

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS**  
**TURÍSTICOS**



**FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA DE LOS**  
**ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS**  
**TURÍSTICOS DE LA USAT**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS**  
**TURÍSTICOS**

**AUTOR**

**GABRIELA SECLÉN DAVILA**

**ASESOR**

**VALICHA CUADRA MORALES**

<https://orcid.org/0000-0002-3081-8247>

**Chiclayo, 2021**

**FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA DE LOS  
ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA USAT**

PRESENTADA POR:

**GABRIELA SECLÉN DAVILA**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS**

APROBADA POR:

Shirley Ysabel Mantilla Gallardo  
PRESIDENTE

María de las Mercedes Elizabeth  
Vigo Gálvez  
SECRETARIO

Valicha Cuadra Morales  
VOCAL

## **Dedicatoria**

Dedico el esfuerzo de este proyecto a Dios, por haberme dado la capacidad para lograrlo. A mi mamá y mi hermana que son mi soporte y apoyo en todos mis proyectos.

## **Agradecimientos**

A mi mamá por darme una buena educación tanto personal como profesional, a mi hermana que me da confianza y seguridad ante cualquier problema que se me presente. A los profesores que me apoyaron para lograr este proyecto. A mis compañeros y amigos, por la mutua motivación a lo largo de la carrera y finalmente a Dios, por haberme permitido culminar esta etapa de mi vida satisfactoriamente y por darme las capacidades, la inteligencia y fortaleza para conseguirlo.

## Índice

Resumen .....	11
Abstract .....	12
I. Introducción .....	13
II. Marco teórico.....	15
2.1 Antecedentes .....	15
2.2 Bases teórico científicas .....	21
2.2.1 Turismo .....	21
2.2.2 Cultura.....	23
2.2.3 Cultura turística.....	24
2.2.4 Importancia de la cultura turística.....	25
2.2.5 Dimensiones de la cultura turística .....	26
III. Metodología .....	33
3.1 Tipo y nivel de investigación .....	33
3.2 Diseño de investigación .....	34
3.3 Población, muestra y muestreo.....	34
3.4 Criterios de selección .....	35
3.5 Operacionalización de variables.....	36
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
3.7 Procedimientos .....	37
3.8 Plan de procesamiento y análisis de datos .....	37
3.9 Matriz de consistencia .....	38
3.10 Consideraciones éticas .....	40
IV. Resultados y discusión .....	40
V. Propuesta de mejora para fortalecer la Cultura Turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos.....	65
5.1 Resumen ejecutivo .....	65
5.2. Análisis FODA.....	66
5.3 Objetivos .....	67
5.3.1 Objetivo General:.....	67
5.3.2 Objetivos específicos: .....	67
5.4 Estrategias .....	67

5.4.1 Desarrollo de estrategias .....	69
5.5 Cronograma de actividades de la propuesta:.....	101
5.6 Presupuesto General de la propuesta.....	102
VI. Conclusiones .....	103
VII. Recomendaciones .....	103
VIII. Lista de referencias.....	105
IX. Anexos .....	110
9.1 Anexo 01: Formato de encuesta .....	110
9.2 Anexo 02: Formato guía de entrevista .....	112
9.3 Anexo 03: Fichas de validación de instrumentos.....	114
9.4 Anexo 04: Tablas de resultados .....	118
9.5 Anexo 05: Aplicación de entrevista .....	136

## Lista de tablas

Tabla N° 1. Operacionalización de variables .....	36
Tabla N° 2. Matriz de consistencia .....	38
Tabla N° 3. Datos demográficos de la población.....	40
Tabla N° 4. Dimensión instrumental.....	55
Tabla N° 5 Dimensión comportamental.....	59
Tabla N° 6 Análisis FODA .....	66
Tabla N° 7 Estrategias de la propuesta.....	68
Tabla N° 8 Taller "Reforzando nuestros conocimientos turísticos".....	69
Tabla N° 9 Presupuesto de la estrategia 1 .....	71
Tabla N° 10 Taller "Descubriendo nuestro espacio geográfico Lambayecano" .....	73
Tabla N° 11 Presupuesto de la estrategia 2 .....	75
Tabla N° 12 Presupuesto de la estrategia 3 .....	77
Tabla N° 13 Taller "Gestión Municipal y Problemática turística en Lambayeque" .....	81
Tabla N° 14 Presupuesto de la estrategia 4 .....	82
Tabla N° 15 Taller "Habilidades blandas para el turismo" .....	84
Tabla N° 16 Presupuesto de la estrategia 5 .....	85
Tabla N° 17 Taller " Ayudando y orientando a los turistas" .....	88
Tabla N° 18 Presupuesto de la estrategia 6 .....	89
Tabla N° 19 Itinerario salida de campo 1 .....	91
Tabla N° 20 Itinerario salida de campo 2.....	92
Tabla N° 21 Presupuesto de la estrategia 7 .....	93
Tabla N° 22 Taller "Un turista, un amigo".....	95
Tabla N° 23 Presupuesto de la estrategia 8 .....	96

Tabla N° 24 Itinerario visita guiada 1 .....	98
Tabla N° 25 Itinerario visita guiada 2 .....	99
Tabla N° 26 Presupuesto de la estrategia 9 .....	100
Tabla N° 27 Cronograma de actividades de la propuesta .....	101
Tabla N° 28 Presupuesto general de la propuesta .....	102
Tabla N° 29 ¿A qué cultura perteneció en Señor de Sipán? .....	118
Tabla N° 30 ¿En qué complejo arqueológico se encontró la tumba del Señor de Sipán? .....	119
Tabla N° 31 ¿Cuál es el museo más importante de Lambayeque? .....	120
Tabla N° 32 ¿Qué festividad religiosa es la más popular en la región Lambayeque? .....	121
Tabla N° 33 ¿En qué distrito de la provincia de Ferreñafe se encuentra el Santuario Histórico del Bosque de Pómac?.....	122
Tabla N° 34 ¿En qué distrito de la provincia de Chiclayo se encuentra ubicado el museo Afroperuano?.....	123
Tabla N° 35 ¿Cuál es la especie que ha sido declarada por el congreso peruano como ave emblemática de la región Lambayeque? .....	124
Tabla N° 36 ¿Por qué es importante nuestro patrimonio turístico? .....	125
Tabla N° 37 ¿A quién se le considera turista? .....	126
Tabla N° 38 Para que un recurso se considere atractivo turístico, se debe:.....	127
Tabla N° 39 El desplazamiento de turistas hacia un destino, genera:.....	128
Tabla N° 40 ¿Cuál cree usted que es el principal problema que afecta al desarrollo turístico en la región? .....	129
Tabla N° 41 ¿Actualmente existe alguna estrategia regional para desarrollar el turismo sostenible en Lambayeque?.....	130
Tabla N° 42 Dimensión Actitudinal.....	131
Tabla N° 43 Dimensión afectivo - emocional.....	133

## Lista de figuras

Figura 1. Estudiantes por ciclo .....	41
Figura 2. ¿A qué cultura perteneció en Señor de Sipán? .....	42
Figura 3. ¿En qué complejo arqueológico se encontró la tumba del Señor de Sipán?.....	43
Figura 4. ¿Cuál es el museo más importante de Lambayeque? .....	44
Figura 5. ¿Qué festividad religiosa es la más popular en la región Lambayeque? .....	45
Figura 6. ¿En qué distrito de la provincia de Ferreñafe se encuentra el Santuario Histórico del Bosque de Pómac? .....	46
Figura 7. ¿En qué distrito de la provincia de Chiclayo se encuentra ubicado el museo Afroperuano?.....	47
Figura 8. ¿Cuál es la especie que ha sido declarada por el congreso peruano como ave emblemática de la región Lambayeque? .....	48
Figura 9. ¿Por qué es importante nuestro patrimonio turístico? .....	49
Figura 10. ¿A quién se le considera turista?.....	50
Figura 11. Para que un recurso se considere atractivo turístico, ¿se debe?.....	51
Figura 12. El desplazamiento de turistas hacia un destino, ¿genera? .....	52
Figura 13. ¿Cuál cree usted que es el principal problema que afecta al desarrollo turístico en la región?.....	53
Figura 14. ¿Actualmente existe alguna estrategia regional para desarrollar el turismo sostenible en Lambayeque?.....	54
Figura 15. Dimensión actitudinal .....	57
Figura 16. Dimensión afectivo - emocional .....	58
Figura 17. Banner publicitario del taller "Reforzando nuestros conocimientos turísticos" ....	71
Figura 18. Ficha de registro de asistencia .....	72

Figura 19. Banner publicitario del taller "Descubriendo nuestro espacio geográfico Lambayecano".....	75
Figura 20. Ficha de registro de asistencia .....	76
Figura 21. Diploma de reconocimiento.....	76
Figura 22. Canal "VIVE LAMBAYEQUE" en Youtube.....	78
Figura 23. Página "VIVE LAMBAYEQUE" en Intagram.....	78
Figura 24. Página "VIVE LAMBAYEQUE" en Facebook .....	79
Figura 25. Interacción de alumno en página "VIVE LAMBAYEQUE" en Facebook .....	79
Figura 26. Banner publicitario del taller "Gestión Municipal y Problemática Turística en Lambayeque".....	82
Figura 27. Ficha de registro de asistencia .....	83
Figura 28. Banner publicitario del taller "Habilidades blandas para el turismo".....	86
Figura 29. Ficha de registro de asistencia .....	86
Figura 30. Banner publicitario del taller "Ayudando y orientando a los turistas". .....	89
Figura 31. Ficha de registro de asistencia .....	90
Figura 32. Ficha de rúbrica de evaluación .....	94
Figura 33. Banner publicitario del taller "Un turista, un amigo". .....	97
Figura 34. Ficha de registro de asistencia .....	97

## **Resumen**

La cultura turística, es un factor trascendental, ya que da paso a la creación de productos que fortalecen a los destinos turísticos y los hace sustentables. La Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT), licenciada por la SUNEDU, cuenta dentro de su oferta educativa con la escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, que tiene por finalidad formar profesionales capaces de reconocer sus recursos históricos, culturales y naturales así como promover el desarrollo turístico; por ello se planteó como objetivo, fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT. El recojo de información se basó, en un enfoque mixto aplicado, para lo que se utilizó como instrumentos, una encuesta con 38 preguntas que fue aplicada a los 158 estudiantes de la carrera y una entrevista de 14 preguntas, realizada a la directora de escuela. Se concluyó que los estudiantes presentaban deficiencias en cuanto a sus conocimientos geográficos, sobre el turismo, la problemática y su gestión local. Así mismo que no se sentían motivados a participar de la actividad turística, sin embargo tenían una actitud positiva frente a la presencia de visitantes. Por lo que se propuso talleres participativos y de sensibilización, así como salidas de campo que fortalezcan en los estudiantes su cultura turística.

**Palabras clave:** fortalecimiento, cultura turística, turismo.

**Abstract**

The tourist culture is a transcendental factor, since it gives way to the creation of products that strengthen tourist destinations and make them sustainable. The Santo Toribio de Mogrovejo Catholic University (USAT), licensed by SUNEDU, has within its educational offer the School of Hotel Administration and Tourist Services, which aims to train professionals capable of recognizing its historical, cultural and natural resources. How to promote tourism development, for this reason, the objective was to strengthen the tourist culture of the students of Hotel Administration and Tourist Services of the USAT. The collection of information was based on a mixed approach applied, for which a survey with 38 questions was used as instruments that was applied in the month of September to all 158 students of the degree program and an interview of 14 questions, carried out in the same month to the school principal. It was concluded that the students presented deficiencies in terms of their geographic, environmental and tourism knowledge and management. Likewise, they were not motivated to participate in the tourist activity, however they had a positive attitude towards the presence of visitors. Therefore, participatory and awareness workshops were proposed, as well as field trips that strengthen students' tourist culture.

**Keywords:** strengthening, tourist culture, tourism.

## **I. Introducción**

Hablar de cultura turística es hacer referencia a la colaboración conjunta de personas que buscan mejorar las condiciones de su entorno que permitan el desarrollo de la actividad turística, comprometiéndose a conocerla consolidando sus conocimientos, valores y actitudes para así convertirla en una actividad sustentable, con la cual obtendrán beneficios que mejorarán su calidad de vida. Según la Secretaría de Turismo (SECTUR) (2012) la difusión y comprensión de los mismos, transforma comportamientos negativos en positivos, reflejados en una mayor valoración del turismo y una mejor gestión de los recursos, con ello se logran incorporar y adaptar los diversos servicios ofrecidos, a la identidad de la comunidad anfitriona, esto genera eficiencia en la atención a turistas y por lo tanto se eleva el índice de visitas. Por ello, la cultura turística es un factor trascendental, pues sus beneficios propician la creación de productos que fortalecen a los destinos turísticos y los hace sustentables.

En el Perú, se planteó como propósito, que hacia el año 2021, la población sea capaz de reconocer la actividad turística como un medio fundamental para el desarrollo del país, y que sea partícipe de esta, unida a entes del sector público y privado, en la búsqueda del desarrollo y dinamización de destinos sostenibles. Es por eso que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), ha ido lanzando planes, campañas y concursos que buscan revalorizar la identidad de los habitantes del país, fortaleciendo valores cívicos en torno al turismo, especialmente en Lambayeque, una región con una oferta diversa y de mucha relevancia gracias a sus atractivos turísticos naturales, culturales, históricos y gastronómicos. Debido a esto, nace la importancia en la tarea de las instituciones educativas, de formar a la población en valores, conocimientos, actitudes y habilidades, que les permita estar preparados, para ejercer el rol de anfitriones correctamente, y ser entes de aporte al turismo.

La región Lambayeque cuenta con cinco universidades que gozan del licenciamiento institucional otorgado por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), una de ellas es la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT), institución promovida y patrocinada por el Obispado de Chiclayo, la cual dentro de su oferta educativa cuenta con la escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, que tiene por finalidad formar profesionales capaces de reconocer y promover la gastronomía, el folclore, los recursos tanto naturales como históricos, de forma sostenible y respetando el medio ambiente, así como las costumbres y tradiciones locales. Por ello se realizó una previa

investigación exploratoria, a través de una entrevista a la directora de escuela. Según Esparza, R. (2019), debido a las gestiones que ha tenido la escuela, la formación de los estudiantes fue enfocada más al sector hotelero que al turístico, por ello se pudo observar la falta de identidad y compromiso, como consecuencia de las debilidades en conocimientos, valores y actitudes que los estudiantes presentan respecto al patrimonio y a los turistas. Pese a reconocer al turismo como una oportunidad para el crecimiento de la región, tienen poca participación en la asistencia, promoción y creación de eventos, además, hace falta que se enfrenten a la realidad para que obtengan y maduren conocimientos, que les permita ser partícipes del desarrollo turístico. De igual manera, se observó la falta de habilidades blandas, con las que puedan relacionarse fácilmente con los turistas, asimismo, valores como la vocación de servicio y la honestidad, ya que muchas veces brindan apoyo esperando recibir un beneficio a cambio. Todo esto ha limitado el interés, aprovechamiento y promoción de los diversos atractivos de la región, y como consecuencia genera la reducida captación de turistas a los destinos que esta tiene para ofrecer.

De acuerdo a lo descrito, se planteó como problema de investigación ¿De qué manera se podrá fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT?, proponiéndose como objetivo general fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT y como objetivos específicos determinar el conocimiento actual en turismo de los estudiantes, identificar las actitudes y valores respecto al turista de los estudiantes y elaborar una propuesta de mejora para fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT.

Esta investigación se justificó por su relevancia en el ámbito social, económico, ambiental y educativo, ya que la cultura turística mejora la calidad de vida de las personas, genera competitividad tanto en los estudiantes como en la institución, impacta en el desarrollo económico del destino turístico, así como en el cuidado y preservación de la cultura y el medio ambiente.

La investigación fue estructurada en nueve capítulos, en el primero, se describió el tema, la problemática, objetivos y justificación. En el segundo capítulo se expuso los antecedentes y las bases teóricas en las que se fundamenta la investigación; en el tercer capítulo se explicó la metodología y en el cuarto se presentaron los resultados. En el quinto capítulo se desarrolló la

propuesta de mejora, en el sexto y séptimo capítulo se interpretaron los resultados para así emitir conclusiones y recomendaciones; y finalmente en el octavo y noveno capítulo se indicaron las referencias y anexos.

## **II. Marco teórico**

### **2.1 Antecedentes**

Díaz, A. & Machado, R.(2016) analizaron de qué manera las escuelas podían incentivar la cultura turística en los estudiantes desde la enseñanza en las materias de Ciencias Sociales y Ciencias Naturales y Medio ambiente. Para dicho análisis, se emplearon encuestas dirigidas a docentes, egresados, prestadores de servicios turísticos, estudiantes de cuarto a octavo grado y de noveno a undécimo grado de los colegios Francisco Serrano Muñoz, ubicado en el Santander, y San José de Luruaco, localizado en Atlántico, obteniendo como resultados que existe la necesidad de formación en cultura ciudadana, patrimonio, historia y sostenibilidad. Los docentes y estudiantes veían un crecimiento en el desarrollo de la actividad turística de la región, sin embargo, creyeron que tendría que enfrentar problemas de seguridad, daño medioambiental y pérdida de la identidad cultural. A partir de ello se concluyó que los cursos anteriormente mencionados, apoyan el desarrollo holístico de los estudiantes al brindarles elementos que favorecen el desarrollo del turismo sostenible, especialmente en la implementación de proyectos interdisciplinarios que involucren actividades turísticas relacionadas con los atractivos de la zona, como actividades culturales, deportivas, de contacto con la naturaleza y culturales, entre otras.

Hamzah, A. ; Hasani, A. & Moghavvemi, S. (2016) midieron los efectos de una acogedora bienvenida, la cercanía emocional y la solidaridad emocional sobre las actitudes y percepciones de los residentes y su apoyo al desarrollo turístico en Malasia, que nacen a partir de un vínculo entre residentes y turistas, basado en la uso de los mismos recursos naturales, así como el uso compartido de instalaciones y servicios. Para la investigación se utilizó el modelo de escala de solidaridad emocional de Woosnam, la muestra fueron 340 residentes mayores de 20 años de los destinos turísticos; Pahang y Sabah; a quienes se les aplicó una encuesta basada en la escala de Likert, con la cual se demostró que una naturaleza acogedora es el único factor que tiene un fuerte efecto en las actitudes y el apoyo de los residentes, ya que apreciaron los beneficios que los turistas obtuvieron de la comunidad, así como su contribución a la economía local, lo que concuerda con el de Woosnam. Cuando la naturaleza

acogedora está presente, residentes y los turistas comparten creencias y comportamientos similares, y seguramente interactúan positivamente entre sí, lo fomenta la unidad y el orgullo por su cultura.

Kovacs, J. & Zaidan, E. (2017) examinaron las percepciones y actitudes de los residentes en Dubai con respecto al turismo, para ello utilizaron una encuesta, con un cuestionario de preguntas cerradas, preguntas de opción múltiple y escala de Likert, la cual se aplicó a 428 ciudadanos emiratíes. Los resultados arrojaron que el 90,66% de encuestados estaban a favor de la presencia de turistas y actividades turísticas, así, el 59,4% creía que era adecuada la cantidad de turistas que visitaban su ciudad. El 83.3% de los encuestados indicó que el desarrollo del turismo era esencial para el crecimiento y desarrollo continuo de la ciudad. La mayoría de los encuestados dijo que no había diferencias entre turistas y ellos mismos en el tipo de actividades de ocio realizadas en Dubai, debido a que no existía una desigualdad económica, sin embargo el 62,4% indicaron que sí existían importantes diferencias culturales entre ellos y los turistas debido a que pertenecían a un país islámico. Así se concluyó que la industria turística de Dubai podía continuar expandiéndose sin que sea probable que provocara irritación y antagonismo generalizados dentro de la población anfitriona, sin embargo se debía considerar que ante un aumento de turistas podría ser afectado el bienestar de los residentes, así como la calidad de los atractivos turísticos.

Nurbayani, S.& Utami, L. (2018) plantearon como objetivo de su investigación conocer las capacidades de los habitantes de Ciletuh, un patrimonio natural en términos de geología, biodiversidad y cultura de Indonesia, para desarrollar una educación en conocimientos locales y describir de qué manera participaban en la preservación de la naturaleza e historia de dicho lugar. Así pues, se aplicaron entrevistas y encuestas a personas locales, las cuales revelaron que existía un choque cultural entre los habitantes y visitantes ya que la mayoría no conocía sobre el proceso natural geológico que venía ocurriendo hace unos 60 millones de años y que además la educación sobre el lugar se enfocaba más en la generación de jóvenes quienes se estaban convirtiendo en guías turísticos profesionales con conocimientos y habilidades adecuados para promover y conservar la historia, la geo-diversidad y valores. Así, se concluyó que para lograr que este lugar se convirtiera en un parque geográfico mundial reconocido por la UNESCO, era importante educar a la gente local en conocimientos del lugar, de modo que pudieran difundir esos valores a los visitantes, y que como objetivo a largo plazo, debía haber una educación local y formal desde la escuela primaria hasta la

educación superior para que Ciletub Geopark fuera una instalación de aprendizaje tanto para actividades extracurriculares como extraescolares.

Mateo, J. (2018) planteó como objetivo de la investigación conocer el nivel de conciencia turística de la población del cantón La Libertad-caso malecón, como fruto de una formación social y cultural, de esta manera sugirió que la función principal de los gestores turísticos debía ser crear conciencia turística en la población local, ya que es considerado un problema la falta de conocimiento y actitud negativa frente al turismo dentro de un espacio con singulares atractivos. Por ello, utilizando una metodología descriptiva, basada en la aplicación de indicadores de conocimiento, opinión y comportamiento, demostró que el nivel de conciencia turística promedio era de un 32%, lo cual se consideró una limitación para el desarrollo turístico, así mismo destacó que para que un destino turístico sea competitivo es necesario que los principales actores desarrollen una cultura turística basada en valores que permitan la satisfacción de los visitantes a dicho destino. Acertando en que es necesario que una población se encuentre vinculada con su propia comunidad para generar conciencia de su zonificación y lograr un impacto positivo en el turismo.

García, C. (2018) determinó el nivel de desarrollo de la formación en cultura turística en los habitantes del distrito de Barranco. Para la autora, la ausencia de promoción e identidad de las personas con sus pueblos o comunidades, limita el desarrollo de proyectos que generen más turismo, por ello aplicó encuestas con escala de Likert a 68 personas que formaban parte de entes públicos y privados ligados al sector turístico, obteniendo como resultado que el 47.1 % y 44.12% de la población tenía un nivel regular de cultura turística y conciencia turística respectivamente, por lo que concluyó que no se estaba manejando correctamente la actividad turística, ya que la población no sabía valorarla, comprenderla y manejarla como un medio para el desarrollo de Barranco. Asimismo, indicó que la población no estaba sensibilizada con los beneficios que les traería la gestión de un turismo sustentable a través de la atención y un servicio de calidad hacia los turistas.

Antitupa, A. & Vargas, L. (2017) determinaron el nivel de cultura turística y su grado de contribución al desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado. Pese a que los negocios turísticos se iban incrementando, la actividad turística se daba de manera inadecuada, ya que los turistas contaban con más conocimientos del lugar que los mismos pobladores, anfitriones de la ciudad, lo que estaba generando una brecha entre ambos actores.

Se aplicaron 382 encuestas en puntos específicos de la ciudad de Puerto Maldonado, haciendo énfasis en personas involucradas en actividades relacionadas al turismo, las cuales revelaron que existía un cobro excesivo por los productos o servicios prestados al turista, el 57.5% de ellos indicaron que existía desinterés de las autoridades con respecto a la delincuencia, así mismo, que faltaba más implementación de infraestructura turística (carreteras puentes, puertos) y que los habitantes desconocían los atractivos focales por los que el turista se desplazaba hacia Puerto Maldonado. Por ello concluyó que la mayoría de los pobladores no se sentían comprometidos, ni favorecidos con el turismo, sin embargo, eran acogedores y amables con los turistas, además estaban conscientes de que la actividad turística contribuía al desarrollo de la ciudad por lo que estaban dispuestos a tomar cursos de preparación relacionados al turismo.

Macchiavello, C.(2017) planteó conocer que tan positiva es la relación del conocimiento histórico y de las tradiciones de antaño de los pobladores de la zona monumental del distrito del Rímac en el desarrollo de su cultura turística. El distrito del Rímac posee importantes recursos turísticos de orden tradicional, histórico cultural, artístico, natural, y gastronómico, que en conjunto podrían fomentar una atractiva actividad turística, sin embargo, el principal problema que presentaba era el olvido y desconocimiento de los mismos; en especial de su zona monumental y la pérdida de sus manifestaciones culturales de antaño, lo cual amenazaba con destruir no sólo el patrimonio físico, sino también la historia y tradiciones. Para la investigación fueron utilizadas las técnicas de la encuesta y la observación, los datos obtenidos demostraron que los residentes del distrito del Rímac poseían un bajo nivel de conocimiento histórico sobre el patrimonio monumental, las fases históricas, las festividades y las manifestaciones culturales del distrito, y que debido a ello se fue perdiendo parte del patrimonio monumental y cultural de dicha zona. Así el autor concluyó que pese a lo presentado, existía la oportunidad para desarrollar la formación turística de los pobladores, ya que los mismos mostraron un carácter reflexivo y disposición para las actividades, logrando a futuro un desarrollo sostenible, económico, social y cultural.

