria del distrito de Matucana, Huarochirí – Lima 2017” tuvo con objetivo determinar el nivel de identidad cultural de los estudiantes de secundaria del distrito de Matucana.

La metodología aplicada fue el enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, su muestra fue de 83 alumnos de quinto grado de secundaria de dos instituciones educativas. La técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario.

En el mencionado estudio, la autora concluyó que efectivamente los alumnos se sienten identificados culturalmente con su comunidad, teniendo un nivel



de identidad cultural alto con un 80%. Además, entre otras conclusiones nos dice que, en la comunidad, cuando se celebran festividades, suelen poner ferias gastronómicas en donde se vende distintos potajes para los visitantes y pobladores, de manera que se puede apreciar y degustar distintos platos típicos del pueblo y de otras comunidades.

-Díaz, M. (2016) en su tesis titulada “Conciencia Turística e Identidad Local de los pobladores del Distrito de Ancón”, tuvo como objetivo determinar la relación entre la conciencia turística e identidad local de los pobladores del distrito de Ancón.

Su investigación fue desarrollada dentro del marco del enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo –correlacional. La técnica fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario. La muestra fue de 190 pobladores.

El estudio concluyó que sí existe relación entre la conciencia turística e identidad local de los pobladores del distrito de Ancón, confirmando que la mayoría de los pobladores se sienten orgullosos de vivir en el distrito, del mismo modo se identifican con los recursos turísticos naturales y culturales que poseen.

Además, recomienda fortalecer la conciencia turística de los pobladores del mencionado distrito, desde las escuelas, incorporando en la malla curricular, el curso de turismo, en el cual se deberían tocar diversos temas relacionados a la conciencia turística e identidad local; y asimismo brindar capacitación a los docentes para que estos sean los principales promotores en temas turísticos.

### **1.1.2 Antecedentes Internacionales. -**

-Fernández, H. (2014) elaboró su tesis titulada “En busca de la identidad cultural como atractivo turístico” del pueblo de Rojas, Rosario, Argentina; en la cual

su objetivo fue investigar la potencialidad turística de Rojas en Argentina, desde el punto de vista sociocultural.

El enfoque que utilizó fue el cuantitativo, la muestra representó el total de la población, 652 alumnos de cuatro escuelas secundarias, entre 12 y 16 años.

Su investigación concluye en que para realizar un proyecto turístico a nivel cultural es necesario primero contar con un reglamento de conservación de los edificios patrimoniales. Además, de generar un compromiso por parte de los ciudadanos para que se comprometan en la creación de emprendimientos, en ayuda conjunta con el municipio. Y finalmente el municipio será el encargado de plantear políticas culturales de conservación y cuidado de los patrimonios arquitectónicos que se ponen dentro del Circuito Turístico Cultural, y de plantear objetivos claros en materia turística, incorporando a la sociedad local en todos los proyectos que se vayan desarrollando.

-Bermeo, M. (2015) realizó su tesis titulada “Plan de concientización turística dirigido a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Catamayo, provincia de Loja”, Ecuador; en la cual, su objetivo fue motivar un cambio de conducta positivo en los Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón de Catamayo, con respecto a la atención y servicio al turista en principios de calidad y calidez, ética y honestidad.

La muestra fue de 58 personas entre propietarios y administradores de los establecimientos de servicios turísticos de la ciudad antes mencionada, la técnica aplicada fue la encuesta, además de entrevistas y observaciones directas.

El estudio concluye que existe un sin número de debilidades y falencias en las labores diarias de los prestadores de servicios turísticos, llegando a definir como

las más preocupantes a las siguientes: falta de conocimientos técnicos de la actividad turística, escaso nivel formativo en procesos de higiene y manipulación alimentaria e irregularidades en la calidad de atención al turista y visitante.

A su vez, el autor nos dice que se identificó, que los prestadores de servicios turísticos manifiestan una motivación por capacitarse, es así que el 91% del total de encuestados están de acuerdo con el desarrollo de un Plan de Concientización Turística, y estos resultados podrían mantenerse únicamente con el apoyo de las entidades responsables de la actividad turística.

## **1.2 Bases Teóricas**

### **1.2.1 Identidad cultural**

#### **1.2.1.1 Teorías sobre Identidad Cultural**

En cuanto a las ideas de los diferentes autores sobre la Identidad Cultural, en esta investigación se recogieron las ideas principales y coincidentes a nivel sociocultural.

Molano (2007), hace referencia a que la identidad cultural es el conjunto de elementos culturales como las costumbres y tradiciones que comparten un grupo social, donde se puede formar un sentimiento de pertenencia.

Por otro lado, Salgado (1999), indica que está relacionada al patrimonio cultural que se representa por medio de elementos históricos y simbólicos, los cuales se transmiten desde edad temprana y nos ayudan a construir un futuro.

Asimismo, Galán (2012) citado por Pinto (2017) nos dice que es el conjunto de elementos culturales tangibles e intangibles y que identifican a un grupo social frente a otros.

Además, para Galán (2010) citado por Pinto (2017) la identidad cultural está compuesta de cuatro pilares, y son las siguientes:

1. Entorno Geográfico: referente al territorio y su geografía, los cuales tienden a influir en diferentes aspectos como en las actividades económicas, en la vestimenta y edificaciones de cada pueblo.

2. Elemento Histórico: relacionado a los acontecimientos ocurridos a través de la historia en un determinado espacio geográfico, es el origen de un pueblo y los patrones culturales transmitidos de generación en generación. Lo que les servirá para analizar el presente y proyectarse al futuro.

3. Elemento Simbólico: se refiere a las expresiones culturales intangibles que se representan a través de la religión, leyendas, educación, arte, valores, entre otros elementos. Y que a su vez se expresan con la música, el canto, la danza, las festividades y otras expresiones culturales.

4. Elemento tangible: son los elementos culturales creados por el ser humano en consecuencia de sus necesidades a través de la historia y que son usadas habitualmente como la medicina, la gastronomía, la confección de vestimenta, entre otras.

#### **1.2.1.2 Identidad cultural y desarrollo territorial**

La identidad cultural es el sello característico de un pueblo considerando su historia, sus costumbres, sus tradiciones, sus creencias y otros elementos de su patrimonio cultural que a lo largo de su historia se han creado y siguen creando.

La identidad cultural en un pueblo puede ser esa fuerza que empuja al desarrollo de su sociedad.

Para Molano (2007) la cultura es un elemento importante para el desarrollo de un territorio, tanto así que nos dice que en muchos pueblos de Europa y América Latina ponen en práctica la revalorización de lo cultural, de lo identitario y lo patrimonial como eje de su propio desarrollo. Estas prácticas, no solo pueden llegar a poblar las áreas rurales, sino también pueden estimular o animar a una población indiferente, a comenzar actividades económicas con lo que pueden mejorar la calidad de vida de la población.

Además, Molano (2007) afirma que es necesario el interés colectivo, es decir la participación política, comunal, empresarial entre otros; y el reconocimiento de nuestros orígenes y patrones culturales para que la identidad cultural genere un desarrollo territorial.

Es así que podemos decir que la sociedad puede utilizar a la cultura como un recurso para el desarrollo de su territorio.

### **1.2.1.3 Importancia de la identidad cultural en la sociedad**

De acuerdo a lo manifestado anteriormente, podemos decir que la identidad cultural es un elemento importante para el desarrollo, y se debería incluir en los proyectos de desarrollo de toda comunidad, región o país.

Sobre el tema Rojas (2011), citado por Huayanay (2016) menciona que hay cuatro importancias básicas sobre la identidad cultural: Le da un propósito a la existencia de una sociedad; refuerza el vínculo entre generación a generación; crea vínculos entre el pasado, el presente y el futuro; y revalora el estilo de vida y manifestaciones de antepasados y nos une.

Entre otros puntos importantes sobre la identidad cultural, en su tesis doctoral Castillo (2017) dice que es preciso afianzar nuestra identidad por medio de la revalorización de los elementos históricos, las costumbres, entre otros, para desarrollar una gestión adecuada de nuestro patrimonio por medio del turismo.

## **1.2.2 Conciencia turística**

### **1.2.2.1 Teorías sobre la Conciencia Turística**

Sobre esta variable se puede mencionar que para que el turismo tenga éxito, los actores vinculados con el desarrollo de la actividad turística deben ser conscientes de su representación como anfitrión o servidor de turismo de su localidad.

Tener conciencia turística no se trata solo de ser hospitalario con el turista, de tener buena actitud con la comunidad, sino de ser conscientes que debemos de conocer, valorar y así aprender a cuidar y conservar lo que nos beneficia como población. Y asimismo reconocer al turismo como instrumento para el desarrollo sostenible de nuestra nación.

Arria (1991) citado por Rodríguez (2017) nos dice que tener conciencia turística es poseer conocimientos sobre los lugares turísticos y poder transmitirlos a los visitantes, además, es el conjunto de actitudes que tienen las personas frente a los turistas y se expresan con la bienvenida y hospitalidad que se les brinda.

Asimismo, Corbata (2001) citado por Flores e Ishuiza (2008) sostiene que tener conciencia turística es contar con el interés de conocer nuestra historia, nuestro patrimonio, lo que enriquece a una nación deseando reconocer que es tarea de cada uno de los actores vinculados a la actividad para que ello se logre.

### **1.2.2.2 Importancia de la Conciencia turística**

Sosa (2004) nos dice sobre el tema que la conciencia turística forma parte importante para que todas las actividades que están relacionadas al turismo se desarrollen en forma sostenible, asimismo, que su desarrollo debe estar orientado para que forme parte de la cultura de todos los ciudadanos.

No obstante, se puede presentar en tres niveles:

1. Conciencia turística del ciudadano en el destino turístico; el ciudadano debe estar identificado con los recursos turísticos es decir debe conocerlo, valorarlo, difundirlo y cuidarlo.
2. Conciencia turística del prestador de servicios; el prestador de servicios debe contar con vocación de servicio, que debe ser considerada desde la selección del personal, para luego capacitarlo y orientarlo profesionalmente.
3. Conciencia turística de las autoridades; es el compromiso de las autoridades para ayudar a que se realice la actividad turística.

### **1.2.3 Relación entre ambas variables:**

En este estudio se identificará si existe o no relación entre las variables Identidad Cultural y Conciencia Turística.

Es así que el presente estudio se adhiere al autor Clifor Sosa, quien explica la problemática analizada de este estudio.

Sosa (2004) nos dice sobre el tema, que el desarrollo de una conciencia turística se refiere a las actitudes frente al turista, a la misma población, a los

recursos turísticos y demás acontecimientos históricos y que por esa razón está fuertemente relacionada a la identidad cultural.