Vigo, L. (2017) demostró que su programa piloto de televisión contribuyó a fortalecer la cultura turística del distrito de Cascas. Con el objetivo de determinar la cultura turística de los pobladores antes y después de ver el programa televisivo, planteó una investigación pre experimental para la cual se aplicó un pre test a 20 pobladores de los barrios Solución y Trébol, el cual reveló que el 50% tenía una cultura turística baja, asimismo se volvió a aplicar

un test después de haber visto el programa, teniendo como resultado que el 85% de los pobladores lograron alcanzar un nivel alto en cultura turística, por lo que se concluyó que dicho programa ayudaba a fortalecer la cultura turística en Cascas.

Saavedra, A. (2018) elaboró un programa educativo sobre cultura turística para docentes y estudiantes del nivel secundario de la I.E. “Federico Villareal” en el distrito de Túcume, que a pesar de su importancia histórica, la población no estaba involucrada, las instituciones educativas no habían implementado en la malla curricular, conocimientos sobre turismo y su implicancia en la sociedad. Para ello se aplicó un cuestionario a 44 profesores y 270 alumnos que le permitiera determinar el nivel en cultura turística en la que se encontraban. Los resultados dieron a conocer que los docentes solo tenían un conocimiento general de turismo, por lo que presentaron deficiencias en el desarrollo de sus clases respecto al tema turístico y a la identidad cultural, el 31.8% no usaban material bibliográfico turístico y esto se evidenció en el poco fortalecimiento de acciones turísticas dentro de sus asignaturas. Por otro lado, sólo el 25% de los alumnos tenían claro el concepto de turismo y conocían los recursos que Túcume posee. Se pudo observar la falta de compromiso para el cuidado y preservación de su entorno; por ello la autora concluyó que era preciso establecer un programa de educación en cultura turística que pudiera ser implementado en cursos como Lenguaje y Comunicación, Ciencias Sociales, Ciencia, Tecnología y Ambiente, y Arte.

Chunga, Y. & Mogollón, M. (2018) buscaron fortalecer la identidad cultural en el caserío de Bodegones, San José – Lambayeque para la preservación de las tradiciones y costumbres del caserío, mediante la concientización a la población sobre las riquezas que tienen y su contribución con respecto a la práctica de estas actividades en el turismo, debido a que la población del caserío de Bodegones, no se sentía identificada con aquellas creencias populares, heredadas de sus antepasados y no existía interés por el cuidado ambiental y la práctica de una cultura turística. Para lograr el objetivo se aplicaron entrevistas y encuestas a 33 de los pobladores, el 77% de ellos respondió que el patrimonio cultural favorece al desarrollo del turismo, sin embargo, el 26% no se sentían identificados con sus tradiciones y cultura. El 68% de los pobladores no estaban preparados para cooperar en el desarrollo turístico de su caserío, pero eran consientes que se debía promover el turismo como fuente de oportunidades y desarrollo. Finalmente se concluyó que la población carecía de identidad, la generación joven no practicaba sus costumbres como la agricultura, pesca, ganadería y tejidos en algodón nativo, por la falta de formación cultural y por la adaptación de nuevos estilos de

vida. Por ello se propuso un programa de Identidad Cultural que permitiría fortalecer el turismo en el caserío de Bodegones, San José – Lambayeque.

Ruiz, A. (2018) diseñó un programa para formar en cultura turística y así promover la conservación del Santuario Histórico Bosque de Pómac –Lambayeque, en el que pese a su importancia, existían amenazas como las invasiones, la extracción e incendios provocados. Para la investigación se encuestaron a 100 pobladores del Bosque de Pómac, quienes respondieron en un 66% que consideraban importante la protección y preservación del Santuario porque mejoraría su calidad de vida y el 26 % porque atraería turistas. El 30% respondió que la ausencia de apoyo del estado y autoridades, así como la baja identidad cultural del poblador eran las principales causas que afectaban la conservación de este patrimonio y las consecuencias eran la limitación al desarrollo turístico y la reducción de turistas, además respondieron que los principales centros de educación en cultura turística eran los colegios y los hogares. Finalmente se elaboró un programa acorde a las necesidades del entorno y exigencias de la región, con el cual se manifestó que era posible la transformación de la conciencia en los pobladores y se garantizó un cambio en la visión, y actitud de quienes asumirían el reto de conservar este sitio histórico con funciones turísticas.

Coral, D. (2019) evaluó la cultura turística en el centro poblado Sipán para desarrollar el turismo del distrito de Zaña, una zona arqueológica muy importante y con un estado de conservación óptimo para desarrollarse como un destino turístico. Con un enfoque cuantitativo, aplicó una encuesta en escala de Likert a 262 pobladores de la zona, encontrando que el 69.5% no estaban de acuerdo con que la llegada de visitantes genere beneficios económicos, el 54,6% no realizaban ninguna actividad turística, así mismo el 63,7% no había participado de ninguna, el 71% de los pobladores no había sido tomado en cuenta para la gestión del turismo y el 97% estaba en desacuerdo con el desarrollo de la actividad turística en su zona. Así se concluyó que los pobladores no percibían al turismo como una actividad prioritaria para mejorar su calidad de vida, además que no existía una cultura turística desarrollada ya que no contaban con los conocimientos necesarios, no valoraban su patrimonio y tampoco estaban dispuestos a desarrollar el turismo en su zona, además la infraestructura también presentaba deficiencias.

## 2.2 Bases teórico científicas

### 2.2.1 Turismo

A lo largo de la evolución del turismo, han ido surgiendo numerosas teorías sobre el significado de esta palabra, existen muchos autores que lo enfocan desde distintos puntos de vista. Así pues, para González, M. (2009) el turismo está comprendido por actividades industriales y comerciales que crean bienes y servicios que serán usados por los turistas durante sus viajes turísticos, estos generan migraciones eventuales y al mismo tiempo se crean diversas relaciones y fenómenos sociales entre turistas y anfitriones. En este sentido, se entiende al turismo como una actividad económica y social compleja fomentada en un espacio con características específicas en su medio ambiente y base tecnológica. La base para desarrollar un turismo exitoso es la hospitalidad, la cual garantiza la calidad y satisfacción de los clientes en cada uno de los servicios brindados y por ello se considera como una continua entrega de valor para los turistas cuando se presta atención a sus necesidades.

De acuerdo a la función que tenga esta actividad para una persona en un momento específico, el turismo puede ser entendido de diversas maneras. Así, Acerenza, M. (1991) nos dice que el turismo corresponde puntualmente al descanso, la educación, la recreación y el placer, por tanto, es un modo específico de usar el tiempo libre, y de recrearse, por lo tanto, la actividad turística no engloba todos los usos de tiempo libre y recreación que pueda tener el hombre (p.49). Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (OMT) (s.f), nos dice que el turismo es una manifestación social, cultural y económica que se refiere al desplazamiento de personas, también conocidas como visitantes (que pueden ser turistas, excursionistas; residentes o no residentes), a lugares fuera de su residencia usual y que viajan ya sea por motivaciones personales, de negocios o profesionales. El turismo abarca las actividades que estas personas realizan y de las cuales algunas involucran un gasto turístico.

Según De la Torre, F. (1997) el turismo crea importantes interrelaciones sociales, económicas y culturales, ya que consiste en el desplazamiento periódico de personas que voluntariamente, se trasladan a un lugar diferente al de su lugar de residencia, en el que no ejecutan actividad alguna por la que sean remunerados, produciendo diversas interrelaciones de importancia social, económica y cultural y que tienen como motivación la recreación, el descanso, la cultura y la salud (pág.143). Así mismo, para Rendón, M. (2006) la actividad

turística conlleva al desplazamiento de personas que voluntariamente viajan o realizan excursiones temporales sin fines de lucro, impulsados por el anhelo de vivir nuevas experiencias, relajarse, distraerse, deleitarse con la cultura, etc. Esto genera interacciones de relevancia social, económica, cultural, política y legal. De acuerdo con su efecto en la economía, la cultura y la sociedad pueden repercutir positiva o negativamente, lo cual se ve representado tanto en obstáculos como en oportunidades para lograr el correcto estímulo y el desarrollo de este sector (pág.11).

Finalmente, para Guerrero, E. & Ramos, J. (2014) los desplazamientos humanos nacen de la necesidad del turista de satisfacer deseos, expectativas y anhelos de vivir experiencias culturales y sociales fuera de su contexto habitual por más de 24 horas y menor a 6 meses, gozando de la estructura, infraestructura y supra estructura turística, las cuales incrementan en todo momento su bagaje vivencial en todos los ámbitos que a éste corresponde. El turismo es diversificado, específico, social, económico y humano, por ello el sistema turístico debe buscar la manera de satisfacer de manera personalizada las necesidades y motivaciones personales de cada turista (p.32-33).

- Efectos positivos del turismo

Según Rendón, M. (2006) en el ámbito económico la actividad turística produce beneficios directos e indirectos como la redistribución del dinero y la generación de empleos, elementos básicos para el desarrollo y beneficio la población receptora. El turismo produce un efecto económico representado por los gastos de los turistas que repercuten en los ingresos de los receptores iniciales como hoteles, restaurantes, tiendas, etc.; que a su vez produce producen beneficios indirectos cuando lo ofertado en los establecimientos es adquirido en el mercado local. Es importante que el turista tenga la oportunidad de hacer cosas distintas, de esta manera gastará más dinero alargando su estadía y requiriendo de más instalaciones, servicios y comercios. Así mismo, la sociedad percibe los beneficios del turismo cuando se le integra en el proceso de desarrollo y cuando se les permite usar sus habilidades para gestionar sus recursos locales, haciéndolos sostenibles. De esta manera se crea la identidad cultural y fortalece la conciencia de la comunidad, que favorece el cuidado y divulgación del patrimonio natural y cultural. Del mismo modo, la utilización adecuada de los recursos, atractivos y la prevención de la contaminación promueven una actividad turística sostenible que ayude a preservar el medio ambiente (págs.14,15).

- Efectos negativos del turismo

Para Rendón, M. (2006) la mala administración de la actividad turística se refleja en la falta o inapropiada planificación para un desarrollo turístico que se adapte a los cambios y exigencias de un sector. Esto crea una brecha entre las necesidades reales de la demanda y las labores realizadas por las diferentes entidades turísticas, que trae como consecuencia la pérdida de tiempo y dinero en gestiones que no producen los resultados esperados. Además, el desinterés de los entes encargados del turismo de motivar a las empresas a mejorar su productividad, capacitarse constantemente y a establecer estándares de calidad en el servicio, conlleva a una relación poco favorable entre calidad y precio en los servicios turísticos ofertados (págs.16-17).

### 2.2.2 Cultura

Para González, M. ;Castro, G. & Pérez, R. (2008) la cultura se conforma de todas las características distintivas de un grupo social que pueden ser espirituales, materiales, afectivos, y los conocimientos del hombre sobre las diversas ramas que este pueda entender, los cuales son científicos, políticos, artísticos, económicos, éticos y que lo convierten en un ser libre e íntegro. La cultura es la forma común y característica de comprender, sentir y vivir el mundo de un conjunto de personas que conviven en un mismo espacio, y que de acuerdo a ellos desarrollan su vida (p.28).

La manera en la que convive un grupo social es la cultura comprendida por todos sus valores y comportamientos. Así, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (citado en Lerma, 2006) la define como todas las características distintivas, espirituales y materiales, intelectuales y afectivas, a través de las cuales la sociedad puede diferenciar a un grupo social. Esta abarca, más allá de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. La cultura convierte a las personas en seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos, capaces de expresarse, tomar conciencia de sí misma, reconocerse como un proyecto inconcluso, juzgar sus acciones, procura incansablemente nuevos significados y busca crear obras que perduren en el tiempo y que sean trascendentes. Nos permite además discernir los valores y tomar opciones (p.28).

Para Lerma, F. (2006) la cultura es una tarea social, ya que es propia del hombre (consiente, libre y voluntario) integrante de la comunidad a la que pertenece. Está conformada por las vivencias de los seres humanos a través del tiempo, estas constituyen el patrimonio cultural de un determinado lugar. La cultura son modos de pensar y obrar de las personas, con sus significados, valores y expresiones, que se trasmite de generación en generación y es adoptada a través de un proceso de aprendizaje y socialización que denominamos enculturación (págs.28,29).

### 2.2.3 Cultura turística

González, M. (2013) define la cultura turística como el conjunto de conocimientos que permiten entender el turismo y a partir de estos emitir juicios valorativos basados en la percepción de su entorno, lo que evidencia el nivel de conciencia turística adquirida por cada persona que como consecuencia toma una posición positiva o negativa, entendida como un comportamiento responsable o irresponsable acorde con el rol social que desempeña como actor turístico. Por ello resalta la importancia de la educación para la concientización turística que permita revertir las actitudes y actuaciones negativas en actuaciones positivas que favorezcan la creación de un ambiente apropiado para las relaciones entre el turismo y las comunidades receptoras, basada en una gestión participativa y el efecto multiplicador de todos los sujetos concientizados. De acuerdo con el rol de anfitrión que cumple la población del destino turístico, esta se caracteriza por conocer su espacio geográfico y la problemática existente, tiene competencias comunicativas y se siente identificado con su cultura, así mismo demuestra valores como patriotismo, honestidad, dignidad, solidaridad, responsabilidad, humanismo, colectivismo, participa y emite juicios y opiniones críticas. Estas características son propias de una población comprometida con su rol de anfitriona del turismo a adaptarse a las situaciones generadas por el desarrollo turístico y a cumplir sus funciones de informar, motivar, ayudar, respetar, sensibilizar y rechazar actitudes y comportamientos inadecuados. Todas estas acciones proyectan una mejor imagen y mejoran la calidad del producto turístico.

Si bien es cierto la base de toda actividad turística es el patrimonio natural y cultural. Sin embargo, el factor humano, es el que le da vida al turismo ya sea como turistas o como anfitriones. Para el SECTUR (2012) la cultura turística significa la colaboración de un grupo

social que busca mejorar las condiciones de su entorno, comprometiéndose a conocerlo para contribuir su fortalecimiento, y de esta manera dar paso al desarrollo turístico, convirtiéndolo en una actividad sustentable, es decir, que genere beneficios tanto para los turistas como para los residentes. Por otro lado, según MINCETUR (2015), la cultura turística son todos los conocimientos, valores y actitudes que refuerzan la identidad, promueven el buen trato al turista (nacional y extranjero) y la protección del patrimonio en todas sus expresiones, aceptando al turismo como instrumento de desarrollo sostenible del país.

De acuerdo con la Universidad Abierta y a Distancia de México (UNADM) (s.f), la cultura turística son todos los valores de una sociedad moderna o clásica que destaca aspectos de la cultura anfitriona (tradiciones y costumbres) a nivel local, nacional e internacional. De igual manera, la cultura turística implica los comportamientos y la relación entre el anfitrión, el turista y todos los participantes directos o indirectos de la actividad que permiten crear relaciones turísticas de calidad. Son pequeñas acciones pero que crean un valor agregado con los clientes como por ejemplo llamarlos por sus nombres, ser amables y corteses, dar la información adecuada, entre otras. Al momento de adquirir información, capacitación y sensibilización se entiende que el turismo es una posibilidad de relación. Mientras un destino o espacio con potencial turístico se encuentre preparado, se propiciarán vivencias auténticas (págs.15-37). De igual manera el Manual de Cultura Turística (s.f) la define como todos los valores trascendentales que nos ayudan a encontrar interés por nuestra cultura y de esta forma sentirnos identificados para así poder difundirla. Cuando se posee cultura turística, es más fácil crear interrelaciones con los turistas, quienes esperan calidad en los servicios de los que hacen uso, así mismo los anfitriones del destino buscan beneficiarse para mejorar su calidad de vida.

#### 2.2.4 Importancia de la cultura turística

Para González, M. (2013) la cultura turística supone posturas y acciones positivas que permite desarrollar una convivencia armónica entre el turismo y las comunidades receptoras, las cuales serán participes y asimismo divulgarán las acciones necesarias para el buen desarrollo del turismo. Así mismo la cultura turística permite que cada persona logre un significado y un sentido personal con la que se sienta comprometida con el turismo en el entorno en el que vive, con esto se logra desarrollar un turismo seguro y responsable que

contribuya al entendimiento, tolerancia y paz entre culturas de diversas comunidades y naciones.

Por otro lado, SECTUR (2012) dice que la transmisión y educación en conocimientos y valores, permite un mejor entendimiento el turismo y sus implicaciones, esto se manifiesta en actitudes que reflejan la valoración y adecuada administración del patrimonio turístico. La cultura turística hace posible la llegada de más visitantes a un destino, como resultado de una oferta turística adecuada al entorno y a la identidad de los anfitriones, quienes al sentirse a la vez beneficiados con la actividad turística atenderán eficientemente a los visitantes, a la vez favorecerán la consolidación de productos y destinos turísticos, y por ende la sustentabilidad para las comunidades.

#### 2.2.5 Dimensiones de la cultura turística

- **Dimensión cognitiva**

Según Gonzáles, M. (2013) esta engloba los conocimientos que permiten emitir juicios valorativos acerca del turismo y sus efectos. Esto significa que el anfitrión debe conocer la historia, geografía, cultura y ambiente del lugar, sobre el turismo y su importancia, la problemática del turismo en el espacio local y sobre la gestión local del turismo sostenible. Así mismo para (SECTUR, 2012) son los conocimientos de la comunidad anfitriona, los cuales permiten que esté preparada para brindar servicios con calidad, estos conocimientos son históricos y geográficos, acerca de los recursos, factores y repercusiones del turismo, características de la nación, región o localidad en la cual se vive y las técnicas, métodos de administración y operación de los servicios turísticos. De igual manera para Mendoza, M.; Rodríguez, G.& Enciso, (2013) esta dimensión abarca la información, la figura y las percepciones que tienen los residentes con respecto al turismo y los efectos socioeconómicos que trae consigo la actividad turística.

#### **Indicadores de la dimensión cognitiva**

Conocimientos históricos: según Ordaz, L. (2012) este se entiende como la información obtenida por las personas por experiencias o por instrucción sobre hechos pasados sociales,

son temas comprendidos sobre el desarrollo del hombre en el tiempo, desde su origen hasta la actualidad.

Conocimientos geográficos: para Araya, F. & De Souza, L. (2018) la información que tengan los individuos sobre la existencia física y humana del sitio en el que habita, permite la visualización espacial de los fenómenos naturales, la tierra y su estructura, las culturas e idiomas, etc. La comprensión del espacio geográfico es importante en la formación de las personas como seres partícipes de la sociedad, ya que les posibilita percibirse como ciudadanos del mundo, y entender su rol en este, así como su relación con el medio ambiente.

Conocimientos culturales: para Urdapilleta, J. (2016) son los saberes acerca de la existencia de grupos sociales y sus distintivas formas de vivir y entablar relaciones. Estos conocimientos abarcan las maneras propias de realizar las cosas, caracterizadas por el espacio geográfico, el tiempo y sus costumbres; así mismo de su visión y pensamiento del mundo, además de los valores que consideran trascendentales como religiosos, morales, artísticos, etc.

Conocimientos ambientales: según Corral, V. & De Queiroz, J. (2004) estos conocimientos se relacionan con los conocimientos y vivencias que las personas tienen respecto al medio ambiente, así los autores afirman que los conocimientos ambientales son acciones que tienen como objetivo la protección y conservación del espacio físico.

Conocimientos sobre turismo y su importancia: Según Orgaz, F. & Moral, S. (2016) la importancia de conocer el turismo radica en las oportunidades que brinda a los destinos en vías de desarrollo gracias a su influencia positiva en aspectos socioeconómicos y culturales. Por ello conocer los conceptos básicos permite entender la infraestructura turística, conocer quiénes son los actores del turismo y que rol cumple cada persona dentro de este, conocer los tipos de turismo y turistas, etc., y de esta manera ser capaces de gestionar acciones para desarrollar esta actividad de acuerdo a las necesidades, condiciones y características de cada destino.

Problemática en el espacio local: para Marques, C. González, M. & Miranda, R. (2014) hace referencia a asuntos urbanos, demográficos, ambientales, o cualquier hecho que pueda provocar efectos negativos en la autenticidad local, las costumbres de las comunidades, etc., que puedan limitar el desarrollo de actividades turísticas (p.2).

Gestión local del turismo sostenible: para Marques, C. Gonzáles, M. & Miranda, R. (2014) los conocimientos del modelo de desarrollo turístico local, permiten emitir percepciones y opiniones que influyen en el comportamiento positivo o negativo de la comunidad , y por lo tanto en la operatividad del sistema turístico (págs.2-3).

- Actitudinal

Para Gonzáles, M. (2013) hace referencia al interés de la población por colaborar en la solucionar problemas y mejorar el desarrollo turístico y a la actitud pasiva o activa adoptada, además de los valores positivos como la responsabilidad, respeto, compromiso, tolerancia, honradez, orgullo, identidad cultural, arraigo. Según SECTUR (2012) los valores son principios característicos de las personas considerados como positivos o de mucha relevancia para un grupo social, estos impulsan a comportarse de una determinada manera ya que son parte de sus creencias y por lo tanto expresan sus intereses y sentimientos, evidenciados en actitudes que le dan sentido en la práctica a la Cultura Turística. De acuerdo con Díaz R. & Gutiérrez, D. (2010) el estudio de las actitudes frente al turismo permite conocer la disposición y apreciación de los residentes para recibir a los turistas en su localidad, ya que la actividad turística trae consigo ciertos cambios en su vida diaria, por ello el éxito de un destino depende en gran medida de la comunidad receptora.

### **Indicadores de la dimensión actitudinal**

Interés: según Raffino, M. (2019) guarda relación con las emociones, por lo que considera que el interés es un sentimiento de motivación que hace que alguna cosa, hecho o situación sea importante para una persona, y que lo motiva a actuar de una manera determinada.

Actitudes: para Raffino, M. (2019), las actitudes son los modos de actuar de las personas que manifiestan sus estados de ánimo, éstas además se dan de acuerdo a experiencias y creencias que cada individuo vive durante su vida. De acuerdo a estos factores estas actitudes pueden ser pasivas, es decir que la persona no actúa por sí sola, si no que espera que los demás lo hagan; y la actitud activa se refiere a personas comprometidas, proactivas y con voluntad de hacer las cosas.

Valores: son lineamientos que sirven como guía para la sociedad en cuanto a su forma de actuar con el fin de vivir en armonía con las personas. Estos son: la responsabilidad que, según Mestre, A. (2008) es el compromiso que tiene una persona como miembro de un grupo social de actuar en base a la moral y la ética de manera correcta cumpliendo con sus obligaciones; el respeto para la Dirección de Comunicación Corporativa (s.f), significa valorarse a uno mismo y así mismo a los demás a través del reconocimiento, aceptación y apreciación de las cualidades de cada persona, esto se manifiesta en los actos de las personas. Otro valor es el compromiso, el cual según Garrido, L. (s.f) es una obligación contraída por una persona de actuar según los objetivos de algo que se haya propuesto (p.1); así mismo, Torres, J.(1985) define la tolerancia como la comprensión y aceptación de las opiniones o formas de actuar de las personas a pesar de ser contrarias a las de uno mismo (p.107). El valor de la honestidad de acuerdo con Zarate, I. (2003) es propio del ser humano ser confiable, sincero y transparente y actuar sin poner como prioridad sus intereses personales, es decir respetando los demás; por otro lado para Otzin, C. (2015), el orgullo es el sentimiento de pertenencia y unión hacia el lugar donde vive y se desarrolla con entusiasmo su rol como integrante de un grupo social, este valor da pie a la colaboración colectiva y la proactividad individual (p.9). La identidad cultural para Molano, O. (2007) significa sentir como propio y valorar la cultura, las tradiciones, las creencias y los valores de un sector social (págs.75-76). Finalmente el arraigo es definido por Pérez, J. & Gardey, A. (2015), como el hecho de afirmarse a un lugar que brinde bienestar y seguridad para el desarrollo de una persona.

- Afectivo motivacional

Según Gonzáles, M. (2013) se refiere a la importancia para el desarrollo turístico basada en la relación turista-anfitrión, la cual se evidencia en la percepción ciudadana del modelo de desarrollo turístico, los estados de ánimo de la población como euforia, apatía, rechazo, aceptación, sus motivaciones para ser partícipes del turismo responsable y la satisfacción sobre la actividad turística. Para Royo, M. & Ruiz, M. (2009) esta percepción sobre los efectos del turismo en su comunidad depende de la influencia de distintos factores como la dependencia del turismo, el nivel de desarrollo local, la utilización de la base de recursos públicos por parte de la población, el sentimiento hacia la comunidad y el compromiso con la comunidad. Así pues, O'Leary, J. (1976) nos dice que la reacción de los residentes con respecto a esta actividad será positiva o negativa dependiendo de los efectos percibidos en cuanto a su capacidad de usar los recursos turísticos. De este modo su reacción será positiva si

el turismo les genera mejoras en su forma de vida y oportunidades para ser partícipes del mismo y por el contrario será negativa si la actividad turística es considerada como una masificación o exclusión para los residentes.

### **Indicadores de la dimensión afectivo emocional**

Percepciones: para Vargas, L. (1994), es el desarrollo de conocimientos de la conciencia que permite distinguirlos, comprenderlos e interpretarlos para luego emitir opiniones respecto a los sentimientos provocados por un lugar social y físico, ya que en este proceso intervienen las ideologías y la cultura del lugar y que se relacionan con las experiencias diarias, las cuales influyen en la forma en la que la persona concibe la realidad (p.48)

Estados de ánimo: son tonos sentimentales hacia opiniones o situaciones que pueden ser agradables o desagradables y que pueden durar horas o días. En cuanto al turismo estos pueden ser la euforia, que según Pérez, J. & Gardey, A. (2009) es la expresión efusiva de bienestar en su más alto nivel de alegría o felicidad frente a alguna situación o experiencia positiva; la apatía para Aguilar, Y. & otros (2015) se entiende como la ausencia de motivaciones personales, la falta de ánimo y emociones hacia la interacción con la sociedad, la cual se produce por falta de oportunidades, falta de recursos, inseguridad e insatisfacción personal (p.328). El rechazo es la negación o rehusó hacia situaciones o personas que no sean agradables para un grupo social, ya que estos pueden presentar diferentes rasgos a los que los miembros de una comunidad están acostumbrados; por otro lado la aceptación según Clemente, S. (2013) es saber tolerar situaciones que no se puedan cambiar buscando formas de vivir con ellas si que afecten a la persona.

Motivaciones: según Naranjo, M. (2009) se entiende como el conjunto de causas o razones que dirigen el actuar de las personas de manera positiva hacia aquellas cosas que tienen un valor significativo para ellas, es decir es el eje que dirige las acciones de una persona para lograr una meta y objetivo manteniendo siempre una misma posición para alcanzar aquello que las moviliza (págs.153-154).

Satisfacción: según Dos Santos, M. (2016) es una reacción emocional positiva hacia un bien o servicio, en este caso hacia la actividad turística, después de emitir juicios valorativos

que nacen del conocimiento y de las experiencias, es decir que los integrantes de un lugar se sientan complacidos y contentos con el turismo y sus efectos (págs.81-82).

- Instrumental

Para Gonzáles, M. (2013) son todas las habilidades que posee la población anfitriona las cuales permiten gestionar el turismo local, estas son habilidades para comunicarse y relacionarse, para tomar decisiones, gestionar problemas y solucionar conflictos. Según la Universidad Tecnológica de Cancún (s.f) estas habilidades son esenciales para proporcionar una experiencia agradable a los turistas. Los anfitriones deben ser perceptivos hacia los problemas y obstáculos que puedan tener los visitantes durante su estadía y deben ser capaces de brindar soluciones; así mismo deben tener la capacidad de desenvolverse, expresarse y liderar situaciones con facilidad. Además deben adaptarse a las necesidades de cada persona, a fin de lograr la satisfacción de cada turista. Del mismo modo, Abán, J. (2016) explica que existe habilidades indispensables que los residentes deben desarrollar para ejercer correctamente su rol como anfitriones turísticos. Estas son habilidades de relaciones interpersonales, para crear un ambiente de confianza con los turistas en el que se les pueda convencer de lo que se dice o hace. El trabajo en equipo es otra de las habilidades necesarias para lograr la hospitalidad, el objetivo es brindar una experiencia y un servicio de calidad y para ello se requiere de la cooperación de todos los involucrados en este proceso. Finalmente, para la habilidad de resolución de problemas, los anfitriones deben ser empáticos y comprensivos con los turistas, para generarles confianza y poder manejar efectivamente cualquier conflicto dando soluciones acertadas.

### **Indicadores de la dimensión instrumental**

Habilidades para comunicarse y relacionarse: según Flores, E. Garcia, M. Calsina, W. & Yapuchura, A. (2016) estas permiten entablar relaciones eficientes y compartir con los demás a través de la comunicación clara y precisa sentimientos, opiniones, deseos, etc. con las personas con las que interactúen facilitando el trabajo conjunto para las lograr metas u objetivos propuestos. El desarrollo de estas habilidades generan satisfacción y motivación para participar, liderar y pertenecer a la comunidad (p.6)

Toma de decisiones: para Mengual, A.; Sempere, F.; Juárez, D. & Rodríguez, A. (2012) la habilidad de tomar decisiones involucra el uso de ciertas facultades del ser humano como la capacidad de autoconocerse, saber lo que puede y no puede hacer (limitaciones), la capacidad de analizar y comparar las diferentes opciones, de usar su imaginación y poder ser libre de elegir y priorizar de acuerdo a la urgencia de la situación (p.3)

Gestión y solución de problemas: según Bados, A. & García, E. (2014) implican la capacidad de liderar situaciones de conflictos, lo que supone el saber comunicar y escuchar eficazmente, analizar, comprender e indentificar los problemas, ser sensibles con los involucrados, y finalmente buscar la manera de llevar a cabo acciones que permiten resolver dichos problemas (págs.8-9)

- Comportamental

Según Gonzáles, M. (2013) son las formas responsables de actuar, apoyar y participar en el desarrollo del turismo local, asimismo de promocionar y difundir las prácticas exitosas de turismo sostenible con el entorno social. Para Kliskberg, B. (1998) la participación de la comunidad receptora es una estrategia para el desarrollo turístico, ya que esta es una oportunidad para su inclusión en la toma de decisiones, resolución de problemas con la finalidad de motivarlos a actuar según los objetivos establecidos en la planificación para el desarrollo local. Sanabria, G. (2001) refiere que la participación de la comunidad es un proceso en el cual todos los actores de la sociedad son parte de todos los asuntos económicos, sociales, culturales y políticos, y que coalicionan para crear, ejecutar y evaluar las buenas prácticas del turismo.

### **Indicadores de la dimensión comportamental**

Modos de actuación: según Pérez, Y. (s.f) son las acciones que realizan de cada uno de los integrantes de una comunidad y la manera en que lo hacen, para desarrollar su rol dentro de esta, basándose en valores que lo comprometen a cumplir su función exitosamente. Estos modos de actuación nacen del proceso de formación que cada individuo haya tenido en su vida, y manifiestan el nivel de desarrollo de sus habilidades y capacidades (págs.1-2).

La participación: para Díaz, A. (2017) es la acción de involucrarse en cualquier tipo de actividad de forma cognitiva, resultante de un proceso de conocimiento. La participación ciudadana es un derecho legítimo de todo ciudadano para intervenir en la gestión pública o en la toma de decisiones del gobierno, impulsando así el desarrollo local y la democracia. Su principal finalidad es la de defender y movilizar intereses sociales y la de crear una conciencia social (págs.343 -347).

Posicionamiento: para Gonzáles, M. (2014) el concepto de posición permite describir la postura o actitud que asume un individuo frente a una determinada cuestión, en el tema turístico esta postura puede ser positiva o negativa, según las percepciones que una persona tenga respecto a la realidad de su entorno en el que se desenvuelve (p.10).

Efecto multiplicador: según Gonzáles, M. (2014) se refiere al conocimiento y divulgación de acciones exitosas que tengan como fin el desarrollo de una comunidad, los habitantes de dicho lugar comunican y propagan estas acciones con su entorno más cercano y se va creando una cadena que tiene como fin que todos los integrantes de dicha comunidad practiquen estas acciones, para lograrlo debe existir una comunicación fluida entre todos los actores, autoridades, promotores y residentes (p.7).

### **III. Metodología**

#### **3.1 Tipo y nivel de investigación**

La investigación tuvo un enfoque mixto; para Baptista, M., Fernández, C. & Hernández, R. (2014) el método mixto son procesos empíricos, sistemáticos y críticos, que implican la recaudación y análisis información cuantitativa y cualitativa, su integración y discusión en conjunto, para hacer deducciones sobre todos los datos recolectados y lograr que el fenómeno que se estudia sea mejor comprendido (pág.534). De esta manera se utilizaron como instrumentos la entrevista y las encuestas que permitieron la recolección información cualitativa y cuantitativa, con las que se pudieron obtener resultados más acertados.

La investigación fue de de tipo aplicada ya que se basó en antecedentes de investigaciones ya realizadas. Según Maletta, H. (2015) la investigación aplicada busca que dentro de un espacio específico, se aplique un conocimiento existente pero que no tiene una teoría

formulada, pues implica un concepto que va de lo general a lo particular, y el investigador busca validarla en un contexto delimitado a un espacio determinado (pág. 438). Así la investigación fue aplicada en la USAT a los estudiantes de la carrera de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos.

La investigación fue de nivel descriptivo ya que solo se recogió información y midió la variable cultura turística. Así, Baptista, M., Fernández, C. & Hernández, R. (2014) la definen como un estudio que describe el fenómeno social que se desea medir y se caracteriza por conocer, observar y evaluar la realidad para luego describir y especificar todas las características que la reconozcan como tal (pág. 92).

### 3.2 Diseño de investigación

La investigación tuvo un diseño no experimental ya que no se realizó ningún tipo de manipulación de la variable cultura turística, solo se describió. Para Baptista, M., Fernández, C. & Hernández, R. (2014) este tipo de investigación es aquella en la que no se efectúa ningún tipo de manipulación deliberada de las variables en los que se rige el estudio, es decir, son investigaciones que buscan fortificar estudios ya realizados, además de no pretender variar en forma las variables de la investigación (pág. 152).

A su vez el estudio fue transversal, que, según Baptista, M., Fernández, C. & Hernández, R. (2014) las investigaciones con diseño transversal solo recogen datos en un único tiempo, la finalidad es detallar las variables y analizar su influencia e interrelación en un momento determinado (pág.154). De acuerdo a lo anterior, los instrumentos se aplicaron durante dos semanas del mes de setiembre en el periodo 2019 II a los estudiantes y a la directora de escuela de la carrera de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT.

### 3.3 Población, muestra y muestreo

Población: la población según Baptista, M., Fernández, C. & Hernández, R. (2014) es la agrupación de todos los individuos que comparten ciertas características específicas (pág.174). En esta investigación la población estuvo conformada por todos los estudiantes de la carrera de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT matriculados en

el periodo 2019 II, siendo un total de 170 alumnos según reporte del sistema universitario. Así mismo se considero para la aplicación de la entrevista a la directora de escuela, Rosse Marie Esparza Huamanchumo.

### 3.4 Criterios de selección

Las características principales que se tomaron en cuenta para la selección del total poblacional a investigar, fue que sean todos los alumnos de la carrera de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT, debido a la accesibilidad que se tuvo en esta institución, se consideraron para el estudio a los alumnos desde el segundo hasta el décimo ciclo. Como se aplicó a toda la población, no hubo muestra sino población censal. Se excluyeron 12 encuestas debido a que no se encontraron presentes a los alumnos en su totalidad y otras no fueron llenadas correctamente.

## 3.5 Operacionalización de variables

Tabla N° 1

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	
CULTURA TURÍSTICA	Cognitiva	Conocimientos históricos, geográficos, culturales y ambientales.	Cuestionario	
		Turismo e importancia		
		Problemática en el espacio local		
		Gestión local del turismo sostenible		
	Actitudinal	Interés		
		Actitudes		
		Valores		
	Afectivo- emocional	Percepciones		
		Estados de ánimo		
		Motivaciones		
		Satisfacción		
	Instrumental	Habilidades para comunicarse y relacionarse		Guía de entrevista
		Toma de decisiones		
Gestión y solución de problemas				
Comportamental	Modos de actuación			
	Participación			
	Posicionamiento			
	Efecto multiplicador			

*Operacionalización de variables*

*Fuente: Elaboración propia*

## 3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para la presente investigación fue la encuesta y se consideró como instrumento un cuestionario de preguntas cerradas, así como también de escala Likert, el cual

medió las dimensiones cognitivas, afectivo emocional y actitudinal. Según Baptista, M., Fernández, C. & Hernández, R. (2014) para recolectar información sobre fenómenos sociales, el instrumento más adecuado es el cuestionario, conformado por un número de interrogantes acerca de las variables que se van a medir (pág. 217). Para las dimensiones instrumental y comportamental se utilizó como técnica la entrevista la cual estuvo conformada por 14 preguntas abiertas y fue aplicada únicamente a la directora de escuela de la carrera de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos. Para validar la confiabilidad del instrumento se aplicó la prueba estadística Alfa de Cronbach a una muestra piloto de 25 estudiantes, dando como resultado 0,91, un valor próximo a la unidad y superior a 0.60; por lo que el instrumento fue confiable y produjo resultados consistentes y coherentes.

### 3.7 Procedimientos

Para la aplicación de la entrevista, se hizo una previa coordinación con la directora de escuela para agendar una cita, esta se llevó a cabo en su oficina en horas de la mañana, de 10:00 a 11:00 a.m. Para la aplicación de las encuestas, se obtuvo el permiso necesario por parte de la directora de escuela, quien entregó una carta que fue presentada a los docentes para el ingreso a las aulas durante horario de clases (de 8 a.m a 12 p.m) donde se llevó a cabo la recolección de la información durante 2 semanas del mes de setiembre.

### 3.8 Plan de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los resultados que se obtuvieron en la aplicación de los instrumentos se utilizó el programa de Excel, en el cual se ingresaron los datos en una tabla y luego fueron pasados al programa SPSS (Statistical Package for the Social Science) versión 22, este último permitió realizar un análisis descriptivo, la distribución de frecuencias, además crear tablas y gráficos de contingencia para contrastar datos demográficos con datos cuantitativos. Por otro lado para los datos cualitativos se utilizó el programa Microsoft Office Word, para la transcripción de la información obtenida en la aplicación de la entrevista.

## 3.9 Matriz de consistencia

Tabla N° 2

*Matriz de consistencia*

<b>Matriz de consistencia</b>						
<b>Problema principal</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable: Cultura Turística</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>		
¿De qué manera se podrá fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT?	Fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT.	La presente investigación no tiene una hipótesis ya que solo cuenta con una variable	Cognitiva	Conocimientos históricos, geográficos, culturales y ambientales.		
				Turismo e importancia		
	Problemática en el espacio local					
	Determinar el conocimiento actual en turismo de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT.		<b>Objetivos Específicos</b>	La presente investigación no tiene una hipótesis ya que solo cuenta con una variable	Actitudinal	Gestión local del turismo sostenible
						Interés
						Actitudes
						Valores
						Modos de Actuación
						Percepciones
						Estados de ánimo
Identificar las actitudes y valores respecto al turista de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios			Afectivo - emocional	Motivaciones		
				Satisfacción		
			Instrumental	Habilidades para comunicarse y		

<p>Turísticos de la USAT.</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora para fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT.</p>	<p>Comportamental</p>	<p>relacionarse</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Resolución de problemas</p> <p>Participación</p> <p>Posicionamiento</p> <p>Efecto multiplicador</p>
<p><b>Diseño y Tipo de Investigación</b></p>	<p><b>Población y muestra</b></p>	<p><b>Procedimiento y procesamiento de datos</b></p>
<p>El enfoque de esta investigación es mixto y es de tipo aplicada</p> <p>Es de nivel descriptivo y tiene un diseño no experimental transversal.</p>	<p>La población estuvo conformada por los 170 estudiantes matriculados en la carrera de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT, durante el periodo 2019 II. Por criterios de selección se consideró todos los estudiantes para el estudio.</p>	<p>Los datos se procesarán en el programa SPSS y Excel.</p>

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.10 Consideraciones éticas

Se les explicó a los estudiantes los objetivos y la importancia de la evaluación de esta variable, además se ha respetado la confidencialidad de las respuestas de todos los encuestados. Por último, no se ha modificado ninguna respuesta y se ha aplicado los procedimientos estadísticos adecuados

## IV. Resultados y discusión

De acuerdo al objetivo general planteado de fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT, se aplicaron instrumentos que permitieron conocer los siguientes datos demográficos de la población estudiada:

Tabla N° 3

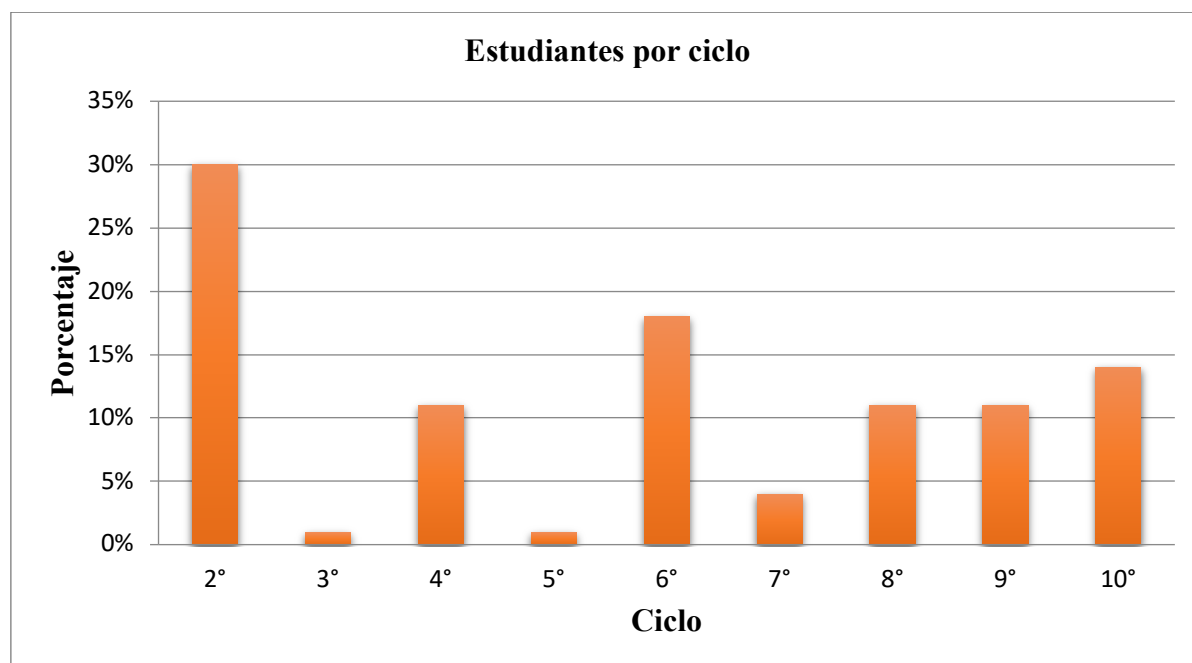
*Datos demográficos de la población*

<b>Variable</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sexo	Femenino	110	69,6 %
	Masculino	48	30,4 %
Ciclo	2° ciclo	47	30 %
	3° y 5° ciclo	1	1 %
Lugar de procedencia	Chiclayo	122	77,2 %
	Amazonas, Chepén,		
	Colombia, Cutervo,		0,6 %
	España, Huaraz,	1	
	Illimo, Iquitos, Jaen, San José, Trujillo y Tumbes		

*Fuente: Elaboración propia.*

Según la tabla se observó que, del total de la población, el 69,6% fueron estudiantes mujeres, mientras que el 30,4% eran hombres, además la población estuvo conformada en su mayoría (30%) por los estudiantes del segundo ciclo, y una menor población que representó el 1% pertenecía a los estudiantes del 3 y 5 ciclo. Así mismo, el 77,2% de los estudiantes provenían de la ciudad de Chiclayo, mientras que el 0,6% de la población estuvo representada

por los estudiantes que provenían de lugares de esta ciudad. Estos factores podrían haber influido en los resultados de los instrumentos aplicados, en cuanto a que la mayoría de los estudiantes estaban empezando a desarrollar su cultura turística y además a que algunos de los estudiantes no tenían arraigo en la ciudad.



*Figura 1.* Estudiantes por ciclo

*Fuente:* Elaboración propia.

El gráfico muestra que, del total de alumnos, la población más representativa con un 30% fueron los estudiantes del 2 ciclo, seguidos del 6 ciclo, representando un 18% y el 10 ciclo, quienes conformaron el 14% de la población. Con una misma cantidad de estudiantes, el 4, 8 y 9 ciclo representaron el 11 % respectivamente del total de alumnos. Finalmente los menos representativos de la población fueron el 7 ciclo con un 4%, así como el 3 y 5 ciclo con 1% respectivamente. Estos datos fueron relevantes para el análisis de los datos obtenidos, en el cual se tomaron en cuenta a los ciclos con mayores poblaciones, siendo estos el 2,4,6,8,9 y 10 ciclo.

De acuerdo al primer objetivo, para determinar el conocimiento actual en turismo de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT, se aplicaron encuestas con 13 interrogantes que permitieron desarrollar la dimensión cognitiva de la variable cultura turística. Por otro lado, para la dimensión instrumental se realizó una entrevista de 6 preguntas dirigidas la autoridad de la escuela.

## Dimensión cognitiva

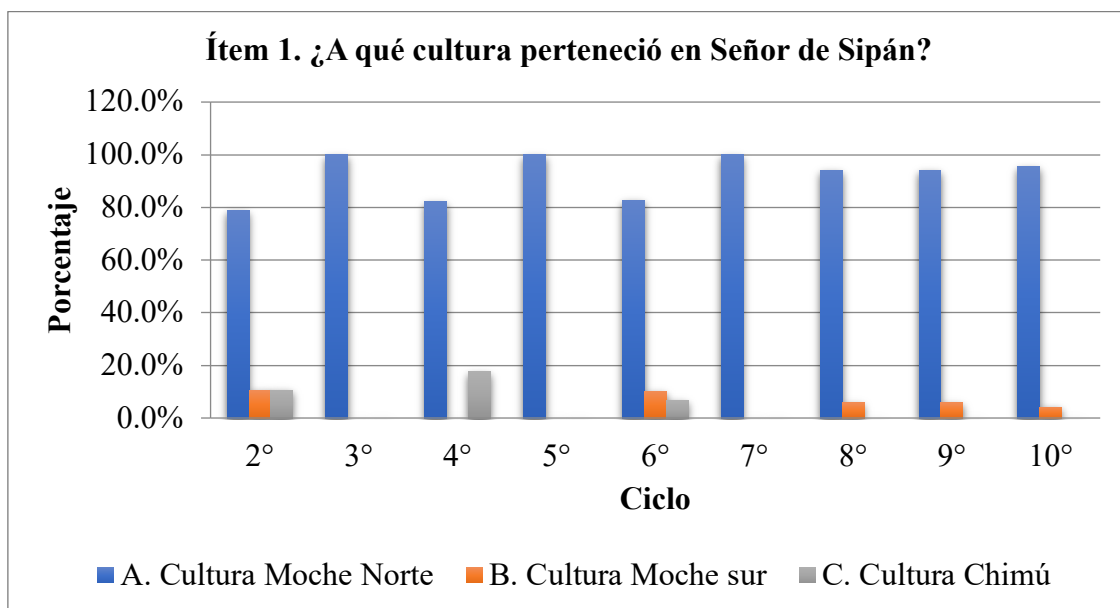
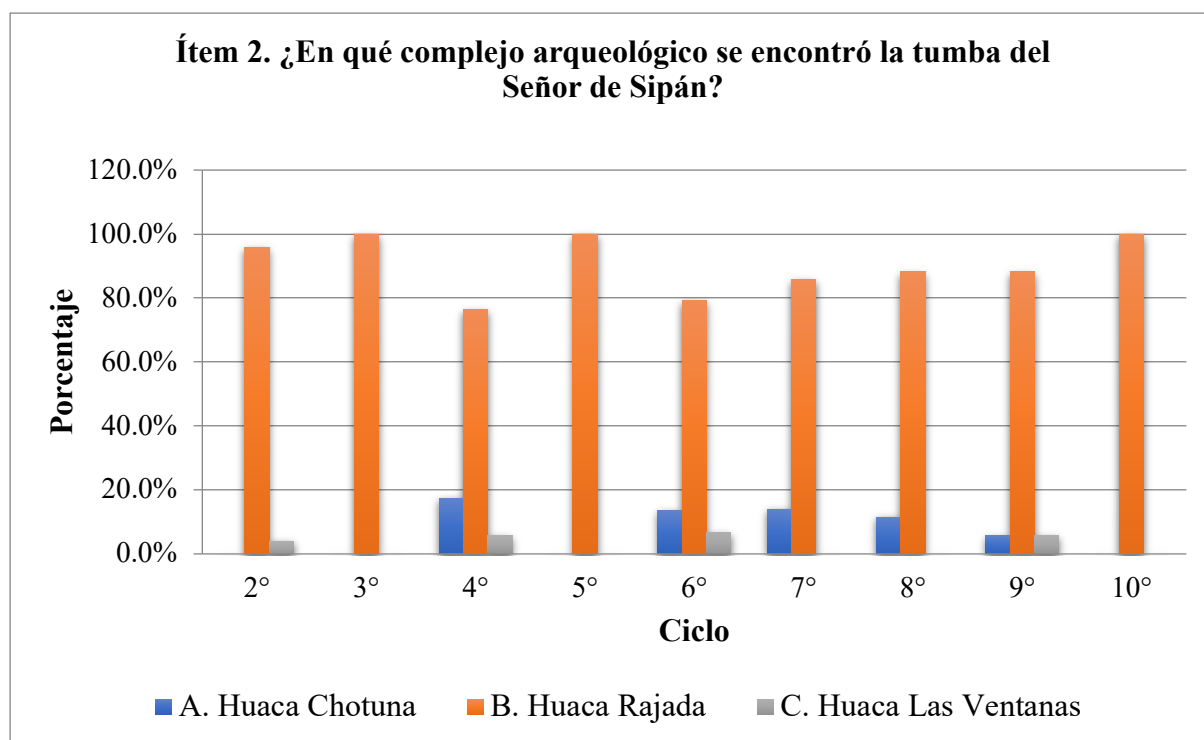


Figura 2. ¿A qué cultura perteneció en Señor de Sipán?

Fuente: Elaboración propia.