Es decir que la conciencia turística contribuye a reafirmar la identidad cultural, ya que nos hace revalorar nuestro patrimonio cultural y así despertar el interés de conocerlo, mostrarlo y conservarlo. Ambas variables toman un papel fundamental en el turismo y, como también, para el desarrollo de un país, tomando en cuenta lo importante que se ha convertido el turismo en nuestro país.

Una frase conocida “Nadie ama lo que no conoce ni defiende lo que no siente suyo”, es decir sino aprendemos a conocer e identificar nuestro patrimonio será muy difícil poder cuidarlo y conservarlo, por eso debemos de tomar en cuenta a la educación como base para el reforzamiento de nuestra identidad y generar conciencia.

#### **1.2.4 Análisis de la ciudad de Canta**

##### **Ubicación**

El distrito de Canta, ubicado en la provincia con el mismo nombre del departamento de Lima, está conformado por 4 poblados: Canta, Obrajillo, Pariamarca y Carhua, siendo Canta la ciudad principal del distrito y el eje del presente estudio. (Ver anexo n° 1)

##### **Reseña histórica de la ciudad de Canta**

La historia de la ciudad de Canta se remonta a la época Inca asentada en Cantamarca, al oriente del actual pueblo de Canta; Cantamarca que en lengua Kauki significa: kanta “soga para coger vicuñas” y marca “población” es decir “pueblo de cazadores de vicuñas”.



Cantamarca fue construida en el intermedio tardío (1100 d.c.) y fue residencia del curaca principal de los Cantas hasta ser conquistada por el Inca Túpac Yupanqui en el año 1450 y ser distribuida en 8 ayllus.

En la época de la colonización, los españoles llegaron al valle en el año 1535, unos años después en 1544 forzaron a los indios a trasladarse a la nueva ciudad de Canta, con el fin de adoctrinarlos a la religión católica y alejarlos de sus costumbres ancestrales.

La ciudad de canta fue fundada el 8 de diciembre de 1535 por el encomendero Nicolás de Rivera “el Mozo”, la cual fue llamada “Villa de la Purísima Concepción de Canta”.

En el año 1839 fue declarada “Heroica Villa”, ya que durante la campaña por la independencia de la corona española los canteños participaron de la causa libertadora, colaborando con la independencia en La Batalla de Quillapata, llevada a cabo el 02 de mayo de 1821.

Asimismo, en la época republicana, en el año 1879 al enterarse de la declaratoria de guerra de Chile contra el Perú, la población canteña, entre jóvenes adultos y mayores se prepararon para la lucha desde noviembre de 1880.

Luego de la participación de los canteños en Lima, donde se dieron las batallas de San Juan y Miraflores en enero de 1881 y en las cuales fueron reducidos, el gobierno Chileno en su afán de realizar más expediciones, y combatir las fuerzas peruanas que se organizaban en el departamento de Junín, ordenó que se realizara una nueva expedición a los Andes peruanos; es así que con la amenaza que el territorio canteño fuera invadido, los pobladores de Canta, aunque muchos de ellos no eran soldados, se reunieron de forma espontánea en la plaza

principal y deciden defender con su vida su territorio, demostrando así valentía y patriotismo.

Encomendándose al Niño Jesús Mariscal Chaperito, ya informados que el ejército chileno había invadido la hacienda “Sángrar”, partieron el 24 de Junio del mismo año, camino a las pampas de Sángrar, hoy pertenecientes a Carapoma (Región Junín), siendo el 26 de junio la fecha del enfrentamiento, cuando lucharon hasta llegar a la gloria, este enfrentamiento es conocido como el Combate de Sángrar, donde se escuchó la frase ¡HOY O NUNCA!, frase que hasta hoy en día levanta el espíritu de los canteños, y siendo este combate también un logro de las fuerzas peruanas.

### **Recursos y atractivos turísticos**

Cantamarca: Actualmente es un sitio arqueológico, declarado Patrimonio Cultural de la Nación en el año 2006, su arquitectura se caracteriza por sus recintos circulares en forma de chullpas, donde sus techos son piedras muy grandes, las cuales están sostenidas por una columna de piedras sobrepuestas que se encuentra en el medio del recinto. (Ver anexo n° 2)

Y en la cima de Cantamarca podemos ubicar una capilla (dentro de ella una imagen, la Virgen Dolorosa) y una cruz, por las cuales todos los años a inicios del mes de mayo celebran la Fiesta de la Santísima Cruz de Cantamarca, una festividad muy tradicional que dura del 01 al 03 de mayo. (Ver anexo n° 3)

Zona monumental de Canta: En este lugar se encuentra la iglesia Inmaculada Concepción de Canta (donde se conservan desde la época colonial imágenes de gran valor religioso), también podemos ubicar la Fortaleza de Canta (Casa comunal) que actualmente se encuentra cerrada y se observa deteriorada,

además de la plaza de armas en donde hay edificaciones de arquitectura colonial, todos estos recursos conforman la zona monumental de Canta declarada Patrimonio Cultural de la Nación en el año 1988 por el Instituto Nacional de Cultura-INC. (Ver anexo n° 4)

Es necesario mencionar que la ciudad de Canta actúa como centro soporte, ya que mayormente los turistas llegan a la ciudad porque cuenta con zonas de embarque y desembarque, así como los servicios básicos y demás servicios necesarios para la actividad turística. Sin embargo, necesitan mejorar en infraestructura turística como en la señalética y las zonas de embarque y desembarque, ya que no existen paraderos formales y de esa manera dar una mejor imagen a la ciudad.

Pero el icono turístico del distrito de Canta es Obrajillo, ubicado a 10 minutos de la ciudad de Canta, cuenta con un hermoso paisaje natural, y además se pueden realizar diferentes actividades como visitas a cataratas, realizar campamentos, paseos a caballos, paseos en cuatrimoto entre otras actividades.

Asimismo, llegando a la ciudad de Canta, también ofrecen servicio de traslado al circuito de la Cordillera de la Viuda y sus lagunas, en donde pueden visitar el Mirador de San Pedro, la Cascada de Pomora, la Laguna de Torococha, la Laguna de Chuchun, la Laguna 7 colores y la Piscigranja Comunal de Huaros, ubicados en el distrito de Huaros, todo lo cual conforma un circuito espectacular. (Algunos de los recursos mencionados ya se encuentran en el inventario turístico nacional-Ver anexo n°6)

Es importante indicar otro lugar cercano a la ciudad de Canta, como el distrito de Santa Rosa de Quives, donde se encuentra el Santuario de Santa Rosa

de Quives y donde también llegan muchos visitantes en alta temporada, ya sea por su valor religioso o recursos turísticos con los que cuenta, y el cual está ubicado a media hora antes de llegar a la ciudad de Canta tomando la ruta Lima-Canta, esta cercanía se debería aprovechar para atraer a los visitantes del mencionado distrito a la ciudad de Canta. (Ver anexo n°6)

Por lo descrito anteriormente, y considerando que los demás distritos de la Provincia de Canta cuentan con sus propios y diversos recursos turísticos, la Provincia de Canta por su potencial turístico en conjunto, podría considerarse como un destino turístico espectacular, por su naturaleza, por su cultura y por las diversas actividades de aventura que se pueden realizar en los diferentes distritos.

Además de los recursos y atractivos turísticos antes mencionados, celebran diversas festividades como el Aniversario del Combate de Sánger en el mes de junio, la Ceremonia de la Escenificación de Las Ingas en el mes de setiembre, la Festividad de la Virgen de la Natividad y el Niño Mariscal Chaperito en el mes de setiembre, la Fiesta del Señor de los Auxilios en el mes de setiembre, entre otras; además cuentan con diversos bailes típicos y variedad de comidas típicas.

Cabe mencionar que el mes de setiembre es el mes cuando más festividades festejan en la ciudad de Canta y es motivo principal por el cual muchos de los canteños emigrantes regresan a su ciudad natal para festejar con mucho fervor sus fiestas y visitar a sus familias.

A continuación se detalla la relación de las principales festividades, bailes típicos, así como comidas típicas, bebidas y postres a nivel provincial. Mencionar también que algunas de las festividades y bailes típicos ya se encuentran registrados en el Inventario Turístico del Perú: (Ver anexo n°5 y 6)

**Tabla 1: Principales festividades de la Provincia de Canta**

PRINCIPALES FESTIVIDADES, SEGÚN PROVINCIA				
Provincia y distrito	Nombre de la Festividad	Fecha de Celebración	Días de Duración	
Canta				
	Canta	Fiestas de las Cruces	03 de mayo	03
	Canta	San Juan	08 de junio	07
	Canta	Niño Chaperito	08 de setiembre	07
	Canta	Señor de los Auxilios	15 de setiembre	07
	Canta	Virgen del Carmen	17 de setiembre	05
	Canta	San Miguel Arcángel	27 de setiembre	06
	Canta	Virgen Cueva Santa	15 de octubre	06
	Canta	Señor de los Milagros	18 de octubre	07

Fuente: INEI "Compendio Estadístico Lima Provincia 2016"

**Tabla 2: Principales bailes típicos de la Provincia de Canta**

PRINCIPALES BAILES TÍPICOS, SEGÚN PROVINCIA			
Provincia		Localidad	Nombre del baile
Canta		Quipán (Huamantanga)	Los Abuelitos de Quipán
		San Buenaventura	Los Chunchitos de San Buenaventura
		Marco (Huamantanga)	Los Negritos se San José
		Huamantanga y Canta	Representación de la Conquista
		Huacos (Huaros)	La Limpia de Acequia
		San José (Canta)	Los Viejitos de San José
			La Herranza

Fuente: INEI "Compendio Estadístico Lima Provincia 2016"

**Tabla 3: Principales comidas típicas, bebidas y postres de la Provincia de Canta**

PRINCIPALES COMIDAS TÍPICAS, BEBIDAS Y POSTRES, SEGÚN PROVINCIA			
Provincias	Comidas Típicas	Bebidas/ aperitivos	Postres
Canta	Pachamanca	Chicha de jora o maíz morado	Mazamorra de calabaza
	Tallarín de perdiz	Calientito	Manjar blanco
	Cuy colorado	Ponche de leche con huevo	Chufño polaco con leche
	Mote pelado	Ponche de arroz con huevo	Mazamorra de Macha
	Puchero		
	Carapulcra		
	Patache		
	Sopa canteña		
	Huatia		
	Caldo de mote		
	Trucha a la parrilla		
	Tamales en panca de choclo		

Fuente: INEI "Compendio Estadístico Lima Provincia 2016"

Haciendo un análisis sobre los estados actuales de los recursos turísticos y la infraestructura con los que cuenta la ciudad de Canta, considerado como centro soporte, y pese a la importancia que tiene el turismo como fuente de generación de empleo y otros beneficios que nos da dicha actividad, no se está dando el cuidado necesario para su conservación, ya sea por falta de recursos de las entidades competentes o la acción por parte de la población, cualquiera sea el caso, esto se da por la baja conciencia turística que se está generando en los involucrados.

Se requiere que se tomen medidas correctivas de parte de las entidades públicas y privadas, así como incentivar la participación de la población en temas turísticos, para mejorar el desarrollo de la actividad turística no solo en la ciudad de Canta, sino también en todo el distrito, de manera responsable y sostenible.

Esto conllevará a que se desarrolle el turismo como una actividad con éxito en Canta.

### **1.2.5 Programas sobre la conciencia turística y fortalecimiento de la cultura a nivel nacional**

El desarrollo de la conciencia turística en una población tiende a contribuir al desarrollo de un turismo sostenible en su comunidad, por ello a nivel nacional, desde varios años atrás, se viene realizando capacitaciones sobre el tema, por diferentes entidades públicas.

Entre el 2002 y 2003 se llevó a cabo un programa turístico a nivel nacional llamado “PLAN PURIQ: Descubre lo nuestro”, desarrollado por el MINCETUR y CENFOTUR en coordinación con las municipalidades, en el cual se tuvo como objetivo principal permitir la participación de la población en actividades turísticas a nivel nacional, además de fortalecer la conciencia turística en toda la comunidad, así como obtener el beneficio de fortalecer la identidad nacional.

Por su parte el Ministerio de Cultura, promoviendo la cultura en busca del fortalecimiento de la identidad nacional, también realiza diversas actividades culturales publicadas en su Agenda Cultural.

Asimismo, el mismo ministerio es el encargado de planificar con todos los niveles de gobierno (local, regional y nacional) actividades que permitan el desarrollo de todos los pueblos, promoviendo el fortalecimiento de la identidad cultural. Por ende, las autoridades competentes de Canta podrían trabajar conjuntamente con dicho ministerio para llevar a cabo talleres para afianzar la identidad cultural de su población.

Además, existen programas culturales a través de la televisión nacional, en los que muestran nuestra cultura como: “Presencia cultural”, “Sucedió en el Perú”, “A la vuelta de la esquina”, entre otros, que motivan al interés de conocer más de lo nuestro y así valorar más nuestra identidad cultural como peruanos.

### **1.3 Definición de términos básicos**

#### **1.3.1 Actividad turística.-**

El Congreso de la República (2009) indica que la actividad turística es “La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo” (p.8).

#### **1.3.2 Centro soporte.-**

El MEF y el MINCETUR (2011) indican que un centro soporte es “Conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística” (p.15).

#### **1.3.3 Costumbres.-**

Según Bembrine (2010), las costumbres son “Todas aquellas acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia” (p.1).

#### **1.3.4 Hospitalidad.-**

Bermejo (2011) nos dice que la hospitalidad es “Un valor ético, que evoca la apertura a un “nosotros” que genere en las personas la experiencia de que “nada



humano me es ajeno”. Evoca realidades próximas como la responsabilidad, la compasión, la solidaridad, la acogida” (p.1).

### **1.3.5 Turismo.-**

Según la OMT (2008), el turismo es “Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (p.1).

### **1.3.6 Turista.-**

Según el Congreso de la República (2009), el turista es:

Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino. (p.8)

## **CAPÍTULO II:**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **2.1 Formulación de hipótesis**

##### **2.1.1 Hipótesis principal**

- ❖ Existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.

##### **2.1.2 Hipótesis derivadas**

- ❖ Existe una relación significativa entre el entorno geográfico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.
- ❖ Existe una relación significativa entre el elemento histórico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.
- ❖ Existe una relación significativa entre el elemento simbólico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.
- ❖ Existe una relación significativa entre el elemento tangible respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.

## 2.2 Variables y definición operacional:

**Tabla 4: Operacionalización de las variables**

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES						
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA VALORATIVA
IDENTIDAD CULTURAL	Galán (2012) señala que la identidad cultural es el conjunto de elementos culturales tangibles e intangibles y que identifican a un grupo social frente a otros.	Para medir la variable "Identidad Cultural", se aplicará un cuestionario de 7 preguntas, las cuales serán referentes a sus 4 dimensiones: Entorno geográfico, el cual influye en sus actividades económicas; elemento histórico, respecto a los acontecimientos ocurridos a través de la historia como su origen y patrones culturales; elemento simbólico, referente a las expresiones culturales intangibles como la religión, educación y danza; y por último el elemento tangible relacionado a las actividades cotidianas resultado de las necesidades históricas como la gastronomía.	Entorno Geográfico	*Actividades Económicas	1	(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
			Elemento Histórico	*Origen *Patrones Culturales	2	
			Elemento Simbólico	*Religión *Educación *Danzas	3	
			Elemento tangible	*Gastronomía	1	
CONCIENCIA TURÍSTICA	Arria (1991) nos dice que tener conciencia turística es poseer conocimientos sobre los lugares turísticos y poder transmitirlos a los visitantes, además, es el conjunto de actitudes que tienen las personas frente a los turistas y se expresan con la bienvenida y hospitalidad que se les brinda.	Para medir la variable "Conciencia Turística", se aplicará un cuestionario de 7 preguntas, las cuales serán referente a sus 3 indicadores como: el conocimiento, refleja el conocimiento de los lugares y actividades a mostrar y su importancia; hospitalidad, se refleja en la amabilidad y atención que se brinda al visitante; y actitud, se refleja en los comportamientos.		*Conocimiento	2	
				*Hospitalidad	3	
				*Actitud	2	

## 2.3 Matriz de consistencia:

**Tabla 5: Matriz de consistencia**

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>				
<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		
¿Cuál es la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta?	Identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta	Existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta	Identidad cultural	Diseño: Enfoque cuantitativo Tipo: Básico-descriptivo-correlaciona-transversal
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Técnicas de recolección de datos: Encuesta
1) ¿Cuál es la relación que existe entre el entorno geográfico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta? 2) ¿Cuál es la relación que existe entre el elemento histórico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta? 3) ¿Cuál es la relación que existe entre el elemento simbólico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta? 4) ¿Cuál es la relación que existe entre el elemento tangible respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta?	1) Identificar la relación que existe entre el entorno geográfico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta. 2) Identificar la relación que existe entre el elemento histórico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta. 3) Identificar la relación que existe entre el elemento simbólico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta. 4) Identificar la relación que existe entre elemento tangible respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.	1) Existe una relación significativa entre el entorno geográfico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta. 2) Existe una relación significativa entre el elemento histórico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta. 3) Existe una relación significativa entre el elemento simbólico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta. 4) Existe una relación significativa entre el elemento tangible respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.	Conciencia Turística	Población: La ciudad de Canta tiene una población total de 1455 ciudadanos. Muestra: 304 ciudadanos de la ciudad de Canta.

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño metodológico**

En primer lugar, indicar que el presente estudio es de tipo básico porque es descriptivo, es decir, no hay experimento. Sobre ello, Hernández (2010) citado por Pinto (2017) nos señala que son estudios en los cuales no se manipulan las variables y solo se describe la realidad. Y a su vez, es correlacional porque se van a relacionar dos variables.

El diseño del estudio, de acuerdo al objetivo, es el cuantitativo ya que se usó el cuestionario y los resultados se expresan en cantidades, en relación a este tema Hernández (2014) citado por Pinto (2017) dice que la recolección de datos en un estudio cuantitativo, se realiza en base a la medición numérica, con la finalidad de probar las hipótesis.

Además, es un estudio transversal porque se ha recogido la muestra en una sola etapa. Al respecto, Müggenburg y Pérez (2007) mencionan que este tipo de estudio es aquel en que la muestra se toma en una sola oportunidad. También es prospectivo porque se realizó las encuestas para la investigación en la actualidad. Acerca de ello, los autores antes mencionados indican que son estudios en los cuales los datos se recogen desde la fecha actual hacia adelante.

## 3.2 Diseño muestral

### 3.2.1 Población y muestra. -

Población:

Se realizó la consulta respectiva con el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, y según datos del Empadronamiento Distrital de Población y Vivienda – SISFOH (2012 – 2013), la ciudad de Canta tiene una población total de 1455 habitantes. (INEI-Oficina Técnica de Difusión, comunicación personal, 21 de setiembre de 2018)

Muestra:

Según Cano (1983) citado por Guerra (2017) indica que, la muestra es una parte que representa a la población y que tienen determinadas características, las cuales se van a investigar.

En este estudio la muestra es de tipo probabilística, al respecto, Hernández (2014) nos dice que en las muestras probabilísticas, todos los que conforman la población tienen la oportunidad de ser elegidos para la muestra, considerando las características similares y el tamaño de la muestra, y esta selección será de manera aleatoria.

A continuación se describirá la fórmula y el cálculo para obtener el tamaño de la muestra en poblaciones finitas:

Fórmula:

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

Donde:

n: tamaño de la muestra a buscar

P: cantidad de personas a favor= 0.5

Q: cantidad de personas que no están de acuerdo= 0.5

E: máximo error de estimación= 0.5

Z: valor de la tabla de distribución normal, con un nivel de confianza del 95%=  
1.96

N= total de la población

Cálculo:

$$n = \frac{3.84 \times 0.5 \times 0.5 \times 1455}{(0.0025) (1454) + (3.84 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{1396.8}{4.595}$$

$$n = 304$$

### **3.3 Técnicas y Recolección de Datos.-**

#### **Técnica de recolección de datos**

La técnica que se aplicó en esta investigación para la recolección de datos fue la encuesta. Al respecto, Amau (2006) citado por Pinto (2017) una encuesta es una técnica de la investigación para recoger datos cuantitativos sobre una población.

## **Instrumento de recolección de datos**

Y el instrumento fue el cuestionario. Sobre ello, Hernández, Fernández y Baptista (2014) citados por Pinto (2017), sostienen que dicho instrumento se basa en un conjunto de preguntas en referencia a una o más variables que se desean medir.

Para el procedimiento primero se consideró el tiempo, fue el mes de noviembre de 2018; la aplicación de las encuestas se realizó en la plaza principal, casas alrededores de la plaza y calles contiguas; además, de la avenida principal av. 26 de junio.

### **3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.-**

En este estudio, para la presentación de los resultados, se contrastaron las hipótesis con los estadísticos correspondientes, según el análisis estadístico SPSS versión 24.0.