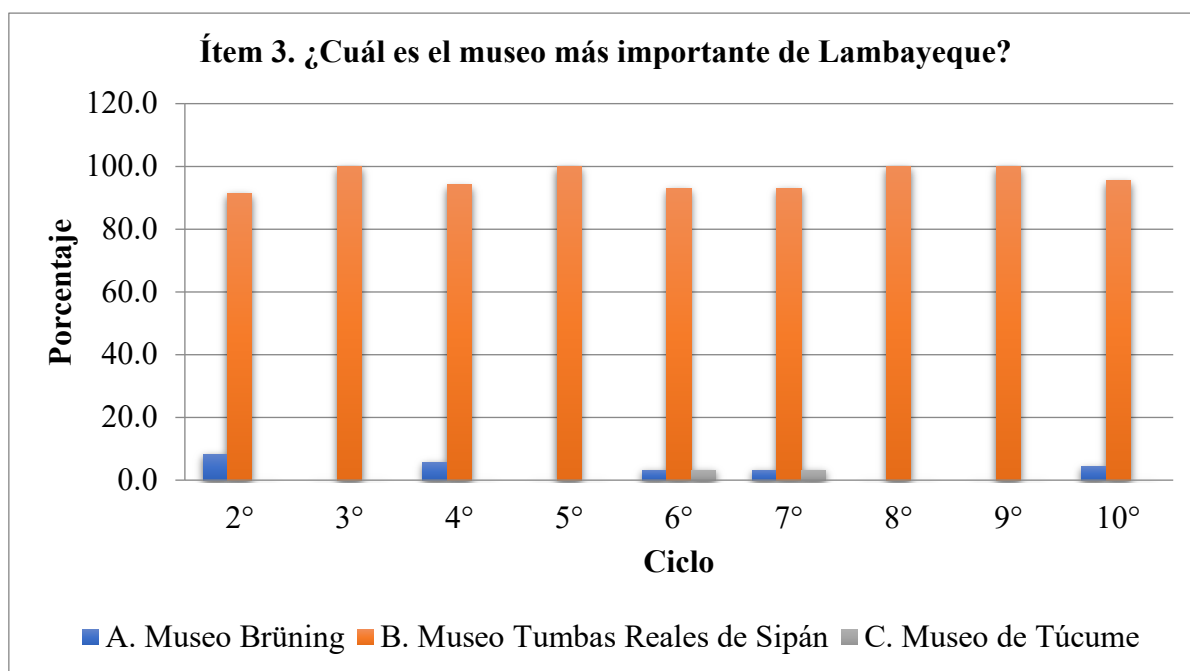
Según los resultados obtenidos en la encuesta, el gráfico muestra que en mayoría, los estudiantes respondieron correctamente a la premisa, se pudo observar una diferencia de margen de error entre los primeros y los últimos ciclos de la carrera, así en el 2 ciclo el 78,7 % de los estudiantes reconocieron la respuesta correcta, mientras que, en el 8, 9 y 10 ciclo hubo un incremento en el porcentaje de acierto que va del 90% en adelante, por lo que se entiende qué, a manera que los estudiantes avanzaron en la carrera, fueron aumentando y desarrollando sus conocimientos.



*Figura 3. ¿En qué complejo arqueológico se encontró la tumba del Señor de Sipán?*

*Fuente: Elaboración propia.*

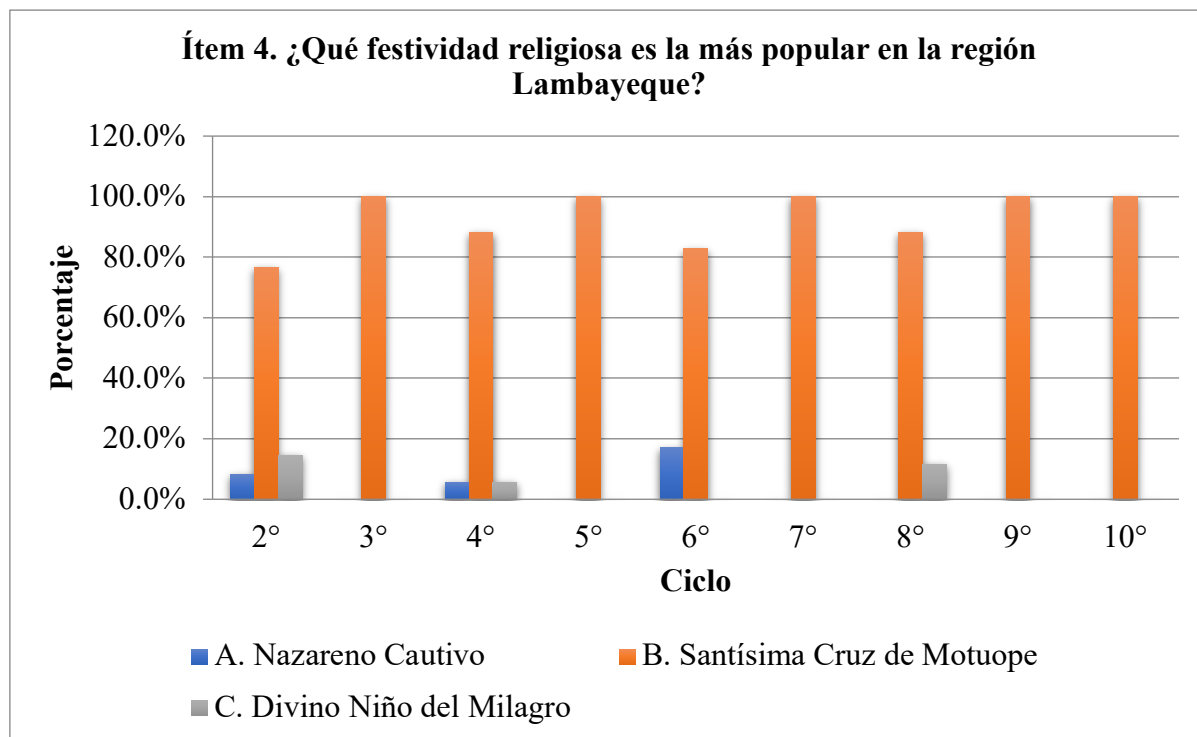
Según los resultados obtenidos, el gráfico mostró que la mayoría de la población respondieron correctamente a la premisa, por lo que se entiende que los estudiantes conocían los aspectos culturales de su lugar de residencia. Hubo un incremento desde el 2 al 10 ciclo, donde el 95,7 % y el 100% respectivamente de los estudiantes reconocieron la respuesta correcta, sin embargo también se pudo observar un decrecimiento del 2 al 4 ciclo, a partir de este último la curva fue en aumento, por lo que se concluyó que se hizo hincapié de estos conocimientos en los primeros y últimos ciclos, pero a pesar de ello a medida que los estudiantes avanzaron en la carrera fueron reforzando sus conocimientos.



*Figura 4. ¿Cuál es el museo más importante de Lambayeque?*

*Fuente: Elaboración propia.*

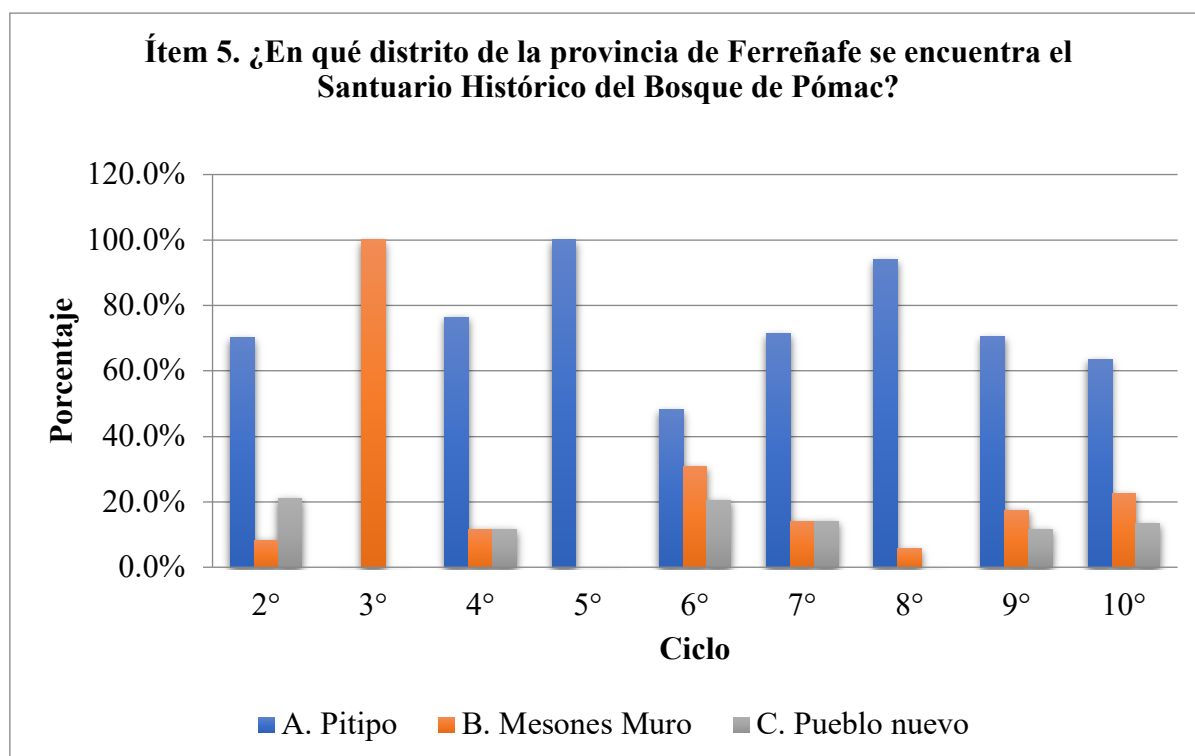
De acuerdo a los resultados obtenidos, se pudo determinar que el 94,9 % de la población sí reconocieron al Museo Tumbas Reales de Sipán, como el museo más importante de la región. Siendo así que más del 90 % de los estudiantes desde el 2 al 10 ciclo, respondieron correctamente, por lo que se pudo concluir que los estudiantes conocían los recursos turísticos más importantes, aspecto fundamental fomentar la cultura turística.



*Figura 5. ¿Qué festividad religiosa es la más popular en la región Lambayeque?*

*Fuente: Elaboración propia*

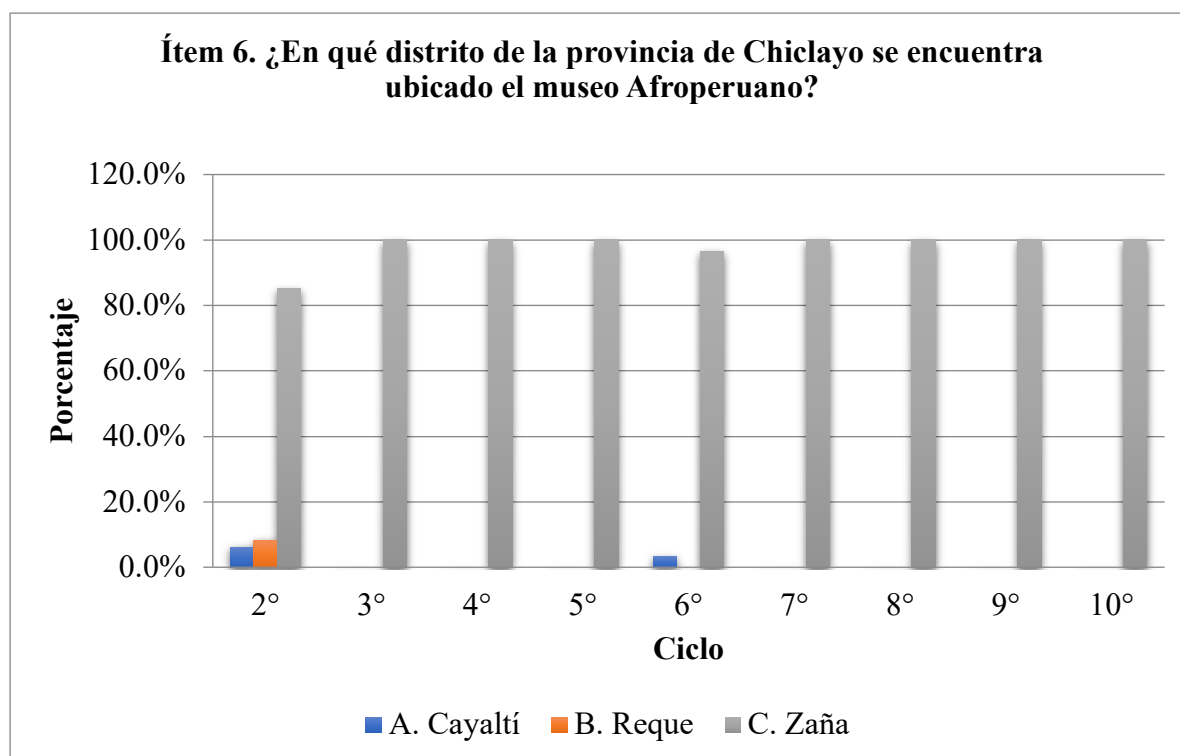
De acuerdo al gráfico, en su mayoría el 87,3% la población conocía las tradiciones de su lugar de residencia, además se observó un incremento en el porcentaje de acierto de 76,6 % en el 2 ciclo hasta el 100 % en el 10 ciclo, por ello se dedujo que hubo un desarrollo significativo en cuanto a los conocimientos culturales de los estudiantes, sin embargo se determinó como un punto a reforzar, ya que se pudo ver un pequeño decrecimiento entre el 4 y 8 ciclo, esto es importante para que los estudiantes cumplan al 100% su rol como anfitriones turísticos.



*Figura 6.* ¿En qué distrito de la provincia de Ferreñafe se encuentra el Santuario Histórico del Bosque de Pómac?

*Fuente:* Elaboración propia.

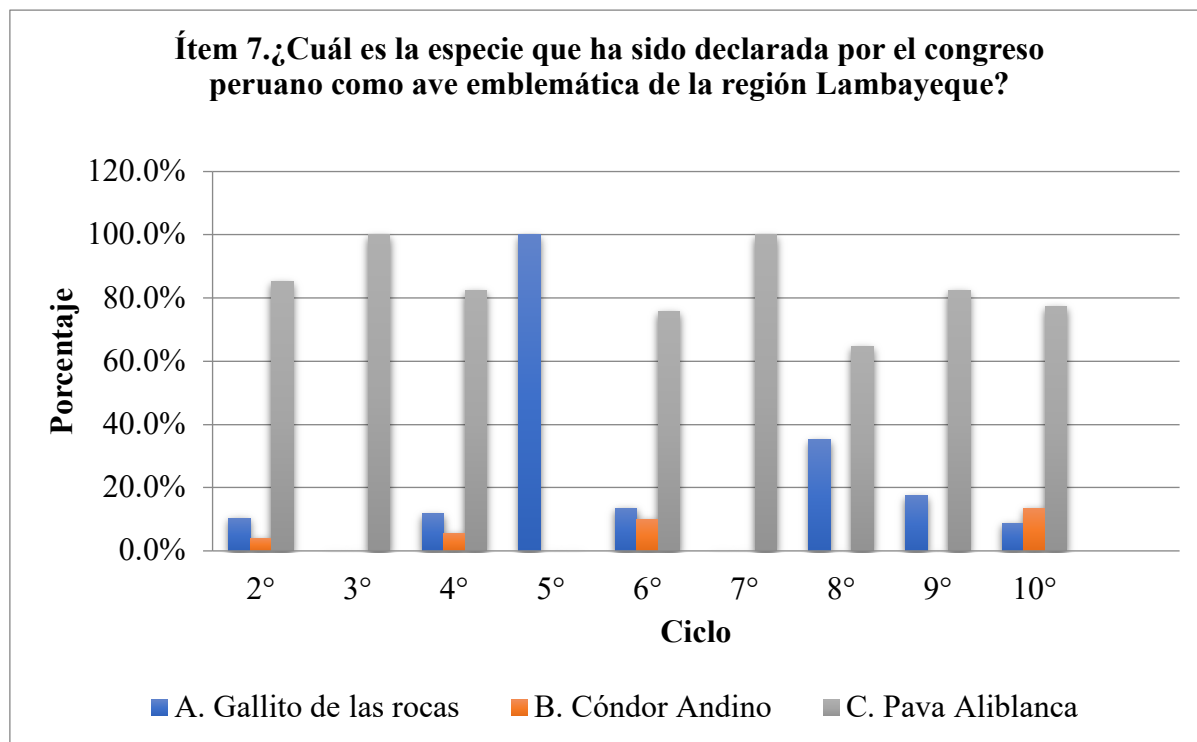
En esta tabla, se pudo observar que sólo el 68,4% de los estudiantes conocía la ubicación del Santuario Histórico del Bosque de Pómac, un recurso turístico dentro de la región, a diferencia de las tablas anteriores, se observó una variación en todos los ciclos de la carrera, en el 2 ciclo el 70,2 % de los estudiantes respondieron correctamente, mientras que en el 10 ciclo sólo el 63,6 % lo hicieron. Estos resultados permitieron identificar una debilidad de los estudiantes en cuanto a conocimientos geográficos de la región, por lo que se consideró un aspecto que debía reforzarse.



*Figura 7. ¿En qué distrito de la provincia de Chiclayo se encuentra ubicado el museo Afroperuano?*

*Fuente: Elaboración propia.*

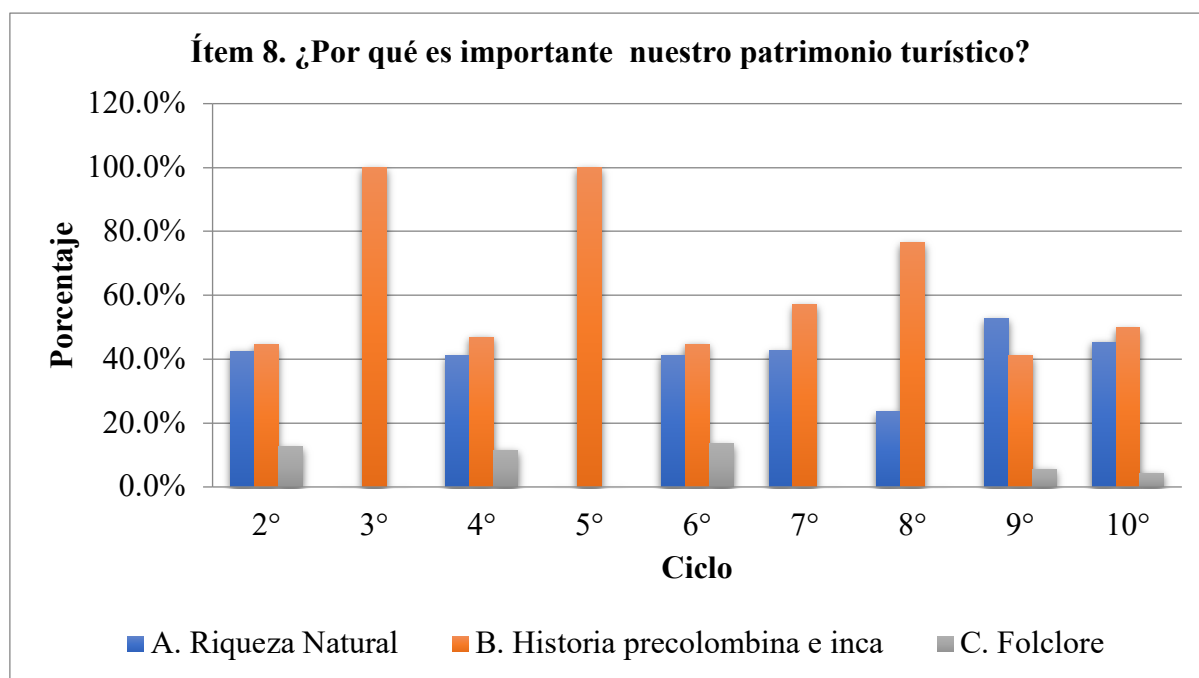
De acuerdo a los datos obtenidos en esta tabla, se observó que en su mayoría el 94,9 % de los estudiantes sí conocían donde se encuentra ubicado en Museo Afroperuano, se identificó también un incremento en el porcentaje de acierto respecto al 2 ciclo con 85,1 % y al 10 ciclo con el 100%. A diferencia del gráfico anterior, los estudiantes sí conocían los datos geográficos del museo, sin embargo esto pudo deberse a que el museo correspondía también al aspecto cultural.



*Figura 8.* ¿Cuál es la especie que ha sido declarada por el congreso peruano como ave emblemática de la región Lambayeque?

*Fuente:* Elaboración propia.

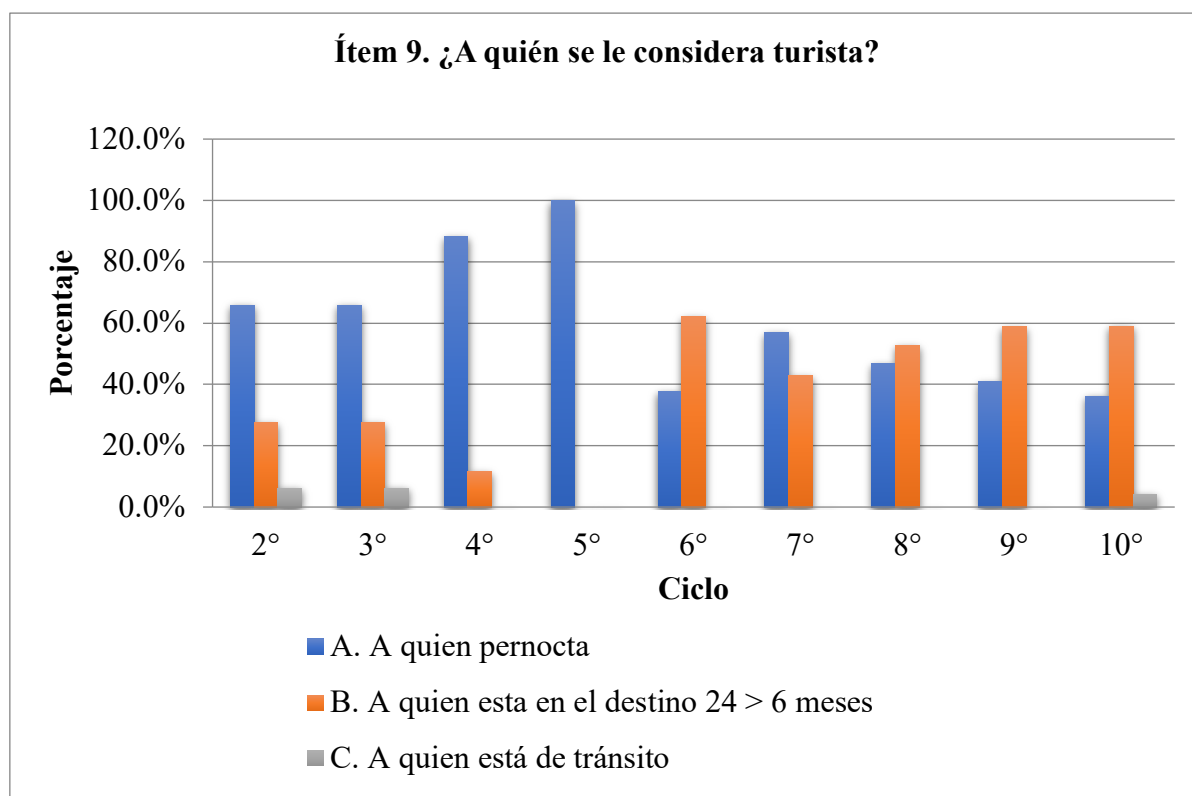
De acuerdo a los datos del gráfico, se observó que en su mayoría, en 79,7% de los estudiantes sí reconocieron a la Pava Aliblanca como especie representativa de Lambayeque, sin embargo se pudo observar un decrecimiento desde el 2 al 8 ciclo. Así en el segundo ciclo el 85,1% de los estudiantes respondieron correctamente, mientras que en el 6 y 8 ciclo, el 75,9% y el 64,7% respectivamente. Por ello se concluyó que se debía reforzar este aspecto haciendo hincapié en los ciclos anteriormente mencionados.



*Figura 9. ¿Por qué es importante nuestro patrimonio turístico?*

*Fuente: Elaboración propia.*

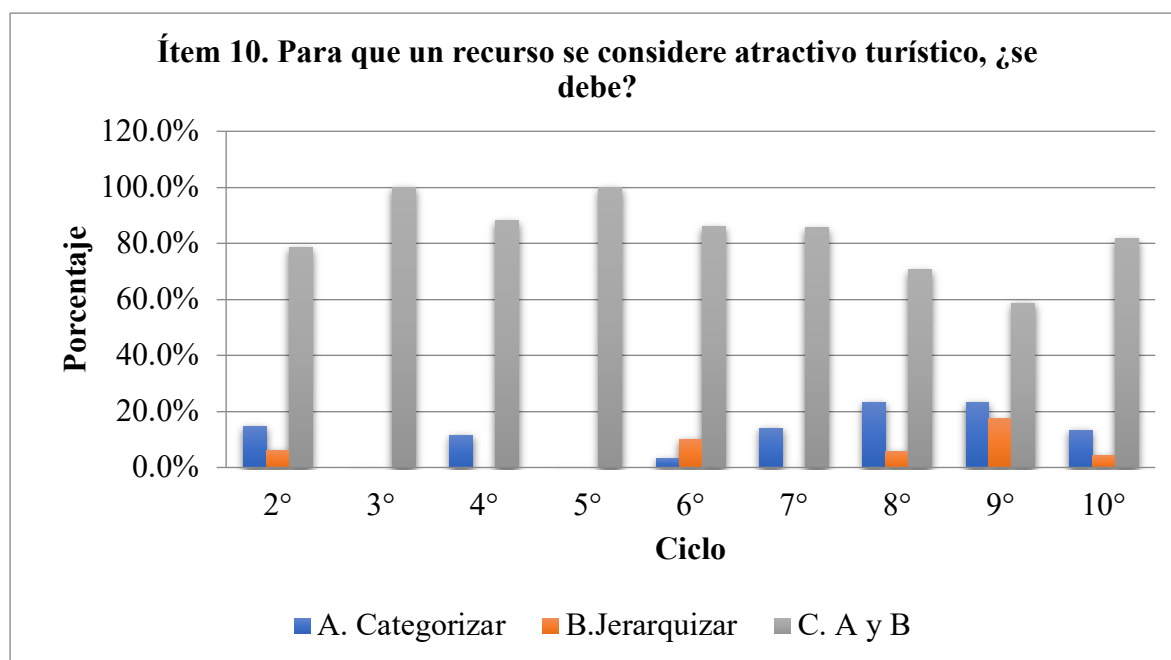
En el gráfico se pudo observar que los estudiantes en un 50% valoraban el patrimonio turístico del Perú por su historia precolombina e inca, mientras que el 41,1% de ellos, lo reconoció por su riqueza natural. Siendo ambos factores los más importantes para los estudiantes de cada ciclo, los resultados permitieron concluir que los alumnos conocían sus recursos turísticos y además conocer cuál era la relevancia que tenían para ellos.