### **3.5 Aspectos éticos.-**

En primer lugar, es indispensable que todos los participantes que conformaron parte de la muestra sean informadas del estudio y hayan brindado su consentimiento, de otra forma no podrían ser incluidos. Además, existe la confidencialidad de los datos, ya que las demás personas no deben conocer los resultados de las personas que formaron parte del estudio.

Por otro lado, este estudio es original, es decir, no contiene párrafos copiados ni es copia fiel de ningún otro estudio anterior. Toda fuente utilizada para esta investigación ha sido debidamente citada o referenciada en la bibliografía como corresponde.



## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Los resultados se obtuvieron a través del Programa Estadístico SPSS versión 24.0, y por medio del cual se puede describir lo siguiente:

### 4.1 Análisis de fiabilidad

En primer lugar, se describe el análisis interno sobre la fiabilidad del instrumento cuantitativo, en este caso el cuestionario utilizado en el presente estudio:

**Tabla 6: Análisis interno de fiabilidad del instrumento-Alfa de Cronbach**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,529	2

*Fuente: elaboración propia (2018)*

#### **Interpretación:**

En la tabla 6, se observa que el Coeficiente de Alfa de Cronbach tiene un valor de 0,529, esto significa que la escala de medida es fiable, muy favorable para este estudio, es decir, mide lo que pretende medir, ya que son mediciones estables y consistentes.

Y con respecto al análisis externo del mismo instrumento cuantitativo, se realizó por medio de juicio de expertos, que a continuación se mencionan:

**Tabla 7: Análisis externo de validación del instrumento-Validación de expertos**

NOMBRE DEL VALIDADOR	GRADO ACADÉMICO	INSTITUCIÓN DONDE LABORA	ESPECIALIDAD	VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO (%)
Bárbara Isabel Ponce Ponce	MBA	Universidad San Martín de Porres	Administración- Metodología	100
Ana Alemán Carmona	DOCTOR	Universidad San Martín de Porres	Gestión cultural- Turismo	100

*Fuente: elaboración propia (2018)*

De acuerdo a los informes de opinión de los expertos antes mencionados, se obtuvo el 100% de valoración del instrumento en ambos informes; por lo que, el instrumento fue aplicado tal y como se elaboró. (Ver anexo n°7)

#### 4.2 Prueba de normalidad

Prueba de Normalidad – Prueba de Kolmogorov – Smirnov

**Tabla 8: Prueba de normalidad- Prueba de Kolmogorov-Smirnov**

		TIC	TCT	TOTAL
N		304	304	304
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	23,69	27,93	51,62
	Desviación estándar	3,532	3,187	5,548
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,088	,136	,085
	Positivo	,088	,136	,085
	Negativo	-,072	-,072	-,052
Estadístico de prueba		,088	,136	,085
Sig. asintótica (bilateral)		,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

N= 304

*Fuente: elaboración propia (2018)*

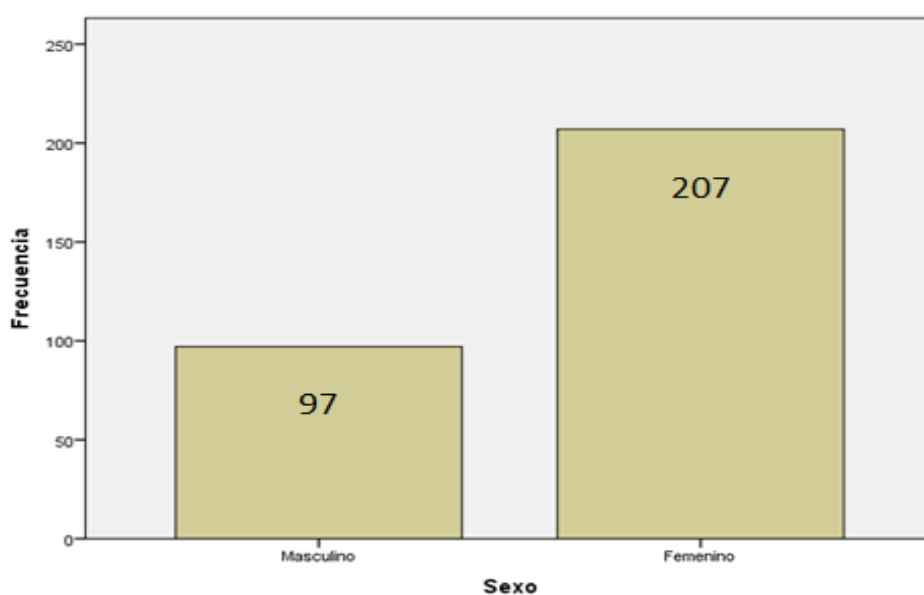
### Interpretación:

En la tabla 8, se presenta la prueba de normalidad, analizada con la prueba de Kolmogorov – Smirnov, dicha distribución de la prueba es normal con un puntaje  $p=0,085$  siendo mayor a 0.05, ello significa que se utilizará una prueba no paramétrica, en este caso se utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman.

### 4.3 Estadísticos descriptivos

En este punto, en primer lugar, se detallan las características de los pobladores participantes como sexo y edad:

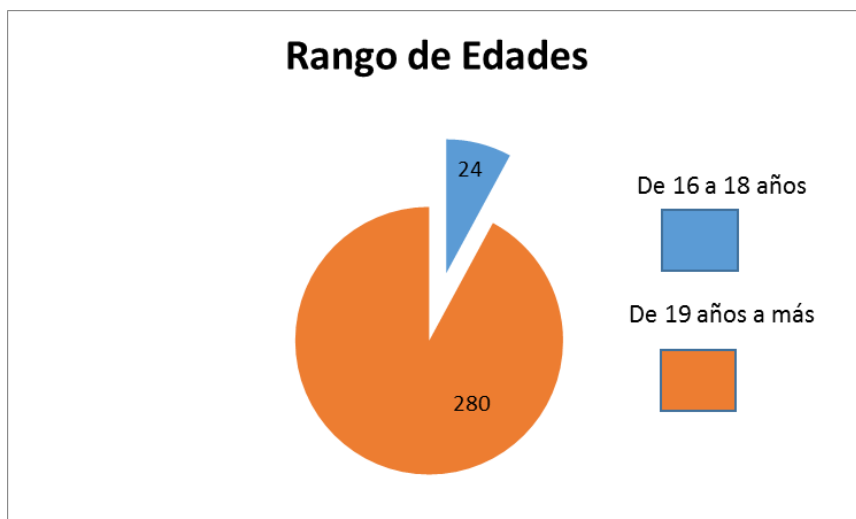
Según el sexo, del total de la muestra, es decir 304 pobladores, se contabilizaron la participación de 97 pobladores de sexo masculino y 207 pobladores del sexo femenino:



**Gráfico 1: Histograma de la distribución según el sexo**

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

Según la edad, del total de la muestra, es decir 304 pobladores, se contabilizaron la participación de 24 pobladores de 16 a 18 años y 280 pobladores de 19 años a más:



**Gráfico 2: Distribución según la edad**

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

A continuación, el cuadro de estadísticos descriptivos según las variables Identidad Cultural y Conciencia Turística:

**Tabla 9: Cuadro de los estadísticos descriptivos**

		TIC	TCT
N	Válido	304	304
	Perdidos	0	0
Media		23,69	27,93
Mediana		23,00	28,00
Moda		22	26
Desviación estándar		3,532	3,187

N= 304

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

**Interpretación:**

En la Tabla 9, observamos las medidas de tendencia central, las cuales son la media, mediana, moda; la media presenta un promedio de 23,69 para la variable de Identidad Cultural y para Conciencia Turística un promedio con puntaje de 27,93, así mismo, ésta última presenta una desviación estándar de 3,187 y un puntaje de

3,532 para la variable Identidad Cultural, esto quiere decir que dicha variable tiene mayor variabilidad con respecto a la población de la ciudad de Canta.

#### 4.4 Comprobación de las hipótesis

##### Hipótesis general

Ho: No existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta

Ha: Existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta

**Tabla 10: Correlación Rho de Spearman entre las variables de Identidad Cultural (TIC) y Conciencia Turística (TCT)**

		TIC	TCT
Rho de Spearman	TIC	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,406**
		N	. 304
	TCT	Coeficiente de correlación	,406**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000 304

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

$$p = 0.000 < 0.05$$

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

##### Interpretación:

En la tabla 10, observamos la relación que existe entre las dos variables, identidad cultural y conciencia turística, con una correlación de  $r=0.406$ , siendo esta positiva moderada y significativa. Dicha relación significa que los lugareños de la ciudad Canta en su mayoría se muestran identificados con sus costumbres y

tradiciones propias del lugar, asimismo mostrando empatía hacia los turistas; además de mostrarse conocedores de la importancia del turismo en la zona, por generar un beneficio económico personal.

### Hipótesis específica 1

Ho: No existe una relación significativa entre el entorno geográfico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta

Ha: Existe una relación significativa entre el entorno geográfico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta

**Tabla 11: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Entorno Geográfico de la variable Identidad Cultural y Conciencia Turística (TCT)**

		E.		
		TCT	Geográfico	
Rho de Spearman	TCT	Coeficiente de correlación	1,000	,367**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	304	304
		<hr/>		
	E.	Coeficiente de correlación	,367**	1,000
	Geográfico	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	304	304

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

$p = 0.000 < 0.05$

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

### Interpretación:

En la tabla 11, se muestra que existe una correlación entre la dimensión entorno geográfico de la variable identidad cultural y la conciencia turística, con un

puntaje de 0.367, siendo esta una relación significativa y positiva moderada. Lo que significa que la mayoría de los pobladores valoran sus recursos naturales en relación a las actividades económicas que desarrollan como la agricultura y la ganadería, ya que no solo les sirve para su consumo sino también les retribuye un beneficio económico, reflejándose más en la venta de sus productos ante la llegada de turistas.

### Hipótesis específica 2

Ho: No existe una relación significativa entre el elemento histórico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.

Ha: Existe una relación significativa entre el elemento histórico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.

**Tabla 12: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Histórico de la variable Identidad Cultural y Conciencia Turística (TCT)**

			TCT	E. Histórico
Rho de Spearman	TCT	Coefficiente de correlación	1,000	,391**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	304	304
	E. Histórico	Coefficiente de correlación	,391**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	304	304

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

$p = 0.000 < 0.05$

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

### Interpretación:

En la tabla 12, vemos una relación entre la dimensión elemento histórico de la variable identidad cultural y la conciencia turística, un con valor de 0.391, siendo esta correlación positiva moderada y significativa. Esto evidencia que la mayor parte de los pobladores reconocen su historia, valorando los acontecimientos pasados y transmitiéndolos hasta la actualidad; creando así una conciencia turística ante la llegada de turistas, por lo que valora y preserva sus raíces culturales.