*Figura 10. ¿A quién se le considera turista?*

*Fuente: Elaboración propia.*

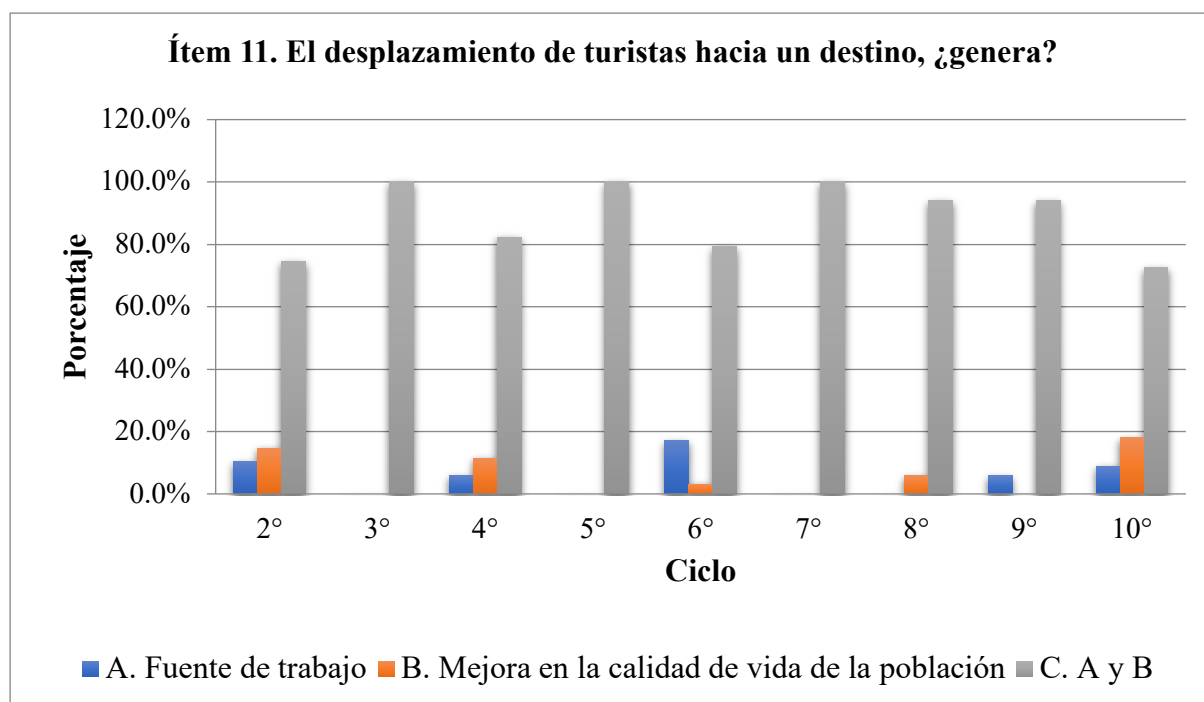
Según los datos del gráfico solo el 43% de los estudiantes respondieron correctamente al concepto de turista, se identificó una gran brecha entre los estudiantes del 2 ciclo, de los cuales solo el 27,7 % respondió correctamente, y los estudiantes de los últimos ciclos, en donde aproximadamente el 60 % de ellos acertó en la respuesta. Los resultados mostraron deficiencias en cuanto al conocimiento del turismo como tal, lo cual es importante para reconocer oportunidades que permitan el desarrollo de la región.



*Figura 11.* Para que un recurso se considere atractivo turístico, ¿se debe?

*Fuente:* Elaboración propia.

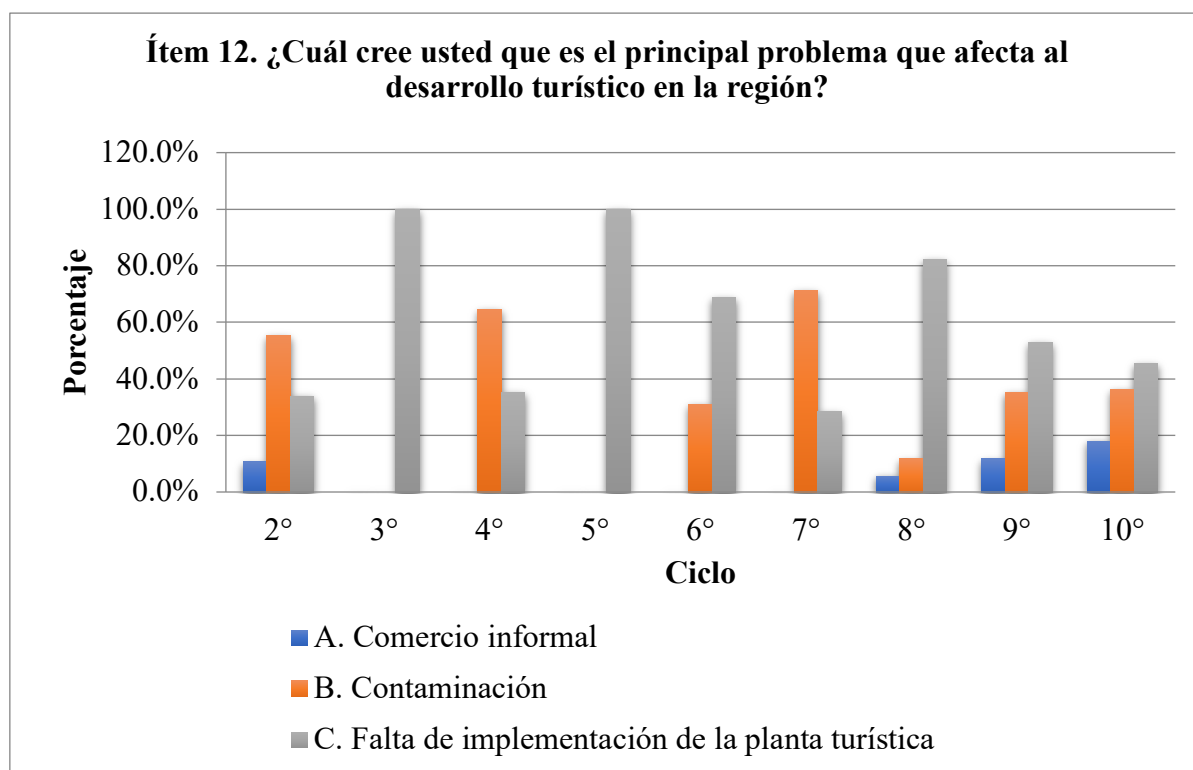
De acuerdo a los resultados obtenidos en el gráfico, se observó que el 79,1 % de los encuestados sabían que un atractivo turístico debe ser categorizado y jerarquizado, esto fue un índice positivo de que los estudiantes tenían noción de cómo gestionar los recursos de su localidad, siendo los primeros y el último ciclo los más acertados, con un porcentaje de casi 80 % en cada uno.



*Figura 12.* El desplazamiento de turistas hacia un destino, ¿genera?

*Fuente:* Elaboración propia.

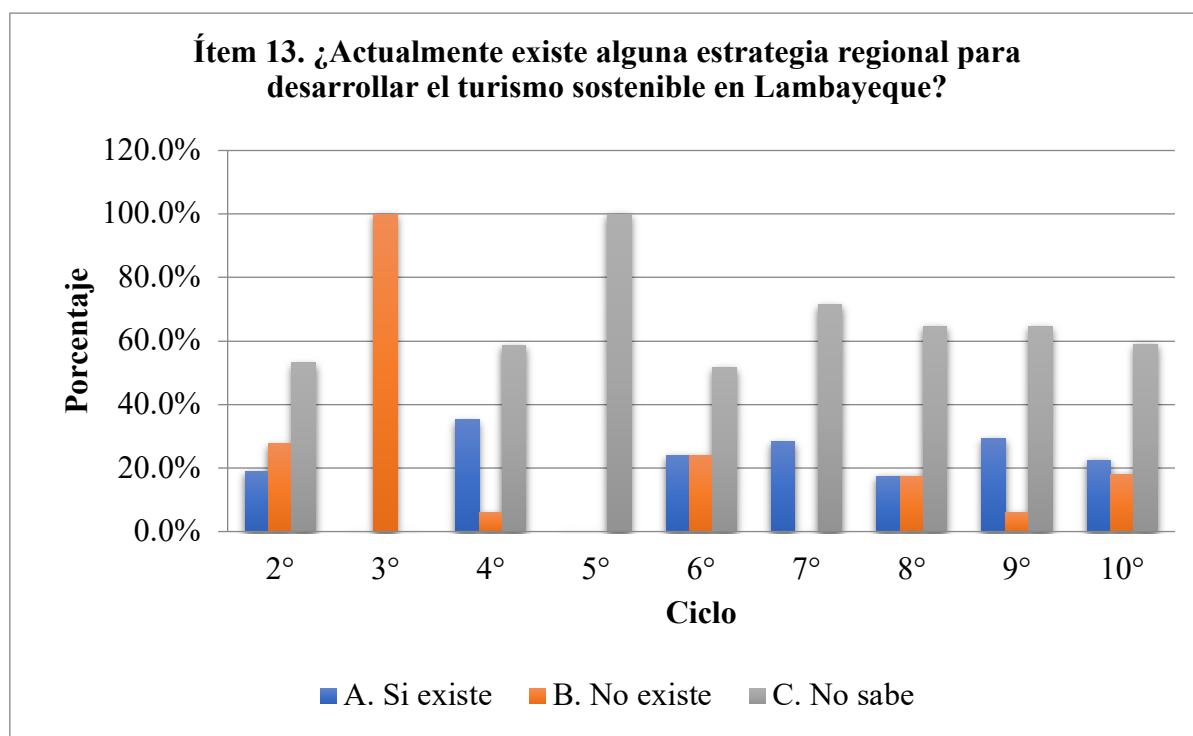
Frente a los datos obtenidos en el gráfico, se pudo identificar que para la mayoría de los estudiantes, el turismo es una forma de desarrollo, ya que para el 81,6% de los encuestados la actividad turística genera trabajo, así como también mejora la calidad de vida de la población, siendo los estudiantes del 8 y 9, con 94,1 % cada uno, los que percibieron mayores beneficios como resultado del turismo. En una menor cantidad, el 8,9 % de los encuestas opinó que el turismo genera trabajo, sin embargo para ellos no generaba beneficios a la comunidad. Ese fue un factor a tomar en cuenta para fortalecer, ya que es importante que los miembros de una comunidad vean al turismo como una actividad sostenible, en el que todos sean beneficios y así crear una concientización global y mejorar la cultura turística.



*Figura 13.* ¿Cuál cree usted que es el principal problema que afecta al desarrollo turístico en la región?

*Fuente:* Elaboración propia.

De acuerdo a los resultados contenidos en el gráfico, para el 50 % de los estudiantes el principal problema que limita el desarrollo turístico, era la falta de implementación de la planta turística, mientras que para el 42,4% era la contaminación. Se observó que en los primeros ciclos reconocieron en su mayoría a la contaminación como principal causa, sin embargo en los últimos ciclos se pudo ver una mayor capacidad para reconocer identificar problemas más amplios como lo es la falta de implementación turística, esto permitió concluir que a medida que los estudiantes van avanzando, desarrollan capacidades de análisis que les permite conocer e interesarse por los problemas de su localidad.



*Figura 14. ¿Actualmente existe alguna estrategia regional para desarrollar el turismo sostenible en Lambayeque?*

*Fuente: Elaboración propia.*

Según los resultados, se detectó un problema en cuanto a los conocimientos que los estudiantes tenían respecto a la gestión local del turismo, ya que solo el 23,4 % de los encuestados conocían las estrategias regionales para fomentar el turismo, un punto importante para que ellos puedan ejercer su rol dentro de su localidad como anfitriones turísticos y ser parte del desarrollo de su localidad, así como también que ser partícipes en la toma de decisiones o de las practicas exitosas del turismo. Se pudo observar que el 57,6 % de los estudiantes desconocen estas estrategias, siendo en los últimos ciclos donde más se vio esta deficiencia.

## Dimensión instrumental

Tabla N° 4

### *Dimensión instrumental*

Pregunta	Respuesta
1. Según su percepción ¿Cuál considera que es el perfil actual del estudiante de la escuela Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT?	<i>Nosotros tenemos dos planes de estudio, y los perfiles de los alumnos son totalmente diferentes, lo alumnos del 6 ciclo hacia adelante son alumnos de un plan de estudio que nosotros denominamos 2011 versión 1, y son estudiantes más enfocados al tema de hoteles, de trabajar en hoteles, de trabajar creando su propia empresa, emprendiendo, trabajando en a y b, ese es el perfil que tenemos, y los alumnos de los primeros ciclos tienen un perfil más a la gestión pública del turismo, están vinculados más a los que es el turismo, viajes, desarrollar productos turísticos, planes de desarrollo turísticos, ese es el perfil que predomina más en los estudiantes.</i>
2. ¿Por su experiencia, usted considera que los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT tienen el perfil requerido para un profesional en turismo ¿Por qué?	<i>Los del plan de estudio antiguo, aun tienen debilidades, porque desde su formación no han tocado temas justamente para el sector turístico, los del perfil nuevo, sí, sí tienen un perfil que pienso yo va a tener las condiciones de poder ser competitivo cuando egresen de las aulas.</i>
3. ¿Qué aspectos del perfil de un profesional de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos considera usted que se debería reforzar en los estudiantes?	<i>Mucho se tiene que trabajar con habilidades blandas, porque es una carrera que de por sí tienes que tener vocación de servicio, si no tienes. en el campo profesional va a ser bien complicado, entonces se tiene que ver el tema de vocación de servicio, habilidades blandas, el tema de relacionarse, y para mí un punto importante es el idioma también, porque para esta carrera es fundamental el manejo del idioma, en este caso como mínimo el inglés.</i>
4. ¿Por qué cree que es importante mejorar estos aspectos?	<i>Sobre todo, por la competencia, porque nuestros alumnos si es que nosotros queremos que sean competitivos, ellos tendrían que desarrollarse fuera de la región, entonces para desarrollarse fuera de la</i>

---

	<i>región deben tener estas competencias, porque los alumnos que se forman en universidades limeñas están con este perfil ya desarrollado.</i>
5. ¿Cree usted que los estudiantes conocen los problemas y necesidades que existen actualmente para el desarrollo del turismo en la región? ¿Por qué?	<i>Conocen, pero de una manera muy deficiente, muy pobre. Siento que el estudiante debe estar en mucho más contacto en la realidad, ya que el alumno piensa que su formación solamente está en venir a clases, pero muy poco se enfrenta con la realidad, entonces el enfrentarse con la realidad, pisar ya el campo profesional enriquece mucho a conocer cuáles son los problemas del sector.</i>
6. ¿Cree usted que los estudiantes son conscientes de la importancia del desarrollo del turismo en la región? ¿Por qué?	<i>Sí son conscientes de la importancia del turismo en la región, sin embargo, al estudiante todavía le falta madurar muchas ideas para ser partícipes de ese desarrollo.</i>

---

*Fuente: Elaboración propia.*

Según la información obtenida, se concluyó que debido a las diferentes gestiones que ha tenido la escuela, la formación de los primeros estudiantes fue enfocada más al sector hotelero que al turístico, por ello se encontraron debilidades en cuanto a conocimientos turísticos generales y geográficos, así como la gestión y la problemática, ya que no han tenido contacto directo con la realidad, así mismo se identificaron deficiencias respecto a las habilidades blandas de los alumnos, como la vocación de servicio, la capacidad para relacionarse, factores importantes para que los estudiantes sean competitivos y puedan ser partícipes del sector turístico.

De acuerdo al segundo objetivo se aplicaron encuestas a los estudiantes, las cuales contenían 25 preguntas que permitieron desarrollar la dimensión actitudinal y afectivo - emocional respectivamente. Para la dimensión comportamental se aplicó una entrevista de 8 preguntas dirigidas a la autoridad de la escuela. Todo esto permitió identificar las actitudes y valores respecto al turista de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT.

### Dimensión actitudinal

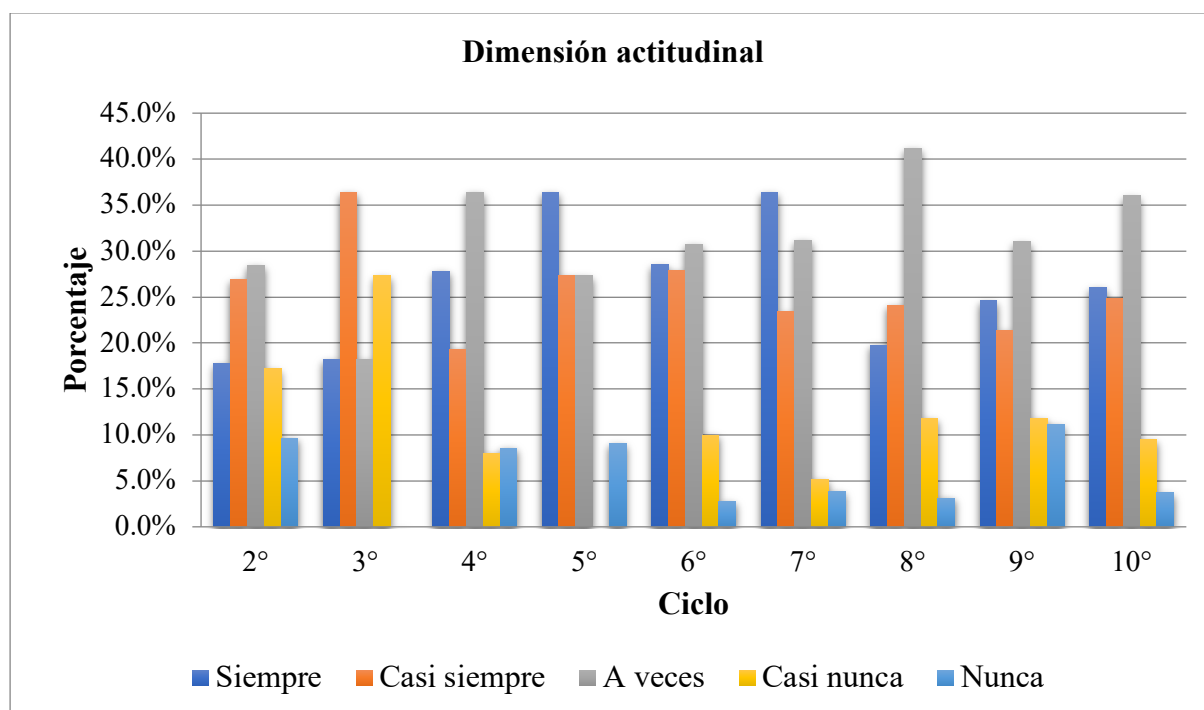


Figura 15. Dimensión actitudinal

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico se pudo observar que desde el 2 al 10 ciclo predominó la premisa "A veces", seguida de las premisas "siempre" y "casi siempre", por ello se concluyó que existía una deficiencia en cuanto a la participación activa de los estudiantes en la actividad turística, así como falta de identidad hacia sus recursos turísticos, sin embargo se observó una actitud positiva frente a la relación alumno - turista, es decir que mostraron disposición para recibir visitantes.

### Dimensión afectivo - emocional

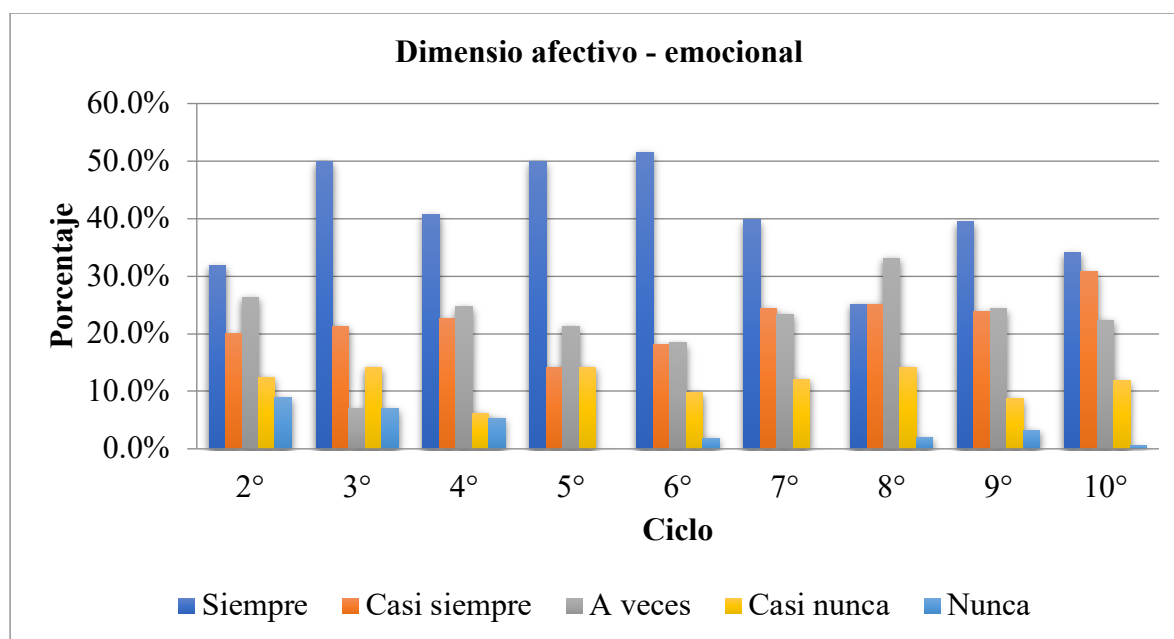


Figura 16. Dimensión afectivo - emocional

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico mostrado, se observó que del 2 al 10 ciclo predominó la premisa "siempre", seguida de las premisas "casi siempre" y "a veces", lo que fue un indicador positivo respecto a las percepciones que tenían los estudiantes en cuanto al turismo, sin embargo no se sentían conformes con el desarrollo que ha tenido dentro de la región y en mayoría respondieron que no percibieron los beneficios de este. Por otro lado, al igual que en el gráfico anterior, se observó que los estudiantes sentían entusiasmo por relacionarse con turistas, así como orgullo de la oferta turística de su entorno; pese a ello se identificó la falta de iniciativa y motivación para participar del turismo.

## Dimensión comportamental

Tabla N° 5

### *Dimensión comportamental*

Pregunta	Respuesta
7. ¿De qué manera los estudiantes mantienen una participación en actividades turísticas desarrolladas tanto dentro de la universidad, así como fuera de ella?	<i>Cuando nos invitan de diferentes instituciones y nos solicitan estudiantes, nosotros hacemos convocatorias, quienes quieren apoyar, quienes quieren participar de ciertos eventos, y yo pienso que ese es el punto importante o base para el contacto del estudiante con las actividades o programas que se dan fuera de universidad. El porcentaje es mínimo, cuando hacemos las convocatorias internas, yo si veo que desde cuando pise escuela a ahorita el alumnado si atiende más, ósea si ha aumentado, antes participaba un 40 porciento, ahora ya manejamos grupos de 80, 70 porciento que si participan de las actividades. No he visto que fuera de la universidad participen, dentro de la universidad o en eventos a los que nos invitan si participan.</i>
8. ¿Cuál es su opinión en relación con el compromiso que sienten los estudiantes con el desarrollo turístico de la región?	<i>Mi opinión es que mientras haya actividades que organizan ciertas instituciones, el alumno participa, pero participa como un veedor, como una persona que puede asistir, más no como un promotor de las actividades. Debería haber grupos que se organicen para hacer algo, en esta universidad no he visto por ejemplo si hay delegados o hay grupos de alumnos que han se destacado, que hagan por ejemplo un grupo de innovación, de proyectos, que puedan hacer actividades en beneficio no solamente personal sino también como escuela, eso es lo que veo que falta y que otras universidades si tienen.</i>
9. ¿Qué aspectos considera usted que están ausentes en los estudiantes para considerarlos promotores del turismo?	<i>Yo pienso la proactividad, el alumno vine a clases y siempre te dice no tengo tiempo o no puede, está cansado, no le interesa. Entonces yo pienso que la proactividad es un punto importante, falta un poco de interés e iniciativa.</i>
10. ¿Cree usted que hay falta de cultura turística en los estudiantes de Administración Hotelera de la USAT? ¿Por qué?	<i>Lo que pasa es que el tema de cultura turística engloba varios factores, no solamente es tener el conocimiento de la cultura, de los atractivos turísticos de la región, si no va mucho más allá con el tema de pertenecía, actividades o valores propios para la atención del turista, para el desarrollo del turismo, para aportar a una región. Falta que el alumno sea más honesto, mucho más participativo, que tenga vocación de servicio.</i>

	<i>Honesto en el sentido, de no engañar, por ejemplo si estamos con un turista, a veces el profesional dice ah ya que importa, como es turista y es extranjero le cobro más, a las finales igual voy a ganar más, eso se ve en tanto en los egresados como en los alumnos, porque a veces cuando se ha pedido favor para que puedan acompañar a ciertas personas, el estudiante está buscando algo a cambio, si no es con dinero es con una nota, pero ¿cómo va a ser con mi curso?, entonces eso también es parte de.</i>
11. ¿Por qué cree usted que existe este problema?	<i>Pienso yo que se tiene que ir concientizando, debe haber programas que aporten y a veces es como cuando yo no tengo valores desde mi casa, entonces se me hace complicado. Es un tema de formación, y al estudiante se le debe ir formando en ello.</i>
12. ¿Cómo cree usted que se podría mejorar esta situación?	<i>Por ejemplo, yo pienso que en actividades donde el mismo estudiante sea el partícipe, el que proponga, el que pueda atraer a muchos más compañeros, puedan hacer grupos de innovación, de investigación y participaciones, porque eso te permite ver ideas, afianzar más.</i>
13. ¿Cuenta usted con algún dato estadístico del porcentaje de estudiantes o egresados de la escuela que están trabajando en el sector turístico de Lambayeque? ¿Cuáles son?	<i>No cuento con data.</i>
14. ¿A qué cree que se debe que los estudiantes opten por trabajar más en el ámbito hotelero, gastronómico que en el sector turístico?	<i>Cuando hemos estado averiguando de egresados están en el sector de hotelería y de a y b, esto se debe a un tema de formación, creo yo que es más un tema de perfil profesional que de campo laboral.</i>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la información obtenida, se pudo observar la falta de identidad y compromiso, como consecuencia de las debilidades en cuanto a valores y actitudes que los estudiantes presentaron respecto al patrimonio y a los turistas. Pese a que reconocían al turismo como una oportunidad para el crecimiento de la región, tenían poca participación en la asistencia, promoción y creación de eventos que los hacía parte del desarrollo turístico. De igual manera, se observó la falta valores hacia el turista, ya que muchas veces brindaron apoyo esperando recibir un beneficio a cambio.

## **Discusión:**

De acuerdo al objetivo general de fortalecer la cultura turística de los estudiantes de administración hotelera y de servicios turísticos, se hizo una evaluación que permitió concluir que los estudiantes necesitaban incrementar sus conocimientos sobre los recursos que posee su región, mejorar sus actitudes frente a la actividad turística y sus valores para relacionarse de manera óptima con los turistas, similar al hallazgo de Coral, D. (2019) dentro de su investigación en el poblado de Sipán, en la que los pobladores carecían de cultura turística, pues no tenían conocimientos, ni valoraban sus recursos y por lo mismo no tenían disposición para el desarrollo turístico, igualmente García, C. (2018), en su investigación determinó que los habitantes del distrito de barranco tenían un nivel regular de cultura y concientización turística, ya que no estaban sensibilizados con las oportunidades que el turismo genera si se brindaran servicios y atención de calidad, tal como lo menciona el MINCETUR, quien define la cultura turística como el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad promoviendo el trato adecuado hacia los visitantes y la conservación y protección del patrimonio, que servirá como instrumento para el desarrollo sostenible del país, por ello se planteó el fortalecimiento como meta principal, ya que el conocimiento permite entender que es el turismo y la importancia de su actividad, la cual al revelar sus beneficios a los anfitriones, contribuirá a la valoración y el uso adecuado de los recursos que serán ofertados a los visitantes en un entorno adecuado, en el que se reflejará la identidad de los habitantes quienes trabajarán por crear un producto y destino turístico sustentable.

Según la determinación del conocimiento actual en turismo de los estudiantes, se pudo evidenciar deficiencias en cuanto a sus habilidades para relacionarse, sus conocimientos sobre el turismo como tal, la gestión municipal y la problemática existente de su región, asimismo se identificaron debilidades en los aspectos geográficos, en cuanto a las ubicaciones de los recursos turísticos, específicamente en los estudiantes de los últimos ciclos, esto debido a que por la malla curricular en su formación no se han tocado temas para el sector turístico, tal como nos menciona Saavedra, A. (2018), quien en su investigación demostró que debido a que en su plan educativo no se consideraron conocimientos turísticos ni su implicancia en la sociedad, tanto alumnos como docentes tenían un conocimiento general del turismo y una pequeña parte de ellos conocía sus recursos, por ello carecían de identidad cultural. Asimismo, Macchiavello, C.(2017) concluyó que debido a que los residentes del distrito del Rímac poseían un bajo nivel de conocimientos históricos y culturales del patrimonio de la

zona se fueron perdiendo los recursos turísticos,; de igual manera Nurbayani, S.& Utami, L. (2018), encontraron que muchos de los habitantes desconocían la relevancia de su patrimonio natural ya que la educación estuvo enfocada en las generaciones más jóvenes, por ello destacó la importancia de las instituciones educativas en todos sus niveles para formar en conocimientos turísticos que permitan ser difundidos a los visitantes y de esta manera promover y conservar sus recursos. Esto concuerda con lo que Gonzáles, M. (2013) dice al definir la cultura turística como el conjunto de conocimientos que permiten entender el turismo y a partir de estos emitir juicios, lo que evidencia el nivel de conciencia turística adquirida por cada persona que como consecuencia adopta un comportamiento responsable o irresponsable acorde con el rol social que desempeña como actor turístico, por ello resalta la importancia de la educación en los ciudadanos, quienes de acuerdo su rol como anfitriones de un destino turístico deben caracterizarse por conocer su espacio geográfico y la problemática existente, así como por tener competencias comunicativas y se sentirse identificado con su cultura. Esto es relevante para la investigación para la creación de un programa efectivo en educación en turismo que permita a los estudiantes conocer la real importancia de la región, valorarla y sentirse identificado con ella para promover la conservación, preservación y difusión de los recursos.

De acuerdo a la identificación de las actitudes y valores de los estudiantes, se pudo evidenciar un bajo nivel de participación por parte de los estudiantes en la actividad turística ya que en su mayoría respondieron que solo eran parte de esta como espectadores, así como la falta de identidad hacia sus recursos turísticos, además pese a que reconocieron que el turismo es una oportunidad de crecimiento se mostraron inconformes con los beneficios y el desarrollo que ha tenido en la región, sin embargo se encontró que tenían una actitud positiva y de entusiasmo para recibir y tener contacto con los visitantes tal como lo menciona Antitupa, A. & Vargas, L. (2017), en su investigación, en la cual concluyeron que la mayoría de los pobladores no se sentían comprometidos, ni favorecidos con el turismo, sin embargo eran acogedores y amables con los turistas, además estaban conscientes de que la actividad turística contribuía al desarrollo de la ciudad por lo que estaban dispuestos a tomar cursos de preparación relacionados al turismo; de igual manera Chunga, Y. & Mogollón, M. (2018) determinaron que los pobladores del caserío de Bodegones, San José – Lambayeque no estaban preparados para cooperar en el desarrollo turístico de su caserío, ya que carecían de identidad, especialmente la generación joven, pero eran consientes que se debía promover el turismo como fuente de oportunidades y desarrollo. Esto concuerda con lo que dice Gonzáles,

M. (2013) sobre la creación de un ambiente apropiado para las relaciones entre el turismo y las comunidades receptoras, el cual se basa en la gestión participativa y el efecto multiplicador de todos los actores turísticos comprometidos con acciones como las de informar, motivar, ayudar, respetar, sensibilizar y rechazar actitudes y comportamientos inadecuados, las que proyectan una mejor imagen y mejoran la calidad del producto turístico y dan paso al desarrollo turístico convirtiéndolo en una actividad sustentable, es decir, que genere beneficios tanto para los turistas como para los residentes. Esto indica que con una buena educación en turismo, los estudiantes podrían adoptar una posición de proactividad, iniciativa y motivación para ser partícipes del turismo no solo como espectadores, si no también como promotores.

Para fortalecer la cultura turística de los estudiantes se propuso elaborar una propuesta de mejora en la que se haga hincapié en la educación de los estudiantes, ya que al estar enfocada al rubro hotelero, se identificaron debilidades en sus conocimientos, valores y actitudes, similar a lo que Díaz, A. & Machado, R.(2016) concluyeron en su investigación, en la que los estudiantes necesitaban formación en cultura ciudadana, patrimonio, historia y sostenibilidad, con ello pudieron identificar que cursos como Ciencias Sociales, Ciencias Naturales y Medio ambiente permitían incentivar la cultura turística a través de actividades culturales, deportivas, de contacto con la naturaleza realizadas en los atractivos de la zona, así mismo Vigo, L. (2017) propuso un programa televisivo que aplicó a los pobladores del distrito de Cascas, en el que pudo evidenciar un incremento del 35% en el nivel de cultura turística después de haberlo visto, igualmente Saavedra, A. (2018), después de evidenciar falencias en la cultura turística tanto en estudiantes como en docentes de un colegio de Túcume, elaboró un programa educativo que pudiera ser implementado en cursos como Lenguaje y Comunicación, Ciencias Sociales, Ciencia, Tecnología y Ambiente, y Arte. SECTUR (2012) menciona que transmitir y educar en conocimientos y valores, fomenta la valoración y el uso adecuado de los recursos que se reflejará en la forma de actuar de los anfitriones, por ello el programa estará basado en las deficiencias encontradas en los estudiantes, específicamente en los conocimientos a profundidad de los recursos, para ello se incorporará visitas y actividades turísticas dentro y fuera de la institución que les permitan tener contacto directo con la realidad con el fin de motivarlos e incentivarlos a ser parte del desarrollo turístico en la región.

## **V. Propuesta de mejora para fortalecer la Cultura Turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**

### 5.1 Resumen ejecutivo

La Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, cuenta años de experiencia en el mercado educativo, formando profesionales con capacidades y habilidades para proteger y promover sus recursos turísticos. Actualmente los estudiantes del segundo al décimo ciclo, presentan un deficiente conocimiento en cultura turística, observándose la falta de conocimientos, habilidades y participación en las actividades turísticas, así como la falta de vocación de servicio y valores hacia los turistas.

Dentro de la variable cultura turística, existen cinco dimensiones: Cognitiva, Instrumental, Actitudinal, Afectivo-emocional y Comportamental. La propuesta se basó en estas dimensiones y en los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos durante la investigación. La dimensión cognitiva arrojó que los estudiantes tienen falencias en sus conocimientos geográficos, lo que se evidenció en el desconocimiento la ubicación de los recursos turísticos, en la problemática y la gestión local del turismo, así mismo en cuanto a conocimientos sobre conceptos básicos turísticos. Con respecto a la dimensión Instrumental, los resultados obtenidos dieron a conocer la falta de habilidades de los estudiantes para relacionarse y comunicarse eficazmente con los turistas y visitantes. Respecto a la dimensión actitudinal se mostró el desinterés y la falta de motivación de los estudiantes por ser personas activas en el desarrollo de actividades turísticas, además de la falta de valores como la vocación de servicio y la honestidad y la identidad cultural, lo cual se manifestó en que siempre buscan un beneficio propio antes que del turista. Finalmente la dimensión comportamental reveló que los estudiantes no se sienten comprometidos con el desarrollo turístico, por ello la falta de participación de los en la creación y promoción de actividades y eventos turísticos.

## 5.2. Análisis FODA

Tabla N° 6

*Análisis FODA*

<b>Análisis FODA</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Conocimientos de los aspectos históricos y culturales de su región.	Visitas virtuales a museos y sitios arqueológicos a través de la página web del Ministerio de Cultura.
Identificación de los recursos turísticos.	Acceso a la información y cursos online de manera gratuita.
Reconocimiento de la importancia del patrimonio turístico.	Nuevas tecnologías en el turismo.
Reconocimiento del turismo como medio de desarrollo.	Mejoramiento de la planta turística.
Entusiasmo frente a las llegada de turistas.	
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Desconocimientos geográficos, de los recursos turísticos del departamento de Lambayeque.	La pandemia del Covid - 19 seguirá aumentando.
Desconocimientos sobre el turismo, gestión y problemática en la localidad.	La recesión económica.
Mayor conocimiento en el rubro hotelero.	Nuevas enfermedades virales.
Falta de motivación, iniciativa y proactividad para participar en actividades turísticas.	Deserción de los estudiantes de hotelería.
Ausencia de valores y vocación de servicio.	Paralización del sector turístico.

*Fuente: Elaboración propia.*

### 5.3 Objetivos

#### 5.3.1 Objetivo General:

Elaborar una propuesta de mejora para fortalecer la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT.

#### 5.3.2 Objetivos específicos:

Diseñar estrategias para fortalecer en los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT los conocimientos básicos turísticos y respecto a su localidad.

Diseñar estrategias para fortalecer las habilidades blandas de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT.

Diseñar estrategias para fortalecer en los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT, actitudes y valores frente al turismo y los turistas.

Diseñar estrategias para incentivar en los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT comportamientos positivos frente al desarrollo turístico.

### 5.4 Estrategias

Para el desarrollo de las estrategias se tomó en cuenta los índices de deficiencia que se observaron a partir de los resultados obtenidos durante la investigación. Para cada una de ellas se plantearon actividades tácticas que se llevarán a cabo en un periodo de cuatro meses, equivalente al tiempo de duración del ciclo académico.

Tabla N° 7

*Estrategias de la propuesta*

<b>Objetivos</b>	<b>Estrategias</b>
Diseñar estrategias para fortalecer en los estudiantes los conocimientos básicos turísticos y respecto a su localidad.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proponer horas de capacitación con la finalidad de incrementar conocimientos sobre conceptos básicos del turismo.</li> <li>2. Incrementar en los estudiantes los conocimientos geográficos sobre su localidad.</li> <li>3. Crear un canal de comunicación a través de redes sociales.</li> <li>4. Sensibilizar a los estudiantes sobre la gestión y problemática de la localidad.</li> </ol>
Diseñar estrategias para fortalecer las habilidades blandas de los estudiantes.	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Desarrollar en los estudiantes habilidades de comunicación efectiva, trabajo en equipo, empatía y liderazgo enfocadas al turismo.</li> <li>6. Brindar herramientas y desarrollar en los estudiantes capacidades para la resolución de conflictos frente a situaciones de susceptibilidad de los turistas y visitantes.</li> <li>7. Salidas de campo hacia los recursos turísticos de la región.</li> </ol>
Diseñar estrategias para fortalecer en los estudiantes, actitudes y valores frente al turismo y los turistas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Promover y sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de los valores como la honestidad, la vocación de servicio y la identidad cultural</li> </ol>
Diseñar estrategias para incentivar en los estudiantes, comportamientos positivos frente al desarrollo turístico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Visitas guiadas hacia los recursos turísticos de la región.</li> </ol>

*Fuente: Elaboración propia.*

#### 5.4.1 Desarrollo de estrategias

**Estrategia n°1 :** Incrementar conocimientos sobre los conceptos básicos del turismo

**Actividad táctica:** Capacitación "Reforzando nuestros conocimientos turísticos".

Se consideró realizar una capacitación para los estudiantes, con el fin de reforzar y repasar los aspectos conceptuales y la terminología básica que les permita tener una mejor comprensión y percepción del desarrollo y evolución del turismo como medio de crecimiento y desarrollo tanto económico como social, así mismo de la estructura y el funcionamiento actual del mismo.

Tabla N° 8

*Taller "Reforzando nuestros conocimientos turísticos"*

<b>Lugar: Aula Magna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b>			
<b>Encargado: Mgrt. José Antonio Paz Perinango</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>
8:20	Registro de asistencia	Cada participante firma su asistencia donde colocara los siguientes datos: nombre, DNI, ciclo, celular, email.	Impresiones, lapiceros
8:30	Presentación del taller	El capacitador hace una dinámica de presentación para generar confianza con los estudiantes.	Laptop, proyector, audio, micrófono
8:40	Introducción	Dar a conocer los objetivos, el temario y la metodología.	
8:50	Inicio del taller	- Se presenta un video de introducción sobre turismo.	Laptop. proyector, audio,

		-Se hace una socialización de saberes previos para conocer el nivel de conocimientos de los estudiantes.	micrófono
9:05	Desarrollo: - Conceptos básicos del turismo	- El expositor presenta bases teóricas y las definiciones de los términos básicos del turismo. - El expositor propone situaciones y los estudiantes deben relacionarlas con el concepto adecuado.	Laptop. proyector, audio, micrófono
10:05	- Tipos de turismo	- El expositor presenta bases teóricas y explica los tipos de turismo. - En grupos los estudiantes deben hacer un cuadro comparativo de los diferentes tipos de turismo. - Los estudiantes exponen los cuadros realizados	Laptop. proyector, audio, micrófono, papelotes, plumones, cinta maskingtape
11:00	BREAK	Pausa de 20 minutos	Coffee break
11:20	- Sistema turístico	- El expositor explica los elementos del sistema turístico. - Se forma grupos y se entrega a los alumnos una lectura de un caso de éxito de Francia con el que deberán sacar conclusiones. - Cada grupo deberá exponer el trabajo realizado en equipo.	Laptop, proyector, audio, micrófono, impresiones.
12:30	Clausura del taller	Se hacen comentarios, preguntas y respuestas para aclarar dudas.	Laptop. proyector, audio, micrófono.
12:45	Reconocimiento al ponente	Entrega de un presente en agradecimiento a al ponente	Kit de merchandising

Fuente: Elaboración propia.

## Presupuesto de la Estrategia n°1:

Tabla N° 9

*Presupuesto de la estrategia 1*

<b>Presupuesto Taller "Reforzando nuestros conocimientos turísticos"</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
Contratación del ponente	1	S/500.00
Impresiones	10	S/2.00
Lapiceros	5	S/5.00
Papelotes	20	S/10.00
Plumones (paquete x 10 un.)	2	S/24.00
Cinta Maskingtape	3	S/5.70
Coffee break	170	S/510
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/1056.70</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

### Recursos del Taller:



*Figura 17. Banner publicitario del taller "Reforzando nuestros conocimientos turísticos"*

*Fuente: Elaboración propia.*



Tabla N° 10

## Taller "Descubriendo nuestro espacio geográfico Lambayecano"

<b>Lugar: Aula Magna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b>			
<b>Encargado: Mgrt. José Antonio Paz Perinango</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>
8:15	Registro de asistencia	Cada participante firma su asistencia donde colocara los siguientes datos: nombre, DNI, ciclo, celular, email.	Impresiones, lapiceros
8:30	Presentación del taller	El capacitador hace una dinámica de presentación para generar confianza con los estudiantes.	Laptop. proyector, audio, micrófono
8:40	Introducción	Dar a conocer los objetivos, el temario y la metodología	
8:50	Inicio del taller	Socialización a través de preguntas para conocer los saberes previos de los estudiantes.	
9:05	<b>Desarrollo:</b> - ¿Qué es la Geografía Turística?	- El expositor presenta bases teóricas sobre el concepto de Geografía Turística.	
9:30	- Perfil Geográfico Lambayeque	- El expositor hace una descripción general de la región, clima, hidrografía, suelo, etc. - Se presenta un video como complemento de la información.	
10:00	BREAK	Pausa de 20 minutos	
10:20	- Recursos turísticos y ambiente	- Se presenta un video introductorio de los recursos y atractivo de Lambayeque.	Laptop, proyector, audio, micrófono,

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- El expositor hace una explicación de los diversos recursos turísticos de Lambayeque</li> <li>- Concurso: el docente forma grupos de trabajo. Les entrega a cada uno mapa geográfico de Lambayeque y le asigna un número de recursos turísticos que deberán ubicar en el mapa. El grupo que acabe primero y desarrolle bien la consigna será el ganador.</li> </ul>	impresiones en formato A3, plumones, diplomas de reconocimiento.
11:20	Dinámica grupal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los mismo equipos formados en la dinámica anterior, crearán una ruta turística en base a lo indicado por el docente.</li> <li>- Los grupos exponen el trabajo realizado</li> </ul>	Impresiones formato A3, plumones, papelotes, cinta maskingtape.
12:20	Clausura del taller	Se hacen comentarios, preguntas y respuestas para aclarar dudas.	Laptop, proyector, audio, micrófono.
12:30 - 12:45	Reconocimiento al ponente	Entrega de un presente en agradecimiento a al ponente	Kit de merchandising

*Fuente: Elaboración propia.*

## Presupuesto de la Estrategia n°2:

Tabla N° 11

*Presupuesto de la estrategia 2*

<b>Presupuesto Taller "Descubriendo nuestro espacio geográfico Lambayecano"</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
Contratación del ponente	1	S/.500.00
Impresiones	10	S/.2.00
Lapiceros	5	S/.5.00
Impresiones en formato A3	20	S/.40.00
Plumones (paquete x 10 un.)	2	S/.24.00
Cinta Maskingtape	3	S/.5.70
Impresión de Diplomas	6	S/.15.00
Coffee break	170	S/.510
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/.1101.70</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

## Recursos del Taller:



*Figura 19.* Banner publicitario del taller "Descubriendo nuestro espacio geográfico Lambayecano".

*Fuente: Elaboración propia.*



### **Estrategia n°3:** Crear un canal de comunicación a través de redes sociales

#### **Actividad Táctica :** Compartir contenido sobre los recursos turísticos de Lambayeque

Se desarrollará una canal de comunicación "VIVE LAMBAYEQUE" en redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube, a través de los cuales los estudiantes podrán mantenerse informados de las noticias más relevantes del turismo, asimismo compartir información, videos y experiencias sobre rutas, eventos y acontecimientos turísticos, esto les permitirá relacionarse con la universidad de una forma dinámica, generando aprendizaje a través de contenido entretenido. Para motivar y garantizar la interacción de los estudiantes con los medios mencionados, se les hará una invitación a unirse como miembros de este canal informativo donde compartirán contenido de valor sobre el turismo y se realizarán concursos respecto a sus publicaciones, el ganador será el estudiante que haya conseguido la mayor cantidad de likes, comentarios y veces compartidas. Para los premios se buscarán auspicios con empresas dedicadas al rubro hotelero y turístico.

Para el desarrollo y creación de la marca VIVE PERÚ se contratará con un diseñador gráficos encargado de la conceptualización de las redes sociales.

#### **Presupuesto de la Estrategia n°3:**

Tabla N° 12

*Presupuesto de la estrategia 3*

<b>Presupuesto del canal "VIVE LAMBAYEQUE"</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
Diseñador gráfico	1	S/.1000.00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/.1000.00</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

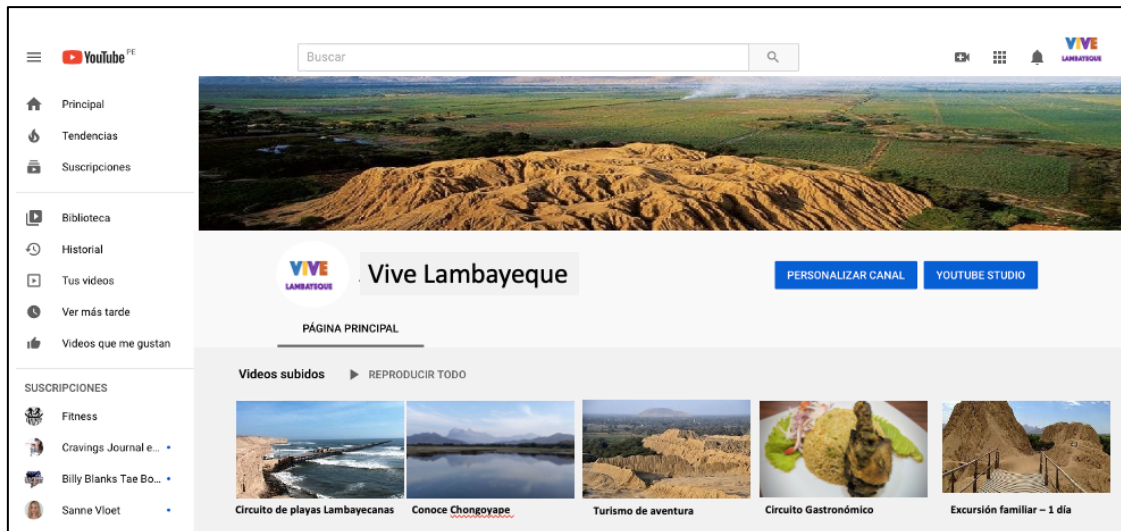


Figura 22. Canal "VIVE LAMBAYEQUE" en Youtube.

Fuente: Elaboración propia.

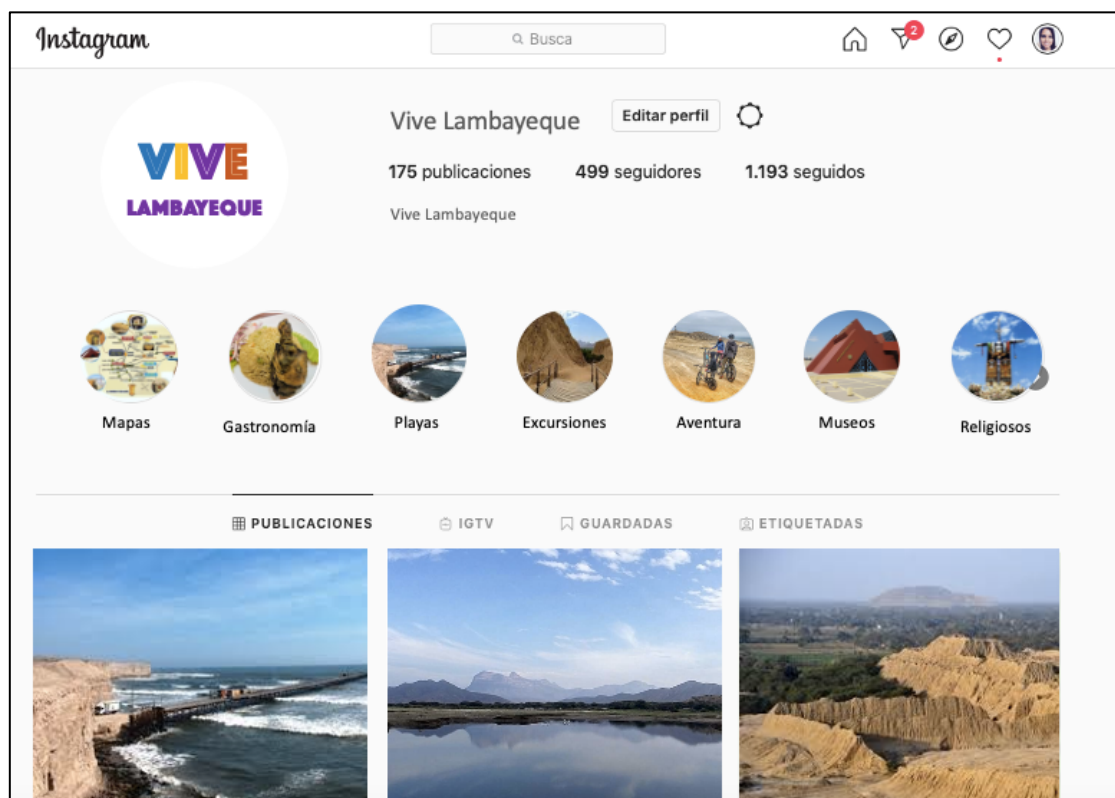


Figura 23. Página "VIVE LAMBAYEQUE" en Instagram.