### Hipótesis específica 3

Ho: No existe una relación significativa entre el elemento simbólico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta

Ha: Existe una relación significativa entre el elemento simbólico respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta

**Tabla 13: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Simbólico de la variable Identidad Cultural y Conciencia Turística (TCT)**

		E.	
		TCT	Simbólico
Rho de Spearman	TCT	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,241**
		N	,000
		N	304
			304
E. Simbólico		Coeficiente de correlación	,241**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000
		N	304
			304

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

$$p = 0.000 < 0.05$$

Fuente: *Elaboración propia (2018)*



### Interpretación:

En la tabla 13, observamos que hay una relación entre la dimensión elemento simbólico de la variable identidad cultural y la variable conciencia turística, con un valor de correlación de 0.241, siendo esta relación positiva moderada y significativa. Esto significa que son más los lugareños que buscan transmitir sus costumbres a los turistas, un claro ejemplo es cuando se celebra el aniversario de la Ciudad de Canta, y otro es en el mes de setiembre, cuando la población vive con gran devoción y reflexión religiosa estos días, asimismo realiza danzas típicas, entre otras actividades costumbristas.

### Hipótesis específica 4

Ho: No existe una relación significativa entre el elemento tangible respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.

Ha: Existe una relación significativa entre el elemento tangible respecto a la identidad cultural y la conciencia turística en la población de la ciudad de Canta.

**Tabla 14: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Tangible de la variable Identidad Cultural y Conciencia Turística (TCT)**

			TCT	E. Tangible
Rho de Spearman	TCT	Coeficiente de correlación	1,000	-,036
		Sig. (bilateral)	.	,531
		N	304	304
E. Tangible	E. Tangible	Coeficiente de correlación	-,036	1,000
		Sig. (bilateral)	,531	.
		N	304	304

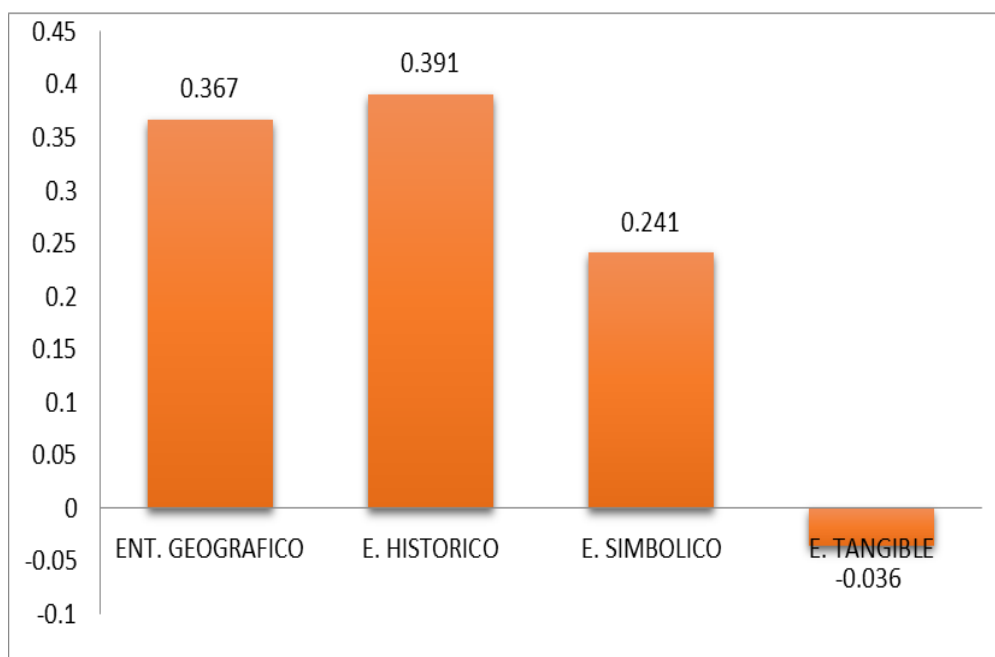
p=0.000 > 0.05

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

### Interpretación:

En la tabla 14, observamos que existe una correlación inversa entre la dimensión elemento tangible de la variable identidad cultural y conciencia turística, con un valor de correlación de -0.036, es decir, cuando una aumenta, la otra variable disminuye. De acuerdo al ítem considerado en el cuestionario, significa que la mayoría de los pobladores no están muy relacionados con la gastronomía en su localidad.

A continuación un gráfico en el que se refleja las correlaciones de la conciencia turística con las dimensiones de la identidad cultural consideradas en el presente estudio, como antes ya mencionados: entorno geográfico, elemento histórico, elemento simbólico y elemento tangible.



**Gráfico 3: Distribución de las Correlaciones**

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

Además para demostrar la confiabilidad de la correlación asintótica, se realiza a continuación la correlación estadística entre las dimensiones de la variable identidad cultural y las dimensiones, conocimiento, hospitalidad y actitud.

**Tabla 155: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Entorno geográfico de la variable Identidad Cultural y el indicador “Conocimiento”**

		Entorno geográfico conocimiento		
Rho de Spearman	Entorno geográfico	Coeficiente de correlación	1,000	,031
		Sig. (bilateral)	.	,046
		N	304	304
	Conocimiento	Coeficiente de correlación	,031	1,000
		Sig. (bilateral)	,046	.
		N	304	304

$p=0.046 > 0.05$

**Fuente: Elaboración propia (2018)**

**Interpretación:**

En la tabla 15, observamos que existe una correlación entre la dimensión entorno geográfico de la variable identidad cultural y el indicador conocimiento de la variable Conciencia turística, con un valor de correlación de -0.31, es decir, cuando una aumenta, la otra variable disminuye.

**Tabla 166: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Histórico de la variable Identidad Cultural y el indicador “Hospitalidad”**

		Elemento Histórico conocimiento		
Rho de Spearman	Elemento histórico	Coeficiente de correlación	1,000	,0391
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	304	304
	Conocimiento	Coeficiente de correlación	,0391	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	304	304

$p=0.000 > 0.05$

*Fuente: Elaboración propia (2018)*

**Interpretación:**

En la tabla 16, observamos que existe una correlación entre la dimensión elemento histórico de la variable identidad cultural y el indicador hospitalidad de la variable Conciencia turística, con un valor de correlación de 0,391, es decir, cuando una aumenta, la otra variable disminuye.

**Tabla 177: Correlación Rho de Spearman entre la dimensión Elemento Simbólico de la variable Identidad Cultural y el indicador “Actitud”**

		Elemento Simbólico Actitud		
Rho de Spearman	Elemento simbólico	Coeficiente de correlación	1,000	,421
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	304	304
	Actitud	Coeficiente de correlación	,421	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	304	304

$p=0.000 > 0.05$

*Fuente: Elaboración propia (2018)*

**Interpretación:**

En la tabla 17, observamos que existe una correlación entre la dimensión elemento simbólico de la variable identidad cultural y el indicador Actitud de la variable Conciencia turística, con un valor de correlación de 0,421, es decir, cuando una aumenta, la otra variable disminuye.

## **CAPÍTULO V:**

### **DISCUSIÓN**

En este capítulo, se analizará, se comparará e interpretará los resultados obtenidos, bajo el análisis estadístico SPSS, con otros autores que han realizado trabajos previos en relación a las variables planteadas en el presente estudio.

#### **Identidad cultural y conciencia turística**

Díaz (2016) en su tesis mencionada en los antecedentes, confirma que sí existe relación entre la conciencia turística e identidad local de los pobladores del distrito de Ancón, confirmando que son más los pobladores que sienten orgullo de vivir en su distrito, del mismo modo se relacionan con los recursos turísticos naturales y culturales que poseen.

La presente tesis encuentra similitud con el estudio de Díaz, en primer lugar referente a las variables tomadas para el estudio, y además sobre el resultado obtenido, en el cual se logró identificar que hay una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística, dado que los pobladores de la ciudad de Canta se encuentran identificados con su cultura, practicando sus costumbres, tradiciones y a su vez muestran a los visitantes que llegan al lugar lo que ellos tienen para ofrecer, reconociendo que el turismo es importante para el desarrollo de su territorio.

### **Entorno geográfico de la variable identidad cultural y conciencia turística**

En este estudio se identificó que también existe una relación positiva del entorno geográfico de la variable identidad cultural con la conciencia turística, ya que los pobladores valoran sus recursos naturales correspondiente a las actividades económicas que realizan gracias a su ubicación geográfica, cabe mencionar que a diferencia de años anteriores, los ciudadanos de Canta en la actualidad se dedican más a la actividad ganadera, para ofrecer sus productos como el yogurt, el manjar blanco, la leche, el queso entre otros productos a los visitantes que llegan a la ciudad, esto nos demuestra que la actividad turística contribuye a que la población revalore su recursos naturales y así se genera más fuentes de ingresos.

Precisamente, Molano (2007) nos dice que en la revalorización de lo cultural, de lo identitario y lo patrimonial está el eje para el desarrollo, y asimismo hará que la población indiferente comience a realizar actividades económicas con las que contribuyan a mejorar su calidad de vida.

### **Elemento histórico de la variable identidad cultural y conciencia turística**

Corbata (2001) citado por Flores e Ichuza (2007) sostiene que tener conciencia turística es contar con el interés de conocer nuestra historia, nuestro patrimonio, lo que enriquece a una nación deseando reconocer que es tarea de cada uno de los actores vinculados a la actividad para que ello se logre.

En este estudio, se identificó que hay una relación significativa entre el elemento histórico de la variable identidad cultural y la conciencia turística, de acuerdo a los ítem tomados en el cuestionario, esto se debe a la muestra de interés

que tienen la mayoría de los pobladores en su historia y orígenes, mostrando conocimiento sobre su patrimonio y por consiguiente valorando los acontecimientos pasados y transmitiéndolos hasta la actualidad, creando así una conciencia turística que identifica los hechos históricos desarrollados en su localidad, siendo este resultado coincidentemente con lo que dice Corbata.

### **Elemento simbólico de la variable identidad cultural y conciencia turística**

Al respecto, este estudio concluyó que existe una relación positiva del elemento simbólico de la variable identidad cultural con la conciencia turística; ya que se evidencia que los pobladores grandes y chicos asisten a fiestas religiosas mostrando gran fervor, además los centros educativos realizan actividades culturales en las cuales los alumnos participan con motivación.

Puntualizando sobre el tema, Huertas (2017) en su tesis, también mencionado en los antecedentes, identificó que el grupo social es parte importante para el desarrollo de la identidad cultural, indicando que la participación de los estudiantes en las actividades culturales como en los talleres de danzas, teatro y pasacalles, es indispensable, para que la integración de los mismos genere un sentimiento de pertenencia con su cultural local.

### **Elemento tangible de la variable identidad cultural y conciencia turística**

Pinto (2017) en su estudio considerado en los antecedentes, nos dice que en la comunidad, cuando se celebran festividades, suelen poner ferias gastronómicas en donde se vende distintos potajes para los visitantes y pobladores, de manera que se puede apreciar y degustar distintos platos típicos del pueblo.



Por lo contrario, en el presente estudio de acuerdo al ítem consultado en el cuestionario en referencia a la gastronomía, resultó inversa la relación que existe entre el elemento tangible de la variable identidad cultural y la conciencia turística, esto quiere decir que hay una baja participación de los pobladores en lo que a gastronomía se refiere. Esto puede deberse también a que muchos de los pobladores son migrantes de otros departamentos del país y no están muy relacionados con la comida típica de la zona.

Similarmente Valqui (2017) en su estudio descrito en los antecedentes, concluyó en que los pobladores no mantienen en su totalidad las costumbres del pueblito debido a que la gran mayoría de la población es migrante.

## CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados, se concluye que, sí existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística, demostrando que la mayoría de los pobladores de la ciudad de Canta se encuentran identificados con su patrimonio natural y cultural; y asimismo se encuentran conscientes de la importancia que tiene el turismo para su desarrollo, mostrando conocimiento, hospitalidad y buena actitud frente al turista.

Con respecto al entorno geográfico de la variable identidad cultural, el cual influye en las actividades económicas, se concluye que también existe una relación positiva con la conciencia turística, ya que son más los pobladores que valoran su entorno natural, sus recursos naturales, los cuales influyen en las actividades económicas como la agricultura y la ganadería, esto se demuestra en que hoy en día los pobladores se dedican más a la actividad ganadera, aprovechando la llegada de los turistas para ofrecer sus propios productos como el yogurt, el manjar blanco, la leche, el queso entre otros. Por ello, son conscientes que a más turistas hay más posibilidades de obtener ingresos para el bienestar económico de sus familias.

En referencia al elemento histórico de la variable identidad cultural, que tiene que ver con el origen, también se concluyó que existe una relación positiva con la conciencia turística; por lo que la mayor parte de los pobladores muestran conocimiento sobre su historia, además reconocen su patrimonio cultural, valorando así su cultura, a su vez compartiéndolo y mostrándolo a los turistas que llegan a la ciudad, y evitando adoptar patrones culturales provenientes de los visitantes a su comunidad.

En relación al elemento simbólico de la variable identidad cultural, en el que se considera las expresiones culturales intangibles, igualmente se concluyó que existe una relación positiva con la conciencia turística; ello evidencia que la mayor parte de los pobladores asisten a fiestas religiosas mostrando gran fervor religioso, además los centros educativos realizan actividades culturales en las cuales los alumnos participan; y asimismo en la ciudad de Canta se realizan fiestas tradicionales o costumbristas en donde muestran sus danzas típicas a los lugareños y a los turistas.

Finalmente, en mención al elemento tangible de la variable identidad cultural, que tiene que ver con actividades cotidianas como la gastronomía, a diferencia de las demás dimensiones, se concluyó que hay una relación inversa con respecto a la conciencia turística. De acuerdo al ítem considerado en el cuestionario, resulta que la mayoría de los pobladores no están muy involucrados con la gastronomía; además no hay una adecuada presentación o participación en las ferias gastronómicas. Esto se debe también por la gran cantidad de migrantes que han llegado a la ciudad, que aún no están identificados con los platos típicos de la zona. En consecuencia, se está perdiendo poco a poco lo tradicional y tomando así productos de otras ciudades como si fueran de ellos.

## RECOMENDACIONES

Es importante que todos los elementos que constituyen la identidad cultural se desarrollen positivamente, para ello, se necesita un apoyo en conjunto, pobladores, autoridades y prestadores de servicio, para que se pueda fortalecer la identidad cultural en la ciudad de Canta. Es necesario realizar talleres tanto de identidad cultural como de conciencia turística dirigidos a los diferentes actores ya mencionados, incentivando su participación con la finalidad de sensibilizarlos hacia un turismo sostenible. Es importante también inculcar a los niños de las escuelas, motivando el interés por conocer su historia, elemento principal para generar la identidad cultural de un pueblo.

Con respecto al entorno geográfico, es importante seguir vinculando a las personas con la naturaleza que los rodea, y esto debe ser desde niños; en la ciudad de Canta se realiza la agricultura y la ganadería, dos de las actividades económicas más sobresalientes, sería bueno que el centro educativo enseñe a los niños sobre estas actividades a través de talleres de cultivo, donde aprendan como crecen y como se cosechan los alimentos o productos de la tierra, así como hacerlos participar en ferias o visitas al campo, donde aprendan de donde sale la leche, la carne, como se fabrica el queso y el yogurt. De esta manera se podría fortalecer su identidad cultural y a la vez aprovechar la llegada de turistas para seguir ofreciendo sus productos.

En relación al elemento histórico, considerando al pasado un instrumento muy importante, nuevamente mencionar a la escuela que debería de tener el rol para fortalecer los conocimientos de la historia sobre el origen y los acontecimientos históricos del pueblo de Canta. Sabemos que ya existe el curso de historia en las

escuelas, pero no todas incluyen la historia del mismo pueblo y justamente esto es lo que necesita Canta para afianzar su identidad cultural. Esto hará que sientan orgullo de su ciudad natal, la cual tiene mucha historia y asimismo fortalecerá la identidad cultural de cada persona desde niños y así ayudar a evitar que adopten otros patrones culturales provenientes de turistas que los visitan y comparten tiempo con ellos.

Acerca del elemento simbólico, si bien es cierto la escuela realiza actividades culturales, se podría coordinar con la municipalidad para llevar a cabo con más frecuencia demostraciones de música, baile, canto, entre otras actividades y seguir fortaleciendo este elemento tan importante que ayuda a prevalecer las costumbres y tradiciones de cada pueblo, mostrando así a los turistas la identidad cultural del pueblo.

Y, por último, sobre el elemento tangible, el cual más debilitado resultó, se puede realizar ferias gastronómicas desde las escuelas, creando concursos para que los niños se sientan motivados a conocer sus productos tanto gastronómicos como artesanales. Asimismo, para la población en general realizar talleres de conciencia turística en relación a la gastronomía y todos los demás aspectos que configuran la identidad cultural. Es fundamental realizar capacitaciones para los prestadores de servicios de alimentos & bebidas y hospedaje básicamente en calidad turística, para ello, la municipalidad puede trabajar con el apoyo de las entidades públicas como MINCETUR, específicamente con la Dirección de Normatividad y Calidad Turística y la DIRCETUR Lima-Provincias.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Bembibre, C. (2010) *Definición de costumbres*. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <https://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>
2. Bermejo, J. (2011) *Hospitalidad*. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <http://www.josecarlosbermejo.es/articulos/hospitalidad/>
3. Bermeo, M. (2015) Plan de concientización turística dirigido a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Catamayo, provincia de Loja. *Tesis de Título de ingeniería en turismo y medio ambiente de la Universidad Internacional del Ecuador-Loja*.
4. Castillo, N. (1990) *Turismo, fundamento y desarrollo*. Lima, Perú: Art. Lautrec
5. Castillo, N. (2017) El patrimonio e identidad de Santo Domingo y la gestión del producto turístico cultural de Lima. *Tesis de doctor en turismo de la Universidad San Martín de Porres*.
6. Congreso de la República (2007) *Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación (Ley N° 28296)*. Perú: Diario El Peruano
7. Congreso de la República (2009) *Ley General de Turismo (Ley N° 29408)*. Perú: Diario El Peruano
8. Diaz, M. (2016) Conciencia Turística e Identidad Local de los pobladores del Distrito de Ancón. *Tesis de licenciatura en administración en turismo y hotelería de la Universidad César Vallejo*.
9. Enciso, J. (2015) *Todo sobre la provincia de Canta*. Recuperado el 18 de diciembre de 2018 de <https://cantalimaperu2015.wordpress.com>
10. Fernández, H. (2014) En busca de la identidad cultural como atractivo turístico. *Tesis de licenciatura en turismo de la Universidad Abierta Interamericana*.

11. Flores, R. e Ishuiza, R. (2008) Conciencia turística y su contribución al desarrollo del turismo en la provincia de San Martín. *Tesis de licenciatura en administración de turismo de la Universidad Nacional de San Martín.*
12. Guardia, J. (2018) *Folklore definiciones*. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <http://www.portaldesalta.gov.ar/def-folk.html>
13. Guerra, Y. (2017) Conciencia turística de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco – 2017. *Tesis de licenciatura en turismo de la Universidad Andina del Cusco.*
14. Hernández, R. (2014) *Metodología de la investigación*. (6ta Ed.) México: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
15. Huayanay, G. (2016) La narrativa oral andina y la identidad cultural en los estudiantes de la institución educativa José Varallanos de Jesús, Lauricocha. *Tesis de maestría en ciencias de la educación mención docencia en educación superior e investigación de la Universidad de Huánuco.*
16. Huertas, D. (2017) Análisis de la identidad cultural de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E. Fe y Alegría No 10 respecto a la cultura Colli en la actualidad. *Tesis de licenciatura en turismo y hotelería de la Universidad San Martín de Porres.*
17. INEI (2017) *Compendio Estadístico Lima Provincias 2016*. Lima, Perú: Talleres gráficos de la oficina técnica de administración del INEI.
18. Marsano, J. (2003) *Economía del Turismo*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres
19. MEF y MINCETUR (2011) *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel Perfil*. Lima, Perú: Editorial Arkabas

20. MINCETUR (s.f.) *Cultura Turística*. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/cultura-turistica/>
21. MINCETUR (2009) Sitio Arqueológico Cantamarca. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=1851](ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=1851)
22. MINCETUR (2009) Valle de Canta. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=3850](ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=3850)
23. MINCETUR (2013) Ceremonia De La Escenificación De Las Ingas. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=7189](ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=7189)
24. MINCETUR (2013) Danza Los Abuelitos de Quipán. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=7213](ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=7213)
25. MINCETUR (2013) Danza Los Chunchitos de San Buenaventura. Recuperado el 30 de octubre de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=7174](ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=7174)
26. MINCETUR (2013) Festividad De La Virgen De La Natividad Y Del Niño Jesús Mariscal Chaperito. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=7190](ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=7190)
27. MINCETUR (2013) Piscigranja Comunal de Huaros. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=7668](ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=7668)
28. MINCETUR (2014) Cascada de Pomora. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=5560](ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=5560)