Fuente: Elaboración propia.

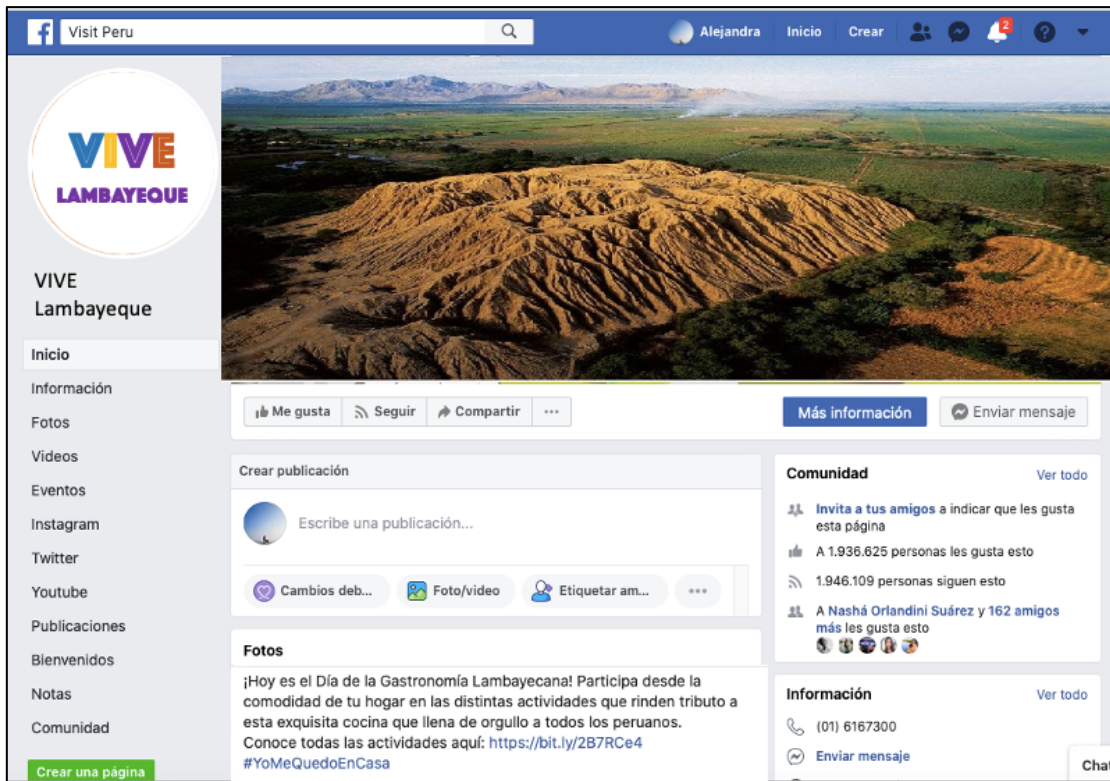


Figura 24. Página "VIVE LAMBAYEQUE" en Facebook.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 25. Interacción de alumno en página "VIVE LAMBAYEQUE" en Facebook.

Fuente: Elaboración propia.

**Estrategia n°4:** Sensibilizar a los estudiantes sobre la gestión turística y problemática de la localidad.

**Actividad Táctica:** Taller "Gestión Municipal y Problemática Turística en Lambayeque"

Se desarrollará un taller participativo y de sensibilización con la finalidad de generar un espacio informativo y de análisis sobre las estrategias y acciones que actualmente se están llevando a cabo para la gestión y desarrollo del turismo en la región, asimismo se pretende concientizar a los estudiantes respecto a la problemática que está limitando el avance y crecimiento de la actividad turística, para ello se propone una dinámica que impulse la participación activa de los alumnos en la generación de propuestas de solución. Para el desarrollo del taller se contará con la presencia de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo, quien a través de un representante será la encargada de compartir esta información.

Tabla N° 13

## Taller "Gestión Municipal y Problemática turística en Lambayeque"

<b>Lugar: Aula Magna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b>			
<b>Encargado: Gerente de GERCETUR - Julio César Fernández Alvarado</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>
9:30	Registro de asistencia	Cada participante firma y coloca sus datos: nombre, DNI, ciclo, celular, email.	Impresiones, lapiceros
9:45	Presentación de la ponencia	El expositor se presenta y describe de su experiencia en el sector turístico.	Laptop, proyector, micrófono, audio
9:50	Introducción	El ponente explica brevemente los temas a desarrollar durante el taller.	
10:00	<b>Desarrollo:</b> -Estrategias para el desarrollo turístico	El ponente menciona y explica las estrategias que actualmente se están aplicando en Lambayeque.	
10:40	-Problemática actual del turismo en Lambayeque	El ponente expone la problemática actual y las consecuencias de la misma en desarrollo del turismo en la región. <b>Dinámica:</b> el ponente formará equipos y les asignará a cada uno un problema, los estudiantes deberán proponer estrategias de solución para cada caso.	
11:40	BREAK	Pausa de 20 minutos	
12:00	- Oportunidades de participación turística	El ponente brinda información a los estudiantes sobre las diversas actividades que promueven la participación de los estudiantes.	Laptop, proyector, micrófono, audio.
12:25	Clausura del taller	Espacio para hacer preguntas y aclarar dudas.	
12:40	Agradecimiento al expositor	Entrega de un presente al ponente.	Kit de merchandising

Fuente: Elaboración propia.

## Presupuesto de la estrategia n°4:

Tabla N° 14

*Presupuesto de la estrategia 4*

Presupuesto Taller "Gestión Municipal y Problemática Turística en Lambayeque"		
Descripción	Cantidad	Costo
Contratación del ponente	1	S/.600.00
Impresiones	10	S/.2.00
Lapiceros	5	S/.5.00
Coffee break	170	S/.510.00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/.1117.00</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

## Recursos del taller:

Estrategias para el desarrollo turístico  
 Problemática actual del turismo en Lambayeque  
 Oportunidades de participación turística

Lugar: Aula Mañana – UISAT  
 Hora : 9:30 am

**FECHA**  
**Taller:**  
**"Gestión Municipal y Problemática Turística en Lambayeque"**

*Figura 26.* Banner publicitario del taller "Gestión Municipal y Problemática Turística en Lambayeque".

*Fuente: Elaboración propia.*



Tabla N° 15

## Taller "Habilidades blandas para el turismo"

<b>Lugar: Aula Magna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b>			
<b>Encargado: Máster Coach Eduardo Amorós Rodríguez</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>
8:30	Registro de asistencia	Cada participante firma su asistencia donde colocará los siguientes datos: nombre, DNI, ciclo, celular, email.	Impresiones, lapiceros
8:45	Presentación del taller	El capacitador hace una dinámica de presentación para generar confianza con los estudiantes.	Laptop, proyector, micrófono, audio
9:00	Introducción	Dar a conocer los objetivos, el temario y la dinámica.	
9:10	Desarrollo: - La comunicación verbal y no verbal	- El ponente hace una breve explicación del tema y su importancia en el turismo. - <b>Dinámica comunicación verbal:</b> de acuerdo al orden de los asientos, el ponente dice una palabra referente al turismo y el primer estudiante deberá empezar a construir un concepto a partir de esta, el cual se irá incrementando de estudiante en estudiante. - <b>Dinámica de comunicación no verbal:</b> se forman equipos de trabajo, el ponente le indicará a cada grupo el nombre de un mito, leyenda o tradición Lambayecana, que deberán escenificar sin hablar, los otros equipos deberán adivinar la premisa.	
10:30	- La escucha activa y empatía hacia el turista	- El ponente hace una breve explicación del tema y su importancia en el turismo. - <b>Dinámica:</b> el ponente forma grupos de trabajo y le asigna un caso, los estudiantes deberán debatir la mejor forma de manejar la situación y la mostrarán a los demás estudiantes a través de una escenificación.	

11:30	BREAK	Pausa de 20 minutos	Coffee break
11:50	- Liderazgo en el turismo	- El ponente hace una breve explicación del tema y su importancia en el turismo. - <b>Dinámica:</b> El ponente forma grupos de trabajo, y expone el caso de un turista que tuvo problemas, cada grupo deberá ir afrontando una situación diferente.	Laptop, proyector, micrófono, audio
12:40	Clausura del taller	Entrega de un pequeño presente al ponente, en agradecimiento por su tiempo e información.	Kit de merchandising

*Fuente: Elaboración propia.*

### Presupuesto de la estrategia n°5:

Tabla N° 16

*Presupuesto de la estrategia 5*

<b>Presupuesto Taller "Habilidades blandas para el turismo"</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
Contratación del coach	1	S/.700.00
Impresiones	10	S/.2.00
Lapiceros	5	S/.5.00
Coffee break	170	S/.510.00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/.1217.00</b>

*Fuente: Elaboración propia.*



**Estrategia n°6:** Brindar herramientas y desarrollar en los estudiantes capacidades para la resolución de conflictos frente a situaciones de susceptibilidad de los turistas y visitantes.

**Actividad táctica:** Taller "Ayudando y orientando a los turistas"

Se consideró realizar un taller que informe a los estudiantes sobre servicios de seguridad y protección al turista, lo que les permita brindar una ayuda oportuna y adecuada ante cualquier situación que se presente durante la visita, procurando generar una solución de bienestar y una experiencia satisfactoria. Así mismo se propone llevar a cabo dinámicas en la que los estudiantes, con los conocimientos obtenidos, puedan orientar adecuadamente a los turistas y visitantes.

Tabla N° 17

*Taller "Ayudando y orientando a los turistas"*

<b>Lugar: Aula Magna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b>			
<b>Encargado: Gerente de GERCETUR - Julio César Fernández Alvarado</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>
9:30	Registro de asistencia	Cada participante firma su asistencia donde colocará los siguientes datos: nombre, DNI, ciclo, celular, email.	Impresiones, lapiceros
9:45	Presentación del taller	El capacitador hace una dinámica de presentación para generar confianza con los estudiantes.	Laptop, proyector, micrófono, audio
9:50	Introducción	Dar a conocer los objetivos, el temario y la dinámica.	
10:00	Inicio del taller	El ponente expone el caso de un robo de equipaje de un turista y pregunta a los estudiantes ¿Cómo deberían proceder ante dicha situación?	
10:10	Desarrollo: - Orientación turística	- El ponente explica el concepto de orientación turística y su importancia.	
10:40	- Servicios de protección y seguridad para el turista.	- El ponente informa y explica a los estudiantes sobre los diferentes servicios que se encargan de proteger y brindar seguridad a los turistas.	
11:10	BREAK	Pausa de 20 minutos	Coffee break
11:30	Dinámica de orientación a turistas	- El ponente forma equipos de trabajo, y a cada uno les asignará un caso, el grupo deberá indicar como se debe proceder ante la situación indicada.	Impresiones
12:30	Clausura del taller	Entrega de un presente al ponente, por su tiempo e información.	Kit de merchandising

## Presupuesto de la estrategia n°6:

Tabla N° 18

*Presupuesto de la estrategia 6*

<b>Presupuesto Taller "Ayudando y orientando a los turistas"</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
Contratación del ponente	1	S/.600
Impresiones	10	S/.4.00
Lapiceros	5	S/.5.00
Coffee break	170	S/.510.00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/.1119.00</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

## Recursos del taller:

◆ **Orientación turística**  
 ◆ **Servicios de protección y seguridad para el turista**

Lugar: Aula Magna - USAT  
 Hora: 9:30 a.m

**FECHA**

**Taller:**  
**"Ayudando y orientando a los turistas"**

*Figura 30. Banner publicitario del taller "Ayudando y orientando a los turistas".*

*Fuente: Elaboración propia.*



**Salida de campo 1:**

Tabla N° 19

*Itinerario salida de campo 1*

<b>Salida de campo: Circuito histórico</b>		
<b>Responsable: Docente José Antonio Paz Perinango</b>		
<b>Hora</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Actividad</b>
8:00 a.m	Encuentro en la "Plazuela Elías Aguirre"	
8:15 a.m	Partida hacia la ciudad de Pomalca	
8:25 a.m	Llegada al sitio arqueológico Ventarrón	Exposición grupo 1
9:25 a.m	Partida hacia Collud	
9:45 a.m	Visita al Sitio Arqueológico Collud - Zarpán	Exposición grupo 2
10:45 a.m	Partida hacia la ciudad de Sipán	
11:30 a.m	Visita al museo de sitio y complejo arqueológico Huaca Rajada	Exposición grupo 3
12:30 p.m	Almuerzo en Sipán	
13:30 p.m	Partida hacia la Ciudad de Cayaltí	
13:55 p.m	Llegada a Cayaltí y Visita a la Ex Hacienda.	Exposición grupo 4
14:55 p.m	Partida hacia la ciudad de Zaña	
15:10 p.m	Visita al Museo Afro Peruano	Exposición grupo 5
	Visita al Convento San Agustín	
	Visita a la Iglesia Matriz, La Merced y San Francisco	
5:00 p.m	Retorno a Chiclayo	

*Fuente: Elaboración propia.*

**Salida de campo 2:**

Tabla N° 20

*Itinerario salida de campo 2*

<b>Salida de campo: Circuito de Playas</b>		
<b>Responsable: docente José Antonio Paz Perinango</b>		
<b>Hora</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Actividad</b>
8:30 a.m	Encuentro en la "Plazuela Elías Aguirre"	
8:15 a.m	Partida hacia San José	
8:40 a.m	Visita a la caleta de San José y la Iglesia de San José.	Exposición grupo 6
9:30 a.m	Partida el criadero de Avestruces	
9:45 a.m	Visita al criadero de Avestruces	Exposición grupo 7
11:00 a.m	Partida hacia el Balneario de Pimentel	
11:15 p.m	Visita al Malecón de Pimentel y a la Parroquia Nuestra Señora del Carmen	Exposición grupo 8
12:30 p.m	<b>Almuerzo en Pimentel</b>	
1:30 p.m	Partida hacia Santa Rosa	
1:45 p.m	Visita a la Caleta de Santa Rosa y Santuario de Santa Rosa	Exposición grupo 9
2:40 p.m	Partida hacia la ciudad de Monsefú	
3:00 p.m	Visita a la Iglesia Matriz y a la feria Artesanal de Monsefú	Exposición grupo 10
3:50 p.m	Partida hacia Eten	
4:10 p.m	Visita a la Iglesia Divino Niño del Milagro y Estación Ferroviaria	Exposición grupo 11
5:30 pm	Retorno a Chiclayo	

*Fuente: Elaboración propia.*

**Presupuesto de la estrategia n°7:**

Tabla N° 21

*Presupuesto de la estrategia 7*

<b>Presupuesto de las salidas de campo</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
<b>Salida de campo 1:</b>		
Bus de transporte (54 personas)	3	S/.6000.00
Almuerzo de docentes	3	S/.75.00
Copias	162	S/.16.20
Entradas de estudiantes a museos	160	S/.960.00
Entradas de profesores a museos	3	S/.21.00
<b>Salida de campo 2:</b>		
Bus de transporte (54 personas)	3	S/.4500.00
Almuerzo de docentes	3	S/.75.00
Copias	162	S/.16.20
Entradas de estudiantes al Criadero de avestruces	160	S/.480.00
Entradas de profesores al Criadero de avestruces	3	S/.18.00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/.12,161.40</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

## Recursos de las salidas de campo:

RÚBRICA DE EVALUACIÓN – SALIDA DE CAMPO					
Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo					
Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos					
Lugar visitado:					
Rúbrica: Evaluación del grupo de exposición		Fecha:			
Grupo de Exposición:					
Integrantes:					
1					
2					
3					
4					
EVALUACIÓN DEL GRUPO DE EXPOSICIÓN					
Descripción	Rango	Puntaje			
La exposición tiene una secuencia lógica	0 - 4				
La exposición se apoya en base teórica de calidad	0 - 4				
Muy clara la introducción	0 - 4				
La información es clara y entendible	0 - 4				
Las conclusiones fueron claras y entendibles	0 - 4				
NOTA GRUPAL					
EVALUACIÓN INDIVIDUAL DEL GRUPO DE EXPOSICIÓN					
Descripción	Rango	Puntaje			
El expositor se deja entender	0 - 4	1	2	3	4
Utilizaron un volumen de voz adecuado	0 - 4				
Expone sin leer	0 - 4				
Dominia del tema	0 - 4				
Respondió acertadamente las preguntas realizadas	0 - 4				
NOTA INDIVIDUAL					

Figura 32. Ficha de rúbrica de evaluación

Fuente: Elaboración propia.

**Estrategia n°8:** Sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de los valores como la honestidad, la vocación de servicio y la identidad cultural.

**Actividad táctica:** Taller "Un turista, un amigo".

Con la realización de este taller, se pretende concientizar a los estudiantes sobre la relevancia de poner en práctica valores éticos, de identidad y de buen trato al turista, con el fin de minimizar y eliminar, cualquier acto que pueda dañar su experiencia durante la visita, ya que de ella depende la difusión y promoción que se pueda lograr del destino a partir la misma.

Tabla N° 22

## Taller "Un turista, un amigo"

<b>Lugar: Aula Magna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b>			
<b>Encargado: Máster Coach - Eduardo Amorós Rodríguez</b>			
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>
9:00	Registro de asistencia	Cada participante firma su asistencia donde colocara los siguientes datos: nombre, DNI, ciclo, celular, email.	Impresiones, lapiceros
9:15	Presentación	El capacitador hace una dinámica de presentación para generar confianza con los estudiantes.	Laptop, proyector, micrófono, audio
9:30	Introducción	Dar a conocer los objetivos, el temario y la dinámica.	
9:40	Desarrollo: - Valores turísticos	- El ponente define y explica la importancia de los valores para el desarrollo turístico. Dinámica: Se forman grupos a los cuales se les asignará un valor, los estudiantes deben crear una pequeña historia que será representada a través de una escenificación.	
11:00	Break	Pausa de 20 min	Coffee break
11:20	- Identidad cultural	- El ponente define y explica la importancia del sentido de pertenencia y la identidad cultural. <b>Dinámica 1:</b> Los estudiantes hacen una ronda en la que, el coach empezará completando la frase: "me siento orgulloso de Lambayeque por...", así sucesivamente tendrán que mencionar algo que los haga sentir orgulloso de la región. <b>Dinámica 2:</b> Se les entregará a cada alumno una pieza de papel en la que escribirán el nombre de alguna tradición, mito, lugar o historia Lambayecana con la que más se identifiquen. Luego se invitará a los estudiantes a pegar en una pizarra lo que escribieron, creando el árbol de la	Hojas de colores, plumones, cinta maskingtape, pizarra

		identidad, finalmente un estudiante leerá lo escrito.	
12:40 1:00	Clausura del taller	Entrega de un pequeño presente al ponente, en agradecimiento por su tiempo e información.	Kit de merchandising

*Fuente: Elaboración propia.*

### Presupuesto de la estrategia n°8:

Tabla N° 23

*Presupuesto de la estrategia 8*

<b>Presupuesto Taller "Un turista, un amigo"</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
Contratación del coach	1	S/.700.00
Impresiones	10	S/.2.00
Lapiceros	5	S/.5.00
Hojas de colores	25	S/.5.00
Plumones (paquete x 10 un.)	2	S/.24.00
Cinta maskingtape	3	S/.5.70
Coffee break	170	S/.510.00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/.1251.00</b>

*Fuente: Elaboración propia.*



**Estrategia n°9:** Visitas guiadas hacia los recursos turísticos de la región.

**Actividad táctica:** Visita guiada

Las visitas guiadas son una herramienta útil de explicación y acercamiento de los estudiantes con el espacio turístico, que permitirá sensibilizarlos sobre el valor y el potencial de los recursos y atractivos de Lambayeque, generando en ellos el sentido de identidad y pertenencia, ya que promueve el desarrollo de aptitudes como la curiosidad, motivación y la capacidad de observación. El logro de ello creará en los estudiantes el deseo de difundir y promocionar la región como destino turístico, además de incentivarlos a ser partícipes de acciones que promuevan el desarrollo turístico.

**Visita guiada 1:**

Tabla N° 24

*Itinerario visita guiada 1*

<b>Full day - Museos Lambayecanos</b>		
<b>Hora</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Actividad</b>
8:20 a.m	Encuentro en la "Plazuela Elías Aguirre" - Chiclayo	
8:40 a.m	Partida hacia la ciudad de Lambayeque	
9:00 a.m	Visita al Museo Arqueológico Nacional Brüning	Explicación de la cronología del desarrollo cultural del Perú.
11:00 a.m	Visita al Museo Tumbas Reales de Sipán	Exhibición de las salas exhiben la tumba y ornamentos del Señor de Sipán.
1:30 p.m	Almuerzo en Lambayeque	
2:30 p.m	Partida hacia el distrito de San José	
3:00 p.m	Visita al Museo de Sitio Chotuna-Chornancap	Exhibiciones sobre la leyenda de Naylamp.
5:00 p.m	Retorno a la ciudad de Chiclayo	
5:30 p.m	Llegada a la ciudad de Chiclayo	

*Fuente: Elaboración propia.*

**Visita guiada 2:**

Tabla N° 25

*Itinerario visita guiada 2*

<b>Full day - Refugio de Vida Silvestre Laquipampa</b>		
<b>Hora</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Actividad</b>
7:00 am	Encuentro en la "Plazuela Elías Aguirre" - Chiclayo.	
7:15 am	Partida hacia la Comunidad Campesina San Antonio - Incahuasi.	
8:45 am	Llegada al Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.	
9:00 am	Inicio de la ruta "Quebrada Shambo".	Observación de la Pava Parda
12:00 pm	Inicio de la ruta "El Reloj".	Avistamiento de aves y especies de cactus.
1:30 pm	Almuerzo en la zona.	
2:40 pm	Inicio de la ruta "Lajas".	Observación de las cascadas de Lajas.
5:00 pm	Retorno a la ciudad de Chiclayo.	
6:30 pm	Llegada a la ciudad de Chiclayo.	

*Fuente: Elaboración propia.*

**Presupuesto de la estrategia n°9:**

Tabla N° 26

*Presupuesto de la estrategia 9*

<b>Presupuesto de visitas guiadas</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
<b>Salida de campo 1:</b>		
Bus de transporte (54 personas)	3	S/.4500.00
Almuerzo de docentes	3	S/.75.00
Guías turísticos por museo	8	S/.240.00
Entradas a los museos de estudiantes	160	S/.1600.00
Entrada a los museos de docentes	3	S/.34.50
<b>Salida de campo 2:</b>		
Bus de transporte (54 personas)	3	S/.7500.00
Almuerzo de docentes	3	S/.75.00
Guías turísticos	4	s/.120.00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>S/.14,144.50</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

## 5.5 Cronograma de actividades de la propuesta:

Tabla N° 27

*Cronograma de actividades de la propuesta*

<b>Cronograma de Actividades de la Propuesta</b>																
<b>Estrategias</b>	<b>Mes 1</b>				<b>Mes 2</b>				<b>Mes 3</b>				<b>Mes 4</b>			
	<b>Semana</b>				<b>Semana</b>				<b>Semana</b>				<b>Semana</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Taller: "Reforzando nuestros conocimientos turísticos"	x															
Taller: "Descubriendo nuestro espacio geográfico Lambayecano"		x														
Creación del canal VIVE LAMBAYEQUE			x													
Taller 4: "Gestión Municipal y Problemática turística en Lambayeque".				x												
Taller: "Habilidades blandas para el turismo"					x											
Taller: "Ayudando y orientando a los turistas"						x										
Salidas de campo							x		x							
Taller: "Un turista, un amigo"												x				
Visitas guiadas														x		x

*Fuente: Elaboración propia.*

## 5.6 Presupuesto General de la propuesta

Tabla N° 28

*Presupuesto general de la propuesta*

<b>Presupuesto de la propuesta</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Costo</b>
Taller "Reforzando nuestros conocimientos turísticos".	S/.1056.70
Taller "Descubriendo nuestro espacio geográfico Lambayecano".	S/.1101.70
Creación del canal VIVE LAMBAYEQUE	S/.1000.00
Taller "Gestión Municipal y Problemática turística en Lambayeque".	S/.1117.00
Taller "Habilidades blandas para el turismo".	S/. 1217.00
Taller "Ayudando y orientando a los turistas".	S/. 1119.00
Salidas de campo.	S/. 12161.40
Taller "Un turista, un amigo".	S/. 1251.00
Visitas guiadas.	S/. 14,144.50
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 34,168.30</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

El costo total para la implementación de la propuesta de mejora es de S/34,168.30, el cual será asumido tanto por la universidad como por los estudiantes. Los alumnos pagarán un monto por cada salida de campo y visita guiada realizada, el cual comprende los costos por transporte y servicio de guiado y entradas a los museos.