29. MINCETUR (2014) Laguna de Chuchun. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=5559](http://ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=5559)
30. MINCETUR (2014) Santuario de Santa Rosa de Quives. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de [ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod\\_Ficha=6009](http://ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=6009)
31. Misrahi (2017) “*Los 10 destinos más atractivos para el turismo en América Latina*”. Recuperado el 09 de mayo de 2018 de <https://www.weforum.org/es/agenda/2017/04/los-10-destinos-mas-atractivos-para-el-turismo-en-america-latina>
32. Molano, O. (2007) Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista opera* n°7. 73, 74, 75, 69-84.
33. Municipalidad Provincial de Canta (2017) *Plan de Desarrollo Turístico Local del Distrito de Canta 2018-2025*. Lima, Perú: Municipalidad Provincial de Canta.
34. Müggenburg M. y Pérez I. (2007) Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Revista Enfermería Universitaria* Vol 4. No. 1. 36-37.
35. OMT (2008) Entender el turismo: Glosario Básico. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
36. OMT-Comunicación de prensa n° 18003 (2018) *Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años*. Recuperado el 09 de mayo de 2018 en <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>

37. OMT (2018) *Línea de tiempo del turismo internacional*. Recuperado el 20 de setiembre de 2018 en <http://media.unwto.org/content/infographics>
38. OMT (2019) *World Tourism Barometer and Statistical Annex*. Recuperado el 22 de febrero de 2019 de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.1>
39. Pérez, W. (2017) *Turismo vivencial en el Perú*. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <https://www.gestiopolis.com/turismo-vivencial-peru/>
40. Peruwalker (2014) *Cantamarca*. Recuperado el 18 de noviembre de 2018 de <http://perubitacora.blogspot.com/2014/11/cantamarca.html>
41. Pinto, M. (2017) Nivel de identidad cultural de los estudiantes de secundaria del distrito de Matucana, Huarochirí-Lima 2017. *Tesis de licenciatura en administración en turismo y hotelería de la Universidad César Vallejo*.
42. Rodríguez, M. (2017) Conciencia turística de los pobladores aledaños de los Humedales de Ventanilla, Callao en el año 2017. *Tesis de licenciatura en administración en turismo y hotelería de la Universidad César Vallejo*.
43. Rodríguez y Malaver (2009) *Evolución del turismo*. Recuperado el 09 de mayo de 2018 de <https://ehdt.wordpress.com/2009/06/07/evolucion-del-turismo/>
44. Salgado, C. (1999) *¿Quiénes somos los peruanos? Una perspectiva Psicológica de la Identidad Nacional*. Perú: Universidad San Martín de Porres.
45. Sosa de la Cruz (2004) *Identidad cultural y Conciencia turística pilares de desarrollo*. Perú: San Marcos.
46. Valqui, D. (2017) Identidad Cultural de los pobladores aledaños a la Plaza de Armas – El Pueblito, San Juan de Lurigancho, 2017. *Tesis de licenciatura en administración en turismo y hotelería de la Universidad Cesar Vallejo*.

## ANEXOS

Anexo n° 1: Mapa de la Provincia de Canta



Fuente: <http://www.perutoptours.com/index14camap.html>(s.f.)

## Anexo n° 2: Recursos Turísticos de Canta

Sitio Arqueológico de Cantamarca (1000-1450 años d.c.) 3660 m.s.n.m.



*Fuente: Elaboración propia (2018)*

### Anexo n° 3: Recursos Turísticos de Canta

Capilla y Cruz en la cima de Cantamarca

(Donde se celebra la Fiesta de la Cruz de Cantamarca)

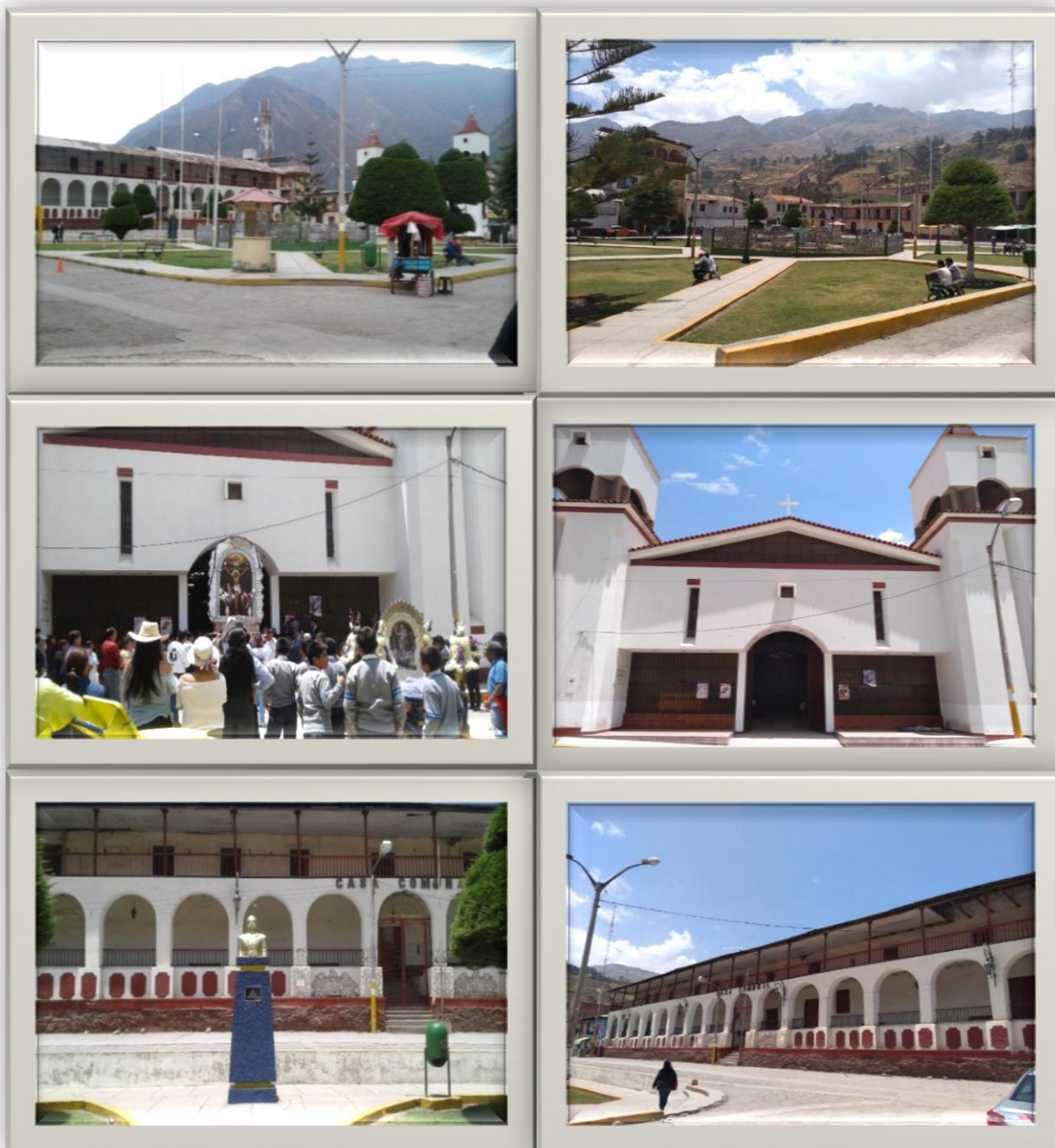


*Fuente: Elaboración propia (2018)*

## Anexo n° 4: Recursos Turísticos de Canta

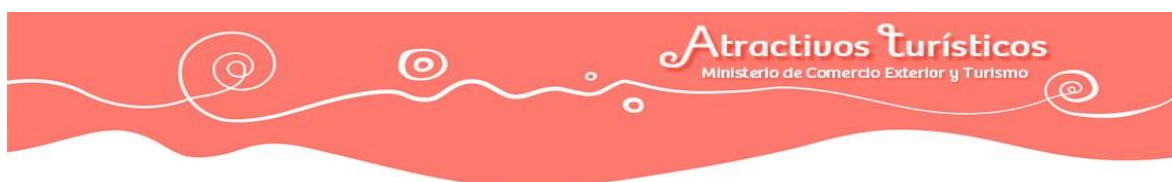
### Zona Monumental de Canta

(Plaza de la ciudad de Canta- Iglesia Matriz Inmaculada Concepción de Canta-  
Fortaleza de Canta (Casa Comunal)-)



*Fuente: Elaboración propia (2018)*

Anexo n° 5: Fichas de los recursos de la ciudad de Canta en el inventario  
turístico nacional

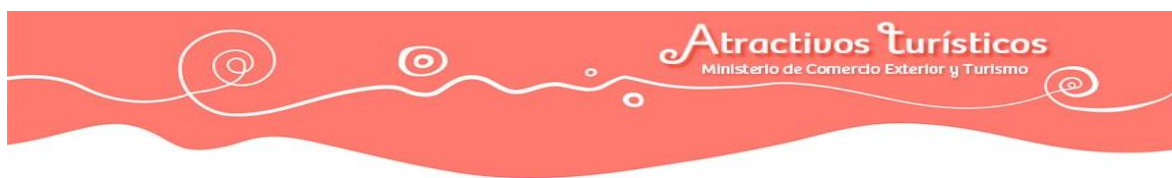


## Sitio Arqueológico Cantamarca



**Departamento:** Lima  
**Provincia:** Canta  
**Distrito:** CANTA  
**Categoría:** 2. MANIFESTACIONES CULTURALES  
**Tipo:** Sitios Arqueológicos  
**Subtipo:** Edificaciones (Templos, Fortalezas, Plazas, Cementos, .....)  
**Jerarquía:** 2

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2009"



## Festividad De La Virgen De La Natividad Y Del Niño Jesús Mariscal Chaperito



**Departamento:** Lima  
**Provincia:** Canta  
**Distrito:** CANTA  
**Categoría:** 5. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS  
**Tipo:** Fiestas  
**Subtipo:** Fiestas Patronales  
**Jerarquía:** POR JERARQUIZAR

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2013"

## Ceremonia De La Escenificación De Las Ingas



<b>Departamento:</b>	Lima
<b>Provincia:</b>	Canta
<b>Distrito:</b>	CANTA
<b>Categoría:</b>	5. CONTECIMIENTOS PROGRAMADOS
<b>Tipo:</b>	Fiestas
<b>Subtipo:</b>	Otros
<b>Jerarquía:</b>	POR JERARQUIZAR

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2013"

## Valle De Canta

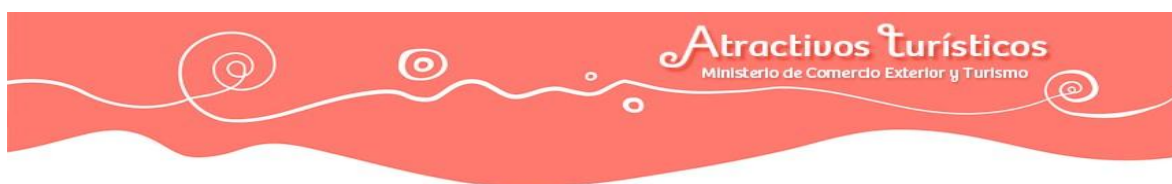


<b>Departamento:</b>	Lima
<b>Provincia:</b>	Canta
<b>Distrito:</b>	CANTA
<b>Categoría:</b>	1. SITIOS NATURALES
<b>Tipo:</b>	c. Valles
<b>Subtipo:</b>	Valles
<b>Jerarquía:</b>	1

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2009"



Anexo n° 6: Fichas de otros recursos de la Provincia de Canta en el  
inventario turístico nacional



## Danza Los Abuelitos De Quipán



**Departamento:** Lima  
**Provincia:** Canta  
**Distrito:** HUAMANTANGA  
**Categoría:** 3. FOLCLORE  
**Tipo:** Músicas y Danzas  
**Subtipo:** Música y Danza  
**Jerarquía:** POR JERARQUIZAR

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2013"



## Danza Los Chunchitos De San Buenaventura



**Departamento:** Lima  
**Provincia:** Canta  
**Distrito:** SAN BUENAVENTURA  
**Categoría:** 3. FOLCLORE  
**Tipo:** Músicas y Danzas  
**Subtipo:** Música y Danza  
**Jerarquía:** POR JERARQUIZAR

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2013"

## Cascada Pomora



<b>Departamento:</b>	Lima
<b>Provincia:</b>	Canta
<b>Distrito:</b>	HUAROS
<b>Categoría:</b>	1. SITIOS NATURALES
<b>Tipo:</b>	i. Caídas de agua
<b>Subtipo:</b>	Cataratas/Cascadas
<b>Jerarquía:</b>	POR JERARQUIZAR

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2014"

## Laguna Chuchun



<b>Departamento:</b>	Lima
<b>Provincia:</b>	Canta
<b>Distrito:</b>	HUAROS
<b>Categoría:</b>	1. SITIOS NATURALES
<b>Tipo:</b>	g. Cuerpo de Agua
<b>Subtipo:</b>	Laguna
<b>Jerarquía:</b>	POR JERARQUIZAR

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2014"

## Piscigranja Comunal De Huaros



<b>Departamento:</b>	Lima
<b>Provincia:</b>	Canta
<b>Distrito:</b>	HUAROS
<b>Categoría:</b>	4. REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORANEAS
<b>Tipo:</b>	Explotaciones, Agreguecuarias y Pesqueras
<b>Subtipo:</b>	Piscigranjas
<b>Jerarquía:</b>	POR JERRAQUIZAR

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2013"

## Santuario De Santa Rosa De Quives



<b>Departamento:</b>	Lima
<b>Provincia:</b>	Canta
<b>Distrito:</b>	SANTA ROSA DE QUIVES
<b>Categoría:</b>	2. MANIFESTACIONES CULTURALES
<b>Tipo:</b>	Arquitectura y Espacios Urbanos
<b>Subtipo:</b>	Santuarios
<b>Jerarquía:</b>	POR JERRAQUIZAR

Fuente: MINCETUR "Inventario Turístico 2014"

# Anexo n° 7: Validación del Instrumento-El Cuestionario-Aplicación del Cuestionario

## Validación del Instrumento “El cuestionario”

\*Validación del primer juicio de expertos:

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: ..... *Rene Rene Burbano Ischil* .....  
 1.2. Grado Académico: ..... *MSA* .....  
 1.3. Institución donde labora: ..... *USMP* .....  
 1.4. Especialidad del validador: ..... *Administración - Metodología* .....  
 1.5. Título de la investigación: ..... *Identidad Cultural y conciencia Turística en la población de la ciudad de Cusco, 2018* .....  
 1.6. Autor del Instrumento: *Elizabeth Gloria Milla Lario* .....  
 1.7. INSTRUMENTO 1 (Variable 1): (Identidad cultural)

#### 1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

##### PERTINENCIA DE LOS ITEMS VARIABLE IDENTIDAD CULTURAL

Ítems	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>ENTORNO GEOGRÁFICO</b>						
1. Actividades económicas					✓	
<b>ELEMENTO HISTÓRICO</b>						
2. Origen					✓	
3. Patrones culturales					✓	

<b>ELEMENTO SIMBÓLICO</b>						
4. Religión					✓	
5. Educación					✓	
6. Danzas					✓	
<b>ELEMENTO TANGIBLE</b>						
7. Gastronomía					✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: ..... *100* ..... %.

#### 1.7.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					✓
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha 12/11/2018

  
 Firma del Experto Informante  
 DNI. N° 077.01416  
 Teléfono N° 949.241989

1.8. INSTRUMENTO 1 (Variable 2): (Conciencia turística)

1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS  
 VARIABLE CONCIENCIA TURÍSTICA

Ítems	Escala	0-25	26-50	51-75	76-100	Observaciones
		No pertenece	Probablemente no pertenece	Probablemente si pertenece	Si pertenece	
1. Conocimiento					<input checked="" type="checkbox"/>	
2. Conocimiento					<input checked="" type="checkbox"/>	
3. Hospitalidad					<input checked="" type="checkbox"/>	
4. Hospitalidad					<input checked="" type="checkbox"/>	
5. Hospitalidad					<input checked="" type="checkbox"/>	

6. Actitud					<input checked="" type="checkbox"/>	
7. Actitud					<input checked="" type="checkbox"/>	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 %

1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO


INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					<input checked="" type="checkbox"/>
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					<input checked="" type="checkbox"/>
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					<input checked="" type="checkbox"/>
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					<input checked="" type="checkbox"/>
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					<input checked="" type="checkbox"/>
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					<input checked="" type="checkbox"/>
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					<input checked="" type="checkbox"/>
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					<input checked="" type="checkbox"/>
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					<input checked="" type="checkbox"/>

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 %

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 12/11/2018

  
 Firma del Experto Informante.  
 DNI. N°: 27.524.111  
 Teléfono N°: 346241189

\*Validación del segundo juicio de expertos

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Alemdn Cermonz, Anz  
 1.2. Grado Académico: Doctor  
 1.3. Institución donde labora: USAP  
 1.4. Especialidad del validador: Gestión Cultural / Turismo  
 1.5. Título de la investigación: "Identidad Cultural y Gacimica Turistica en la poblacion de la ciudad de Canta, 2018"  
 1.6. Autor del Instrumento: Elizabeth Gloria Milla Laure  
 1.7. INSTRUMENTO 1 (Variable 1): (Identidad cultural)

**1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**PERTINENCIA DE LOS ITEMS  
 VARIABLE IDENTIDAD CULTURAL**

Items	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 SI pertenece	Observaciones
<b>ENTORNO GEOGRÁFICO</b>						
1. Actividades económicas					X	
<b>ELEMENTO HISTÓRICO</b>						
2. Origen					>	
3. Patrones culturales					X	

ELEMENTO SIMBÓLICO				
4. Religión				X
5. Educación				X
6. Danzas				X
ELEMENTO TANGIBLE				
7. Gastronomía				X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%.

#### 1.7.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha 14-11-18



Firma del Experto Informante.

DNI. Nº 40422486  
Teléfono Nº 985749709

#### 1.8. INSTRUMENTO 1 (Variable 2): (Conciencia turística)

##### 1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

#### PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS VARIABLE CONCIENCIA TURÍSTICA

Ítems	Escala	PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS				Observaciones
		0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
1. Conocimiento					X	
2. Conocimiento					X	
3. Hospitalidad					X	
4. Hospitalidad					X	
5. Hospitalidad					X	

6. Actitud				✓	
7. Actitud				✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%.

1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO


INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				✓	✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					✓
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 24/11/18

  
Firma del Experto Informante.  
DNI. N° 40422436  
Teléfono N° 985749709



## El cuestionario

Cuestionario sobre la Identidad Cultural y la Conciencia Turística en la población de la ciudad de Canta, 2018						
<p>Instrucciones: Leer atentamente cada afirmación y marcar con una "x" dentro del recuadro al lado derecho que mejor identifique su respuesta. Por favor marcar todos los ítems.                      Si marca "x" en la escala 1, indicará que usted está totalmente en desacuerdo.                      Si marca "x" en la escala 2, indicará que usted está en desacuerdo.                      Si marca "x" en la escala 3, indicará que usted está ni de acuerdo, ni en desacuerdo.                      Si marca "x" en la escala 4, indicará que usted está de acuerdo.                      Si marca "x" en la escala 5, indicará que usted está totalmente de acuerdo.</p>						
Sexo						
Edad					<b>ESCALA</b>	
<b>N°</b>	<b>ÍTEM</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Variable 1: IDENTIDAD CULTURAL</b>						
Dimensión 1: Entorno Geográfico						
1	La agricultura es una actividad resaltante en la economía del poblado de Canta.					
Dimensión 2: Elemento Histórico						
2	Se considera el sitio arqueológico "Cantamarca", como parte de la historia de la población de Canta.					
3	La "Fortaleza de Canta" (casa comunal) forma parte de la Zona Monumental de Canta.					
Dimensión 3: Elemento Simbólico						
4	Participa de las fiestas patronales como la "Fiesta de la Cruz de Cantamarca".					
5	El centro educativo promueve actividades culturales.					
6	La danza como "Las pallas" simboliza al pueblo de Canta.					
Dimensión 4: Elemento Tangible						
7	Uno de los platos típicos que se ofrecen en las ferias gastronómicas del pueblo de Canta es la sopa seca.					
<b>Variable 2: CONCIENCIA TURÍSTICA</b>						
8	El poblador canteño conoce el valor cultural que tiene la "Zona Monumental de Canta".					
9	El turismo contribuye a vender más artesanías elaboradas por los pobladores de Canta.					
10	Los prestadores de servicio dan buen trato al turista.					
11	El poblador canteño es cortés con el turista o visitante que llega al distrito.					
12	Se brinda orientación al turista cuando se encuentra desorientado.					
13	Es importante agradecer la visita al turista por habernos escogido.					
14	Es importante cuidar los sitios arqueológicos, así como los lugares naturales del distrito de Canta.					

Aplicación de las encuestas: Fotos de los días 16,18 y 19 de noviembre de 2018  
en la ciudad de Canta