## **VI. Conclusiones**

Ante el objetivo general se concluye que para fortalecer la cultura turística, los estudiantes deben contar con los conocimientos básicos sobre el turismo, la geografía de la región, así como la gestión y problemática de Lambayeque, además de tener actitudes y valores positivos para el buen desarrollo de la actividad turística.

Se determinó que en su mayoría los estudiantes conocen la cultura de Lambayeque, sin embargo presentan deficiencias en cuanto a los conocimientos turísticos generales, así como de las estrategias desarrolladas por el gobierno. Además, se evidenció una limitada comprensión de los problemas que detienen el incremento del turismo en la región.

Se identificó en los estudiantes una actitud positiva frente a la llegada de turistas, ya que se mostraron dispuestos a relacionarse con los visitantes, así mismo con la investigación se evidenció que perciben al turismo como un medio de crecimiento y desarrollo, sin embargo se pudo observar que no se sienten motivados a participar activamente en eventos o acontecimientos que fomentan el turismo.

Se elaboró una propuesta de mejora como aporte a la investigación, basada en las deficiencias evidenciadas en los estudiantes, con la cual podrán fortalecer su cultura turística a través de actividades para incrementar conocimientos, desarrollar habilidades y motivarlos a la participación turística.

## **VII. Recomendaciones**

Según los resultados obtenidos se sugiere a la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos considerar las siguientes recomendaciones orientadas a la investigación realizada:

Implementar una propuesta de mejora que fortalezca la cultura turística de los estudiantes de todos los ciclos de la carrera, con el objetivo de que reconozcan el valor de sus recursos y promuevan el desarrollo del turismo en la región.

Incentivar a los estudiantes a participar de los talleres y salidas de campo que a través de la experiencia les brindarán, los conocimientos, habilidades y capacidades turísticas necesarias para el buen desempeño de su rol como anfitriones, así como para el entendimiento de las condiciones y necesidades del sector turístico en Lambayeque.

Realizar talleres de sensibilización que fortalezca en los estudiantes el sentido de pertenencia hacia la región y valores que promuevan el bien trato al turista. Asimismo, visitas guiadas a los recursos turísticos de Lambayeque que permitan a los estudiantes evidenciar las riquezas de la región para incentivarlos a difundir, promocionar y ser partícipes del desarrollo turístico.

Aplicar las estrategias propuestas para lograr el fortalecimiento en los estudiantes de cada uno de los aspectos que abarca la cultura turística, las cuales les permitirán desenvolverse exitosa y competitivamente en el campo laboral, donde serán promotores activos de la región como destino turístico.

### VIII. Lista de referencias

- Abán, J. (19 de septiembre de 2016). Cuatro habilidades que debe desarrollar un profesional en turismo y gastronomía. (U. d. México, Entrevistador)
- Acerenza, M. (1991). *Administración del turismo: Conceptualización y organización* (Vol. 1). Ciudad de México, México: Editorial Trillas, S.A.
- Aguilar, Y., Valdez, J., González, N., Rivera, S., Carrasco, C., Gómora, A., y otros. (2015). Apatía, desmotivación, desinterés, desgano y falta de participación en adolescentes mexicanos. (U. A. México, Ed.) *Enseñanza e Investigación en psicología*, 20 (3), 326-336.
- Antitupa, A., & Vargas, L. (2017). *Cultura turística y su contribución al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado 2015*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Madre de Dios.
- Araya, F., & De Souza, L. (2018). Desarrollo del pensamiento geográfico: un desafío para la formación docente en Geografía. *Revista de geografía Norte Grande* (70). DOI: [dx.doi.org/10.4067/S0718-34022018000200051](https://doi.org/10.4067/S0718-34022018000200051)
- Bados, A., & García, E. (2014). *Resolución de problemas*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Baptista, M., Fernández, C., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Chunga, Y., & Mogollón, M. (2018). *Fortalecimiento de la identidad cultural para el desarrollo de la actividad turística en el caserío de Bodegones, San José - Lambayeque*. Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel.
- Clemente, S. (6 de enero de 2013). *La aceptación: el proceso de tu desarrollo personal*. Recuperado el 10 de octubre de 2019, de La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-aceptacion-el-proceso-de-tu-desarrollo-personal/>
- Coral, D. (2019). *Evaluación de la cultura turística para desarrollar el turismo en en el centro poblado de Sipán del distrito de Zaña - 2018*. Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo.
- Corral, V., & De Queiroz, J. (2004). Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 5 (1-2), 1-26.
- De la Torre, F. (1997). *El turismo. Fenómeno social* (Segunda Edición ed.). México: S.L. Fondo de cultura economica de España.
- Díaz, A., & Machado, R. (2016). La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 19, 49-71. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04).

- Díaz, A. (2017). Participación ciudadana en la gestión y en las políticas públicas. *Gestión y política pública*, 26 (2), 341-379.
- Díaz, R., & Gutiérrez, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 8 (4), 431-444.
- Dirección de Comunicación Corporativa. (s.f). El respeto. *Desarrollo personal y laboral*, 33, 1-16.
- Dos Santos, M. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la Educación Superior*, 45 (178), 79 -95.
- Esparza, R. (09 de septiembre de 2019). Cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos. (G. Seclén, Entrevistador)
- Flores, E., García, M., Calsina, W., & Yapuchura, A. (2016). Las habilidades sociales y la comunicación interpersonal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno. (U. N. Altiplano, Ed.) *Comuni@cción: Revista de Investigación en comunicación y desarrollo*, 7 (22), 5-14.
- García, C. (2018). *Formación de la cultura turística en los pobladores de distrito de Barranco*. Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo, Lima.
- Garrido, L. (S.A). *Formación profesional de coaching*. EIC, Escuela Internacional de Coaching.
- González, M. (2014). Cultura turística de la población anfitriona residente en destinos urbanos. Análisis y reflexión teórica. *Temas latinoamericanos en turismo: planificación, ciudades, economía y cultura.* , 1-175.
- González, M. (2013). Formación de la cultura turística en las comunidades anfitrionas: Barrio Centro, Santa Clara, Cuba. *Cultur*, 7 (3), 78 - 104. Brasil.
- González, M. (2009). *Turismo para Agentes Emprendedores de Negocios en PyMES*. Madrid, España.: Editorial CEP S.L.
- González, M., Castro, G., & Pérez, R. (2008). *Estrategia para la Formación de la Cultura Turística de la Población Local residente en las ciudades de Remedios y Caibarién, Villa Clara, Cuba*. Universidad Central de las Villas, Santa Clara, Cuba.
- Guerrero, E., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. México, D.F: Grupo Editorial Patria, S.A.
- Hamzah, A., Hasani, A., & Moghavvemi, S. (2016). The Impact of Emotional Solidarity on Resident's Attitude and Tourism Development. *PLoS ONE*, 11 (6), 1-14. Doi:10.1371/journal.
- Kliskberg, B. (1998). Seis tesis no convencionales sobre la participación. *Revista Venezolana de Gerencia*, 3 (6), 175- 203.

- Kovacs, J., & Zaidan, E. (2017). Resident Attitudes Towards Tourists and Tourism Growth: A case study from the middle east, Dubai in United Arab Emirates. *European Journal of Sustainable Development*, 6 (1), 291-307. Doi: 10.14207/ejsd.2017.v6n1p291.
- Lerma, F. (2006). *La cultura y sus procesos, Antropología cultural: Guía para su estudio*. Ediciones Laborum.
- Macchiavello, C. (2017). *Análisis del conocimiento histórico y su relación positiva en la cultura turística de los pobladores de la zona monumental del distrito del Rímac al 2017*. Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres, Lima.
- Maletta, H. (2015). *Hacer ciencia. Teoría y práctica de la producción científica*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Marques, C., González, M., & Miranda, R. (2014). *Temas Latinoamericanos en turismo: planificación, ciudades, economía y cultura*. San Pablo. Brasil.: INMOD.
- Mateo, J. (2018). *El desarrollo socio-cultural como pilar de la conciencia turística de la población del Cantón La Libertad, caso Malecón*. Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador.
- Mendoza, M., Rodríguez, G., & Enciso, M. (2013). Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico. *CULTUR. Revista de cultura e turismo* (1), 5-30.
- Mengual, A., Sempere, F., Juárez, D., & Rodríguez, A. (2012). El proceso de toma de decisiones como habilidad directiva. *3 ciencias: Revista de investigación*, 1-14.
- Mestre, A. (2008). La ética de la responsabilidad según Robert Spaemann. *Universitas. Revista de Ciencias Sociales Y Humanas* (10), 233-257.
- MINCETUR. (2015). *Cultura Turística*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/cultura-turistica/>
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. (U. E. Colombia, Ed.) *Revista Opera* (7), 69-94.
- Naranjo, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. (U. d. Rica, Ed.) *Revista Educación*, 33 (2), 153-170.
- Nurbayani, S., & Utami, L. (2018). Local Wisdom Education to Develop Geo-diversity Understanding. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 145 (1), 268-271 DOI: 10.1088/1755-1315/145/1/012037.
- O'Leary, J. (1976). Land Use Redefinition and the Rural Community: Disruption of Community Leisure Space. *Journal of Leisure Research* (8), 263-274.
- Ordaz, L. (2012). La historia del presente y el conocimiento histórico. *Historia Actual Online* (29), 133-140.

- Organización Mundial del Turismo. (s.f). *UNWTO: Organización Mundial del Turismo*.  
Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Orgaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, 31.
- Otzin, C. (2015). *Factores de identificación y orgullo laboral en trabajadores del departamento de seguridad integral en la empresa portuaria Quetzal*. Tesis de grado, Universidad Rafael Landívar, Escuintla.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2009). *Definición de euforia*. Recuperado el 10 de octubre de 2019, de Definición de: <https://definicion.de/euforia/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2015). *Definición de arraigo*. Recuperado el 15 de octubre de 2019, de Definición.de: <https://definicion.de/arraigo/>
- Pérez, Y. (s.f). El desarrollo de modos de actuación en la formación inicial de profesores: proceso o resultado? (I. p. Caballero, Ed.) *Revista Iberoamericana de educación* , 2-6.
- Programa de Asistencia a pequeños hoteles de centroamérica. (s.f). *Manual de Cultura Turística*.
- Raffino, M. (1 de marzo de 2019). *Concepto de*. Recuperado el 21 de octubre de 2019, de <https://concepto.de/interes/>.
- Rendón, M. (2006). *El Municipio y el Desarrollo Turístico Local* (1 ed.). (M. L. Puertas, Ed.) Lima.
- Royo, M., & Ruiz, M. (2009). Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: Factores determinantes en el turismo y excursionismo rural - cultural. *Cuadernos de turismo* (23), 217-236.
- Ruiz, A. (18 de octubre de 2018). Formación de la cultura turística para promover la conservación del Santuario Histórico de Pomac. *Revista Científica EPISTEMIA* , 1-12. Recuperado de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/891/758>.
- Saavedra, A. (2018). *Programa educativo en cultura turística para docentes y alumnos del nivel secundario de la I.E "Federico Villareal" en Túcume*. Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel.
- Sanabria, G. (2001). Participación Social y Comunitaria- Reflexiones. *Revista Cubana Salud Pública.*, 27 (2), 89-95.
- SECTUR. (2012). *Breviario de cultura turística*. Recuperado de [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_mdl/lic/AET/TC/AM/02/Breviario.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AET/TC/AM/02/Breviario.pdf)
- Torres, J. (1985). El concepto de tolerancia. *Revista de estudios políticos (Nueva Epoca)* (48), 105-134.
- Universidad Abierta y a Distancia de México. (s.f). *Cultura Turística*.

- Urdapilleta, J. (2016). Conocimientos Culturales: mirando los modos particulares de vivir de los Pueblos. En M. Castañeda, & L. María, *Comunicación intercultural: a diez años de la Universidad Intercultural de Chiapas* (págs. 39-64). Chiapas, México: Universidad Intercultural de Chiapas.
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. (U. A. Iztapalapa, Ed.) *Alteridadades*, 4 (8), 47-53.
- Vigo, L. (2017). *Propuesta de un programa piloto de televisión local para impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, 2017*.
- Zarate, I. (2003). *Valores, civismo, familia y sociedad*. Guanajuato, México: San Martín Domínguez Editores S.C.

## IX. Anexos

### 9.1 Anexo 01: Formato de encuesta



## CULTURA TURÍSTICA DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA USAT

Fecha: \_\_\_\_\_ Ciclo: \_\_\_\_\_ Género: \_\_\_\_\_ Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

**I. INSTRUCCIONES: Por favor marque con una (X) sólo la alternativa que más se ajuste a su opinión:**

**1. ¿A qué cultura perteneció el Señor de Sipán?**

A. Cultura Moche norte       Cultura Moche sur       C. Cultura Chimú

**2. ¿En qué complejo arqueológico se encontró la tumba del Señor de Sipán?**

A. Huaca Chotuna       B. Huaca Rajada       C. Huaca Las Ventanas

**3. Para usted, ¿Cuál es el museo más importante de Lambayeque?**

A. Museo Brüning       B. Museo Tumbas Reales de Sipán       C. Museo de Túcume

**4. ¿Qué festividad religiosa es la más popular en la región Lambayeque?**

A. Nazareno Cautivo       B. Santísima Cruz de Motupe       C. Divino Niño del Milagro

**5. ¿En qué distrito de la provincia de Ferreñafe se encuentra el Santuario Histórico del Bosque de Pómac?**

A. Pitipo       B. Mesones Muro       C. Pueblo nuevo

**6. ¿En qué distrito de la provincia de Chiclayo se encuentra ubicado el museo Afroperuano?**

A. Cayaltí       B. Requena       C. Zaña

**7. De las siguientes opciones ¿Cuál es la especie que ha sido declarada por el congreso peruano como ave emblemática de la región Lambayeque?**

A. Gallito de las rocas       B. Cóndor Andino       C. Pava Aliblanca

**8. ¿Por qué es importante nuestro patrimonio turístico?**

A. Riqueza natural       B. Historia precolombina e inca       C. Folclore

**9. ¿A quién se le considera turista?**

A. A quien pernocta       C. A quien está de tránsito   
B. A quien está en el destino más de 24 horas y menos de 6 meses

**10. Para que un recurso se considere atractivo turístico, se debe:**

A. Categorizar       B. Jerarquizar       C. A y B

**11. El desplazamiento de turistas hacia un destino, genera:**

A. Fuente de trabajo  B. Mejora en la calidad de vida de la población  C. A y B

**12. ¿Cuál cree usted que es el principal problema que afecta al desarrollo turístico en la región?**

A. Comercio informal  B. Contaminación   
C. Falta de implementación de la planta turística

**13. ¿Actualmente existe alguna estrategia regional para desarrollar el turismo**

A. Sí existe  B. No existe  C. No sabe

**II. En el siguiente listado de afirmaciones seleccione la opción que mejor describa la situación. no existen respuestas correctas ni incorrectas, tan solo se quiere conocer su opinión. Marque (X):**

Siempre (1)	Casi Siempre (2)	A veces (3)	Casi Nunca (4)	Nunca (5)
----------------	---------------------	----------------	-------------------	--------------

1	Participo de los eventos turísticos dentro o fuera de la universidad	1	2	3	4	5
2	Participo de los eventos turísticos como parte de la organización.	1	2	3	4	5
3	Participo de los eventos turísticos como espectador.	1	2	3	4	5
4	Visito los lugares turísticos de mi región.	1	2	3	4	5
5	Tomo acción si veo a una persona dañando los recursos turísticos.	1	2	3	4	5
6	Si veo que un turista necesita ayuda u orientación, me acerco y lo asisto sin esperar nada a cambio.	1	2	3	4	5
7	Hago buen uso de la infraestructura turística.	1	2	3	4	5
8	Soy amable y servicial con los turistas.	1	2	3	4	5
9	Mantengo las costumbres de mi región	1	2	3	4	5
10	Me siento orgulloso de mi región	1	2	3	4	5
11	Estoy de acuerdo con que no se debe sobrevalorar el precio de los productos o servicios a los turistas extranjeros.	1	2	3	4	5
12	El turismo es un medio de desarrollo para la región Lambayeque.	1	2	3	4	5
13	El turismo ayuda a mejorar la calidad de vida de los residentes.	1	2	3	4	5
14	Como anfitriones turísticos contamos con los recursos necesarios para satisfacer las necesidades de los turistas.	1	2	3	4	5
15	Los servicios turísticos ofrecidos de la región son de alta calidad.	1	2	3	4	5
16	Me agrada la llegada de turistas a mi región.	1	2	3	4	5
17	Me agrada tener contacto con los turistas.	1	2	3	4	5
18	Me enorgullece escuchar hablar de la cultura de mi región.	1	2	3	4	5
19	Me emocionan los eventos turísticos.	1	2	3	4	5
20	Me siento motivado a participar del turismo responsable.	1	2	3	4	5
21	Me siento conforme con el turismo en Lambayeque.	1	2	3	4	5
22	Para que haya más turismo se necesitan más servicios.	1	2	3	4	5
23	El turismo está beneficiando a la región.	1	2	3	4	5
24	El turismo en Lambayeque está generando empleos a los jóvenes.	1	2	3	4	5
25	Personalmente el turismo me beneficia.	1	2	3	4	5

## 9.2 Anexo 02: Formato guía de entrevista



**GUIA DE ENTREVISTA SOBRE LA CULTURA TURÍSTICA DE  
LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA USAT**

Nombre:

Cargo:

- 1. Según su percepción ¿Cuál considera que es el perfil actual del estudiante de la escuela Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT?**

---



---



---

- 2. ¿Por su experiencia, usted considera que los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT tienen el perfil requerido para un profesional en turismo ¿Por qué?**

---



---



---

- 3. ¿Qué aspectos del perfil de un profesional de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos considera usted que se debería reforzar en los estudiantes?**

---



---



---

- 4. ¿Por qué cree que es importante mejorar estos aspectos?**

---



---



---

- 5. ¿Cree usted que los estudiantes conocen los problemas y necesidades que existen actualmente para el desarrollo del turismo en la región? ¿Por qué?**

---



---



---

- 6. ¿Cree usted que los estudiantes son conscientes de la importancia del desarrollo del turismo en la región? ¿Por qué?**

---



---



---

- 7. ¿De qué manera los estudiantes mantienen una participación activa en actividades turísticas desarrolladas tanto dentro de la universidad, así como fuera de ella?**

---



---



---

8. **¿Cuál es su opinión en relación con el compromiso que sienten los estudiantes con el desarrollo turístico de la región?**

---

---

---

9. **¿Qué aspectos considera usted que están ausentes en los estudiantes para considerarlos promotores del turismo?**

---

---

---

10. **¿Cree usted que hay falta de cultura turística en los estudiantes de Adm. Hotelera de la USAT? ¿Por qué?**

---

---

---

11. **¿Por qué cree usted que existe este problema?**

---

---

---

12. **¿Cómo cree usted que se podría mejorar esta situación?**

---

---

---

13. **¿Cuenta usted con algún dato estadístico del porcentaje de estudiantes o egresados de la escuela que están trabajando en el sector turístico de Lambayeque? ¿Cuáles son?**

---

---

---

14. **¿A qué cree que se debe que los estudiantes opten por trabajar más en el ámbito hotelero, gastronómico que en el sector turístico?**

---

---

---

## 9.3 Anexo 03: Fichas de validación de instrumentos



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Mg. José Antonio Paz Pericasso,  
 mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Lic. en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado:

**“Fortalecimiento de la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT”**, elaborado por la Bach./ Estudiante **Gabriela Seclén Dávila**, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, de septiembre del 2019.

  
 FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre:

José Antonio Paz Pericasso

Cargo Actual:

Docente



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, \_\_\_\_\_,  
mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Lic. en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado:

**“Fortalecimiento de la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT”**, elaborado por la Bach./ Estudiante **Gabriela Seclén Dávila**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, de septiembre del 2019.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Augusto Miñán Meléndez

Cargo Actual: Docente



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Elvis Serruto Perez.,  
mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Lic. en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado:

**"Fortalecimiento de la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT"**, elaborado por la Bach./ Estudiante **Gabriela Seclén Dávila**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, de septiembre del 2019.

  
-----  
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Mg. Elvis Serruto Perez  
Cargo Actual: Lic. Administración Turística-Hotelera.

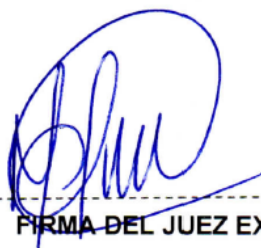
### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Carlos Enrique Martínez Lozano, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de Lic. en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, titulado:

“Fortalecimiento de la cultura turística de los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT”, elaborado por la Bach./ Estudiante Gabriela Seclén Dávila; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, de septiembre del 2019.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre:

Cargo Actual:

Maestro Facultad de Humanidades

## 9.4 Anexo 04: Tablas de resultados

Tabla N° 29

*¿A qué cultura perteneció en Señor de Sipán?*

Ciclo	1. ¿A qué cultura perteneció en Señor de Sipán?			Total	
	A. Cultura Moche norte	B. Cultura Moche sur	C. Cultura Chimú		
2	fi	37	5	5	47
	%	78,7%	10,6%	10,6%	100,0%
3	fi	1	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
4	fi	14	0	3	17
	%	82,4%	0,0%	17,6%	100,0%
5	fi	1	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
6	fi	24	3	2	29
	%	82,8%	10,3%	6,9%	100,0%
7	fi	7	0	0	7
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
8	fi	16	1	0	17
	%	94,1%	5,9%	0,0%	100,0%
9	fi	16	1	0	17
	%	94,1%	5,9%	0,0%	100,0%
10	fi	21	1	0	22
	%	95,5%	4,5%	0,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>137</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>86,7%</b>	<b>7,0%</b>	<b>6,3%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 30

*¿En qué complejo arqueológico se encontró la tumba del Señor de Sipán?*

Ciclo	2. ¿En qué complejo arqueológico se encontró la tumba del Señor de Sipán?			Total	
	A. Huaca Chotuna	B. Huaca Rajada	C. Huaca Las Ventanas		
2	fi	0	45	2	<b>47</b>
	%	0,0%	95,7%	4,3%	<b>100,0%</b>
3	fi	0	1	0	<b>1</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
4	fi	3	13	1	<b>17</b>
	%	17,6%	76,5%	5,9%	<b>100,0%</b>
5	fi	0	1	0	<b>1</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
6	fi	4	23	2	<b>29</b>
	%	13,8%	79,3%	6,9%	<b>100,0%</b>
7	fi	1	6	0	<b>7</b>
	%	14,3%	85,7%	0,0%	<b>100,0%</b>
8	fi	2	15	0	<b>17</b>
	%	11,8%	88,2%	0,0%	<b>100,0%</b>
9	fi	1	15	1	<b>17</b>
	%	5,9%	88,2%	5,9%	<b>100,0%</b>
10	fi	0	22	0	<b>22</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>11</b>	<b>141</b>	<b>6</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>7,0%</b>	<b>89,2%</b>	<b>3,8%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 31

*¿Cuál es el museo más importante de Lambayeque?*

<b>3. ¿Cuál es el museo más importante de Lambayeque?</b>					
<b>Ciclo</b>				<b>Total</b>	
	<b>A. Museo Brünig</b>	<b>B. Museo Tumbas Reales de Sipán</b>	<b>C. Museo de Túcume</b>		
2	fi	4	43	0	<b>47</b>
	%	8,5%	91,5%	0,0%	<b>100,0%</b>
3	fi	0	1	0	<b>1</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
4	fi	1	16	0	<b>17</b>
	%	5,9%	94,1%	0,0%	<b>100,0%</b>
5	fi	0	1	0	<b>1</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
6	fi	1	27	1	<b>29</b>
	%	3,4%	93,1%	3,4%	<b>100,0%</b>
7	fi	0	7	0	<b>7</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
8	fi	0	17	0	<b>17</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
9	fi	0	17	0	<b>17</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
10	fi	1	21	0	<b>22</b>
	%	4,5%	95,5%	0,0%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>7</b>	<b>150</b>	<b>1</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>4,4%</b>	<b>94,9%</b>	<b>0,6%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 32

*¿Qué festividad religiosa es la más popular en la región Lambayeque?*

Ciclo	4. ¿Qué festividad religiosa es la más popular en la región Lambayeque?			Total	
	A. Nazareno Cautivo	B. Santísima Cruz de Motupe	C. Divino Niño del Milagro		
2	fi	4	36	7	47
	%	8,5%	76,6%	14,9%	100,0%
3	fi	0	1	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
4	fi	1	15	1	17
	%	5,9%	88,2%	5,9%	100,0%
5	fi	0	1	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
6	fi	5	24	0	29
	%	17,2%	82,8%	0,0%	100,0%
7	fi	0	7	0	7
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
8	fi	0	15	2	17
	%	0,0%	88,2%	11,8%	100,0%
9	fi	0	17	0	17
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
10	fi	0	22	0	22
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>10</b>	<b>138</b>	<b>10</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>6,3%</b>	<b>87,3%</b>	<b>6,3%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 33

*¿En qué distrito de la provincia de Ferreñafe se encuentra el Santuario Histórico del Bosque de Pómac?*

Ciclo	5. ¿En qué distrito de la provincia de Ferreñafe se encuentra el Santuario Histórico del Bosque de Pómac?			Total	
	A. Pitipo	B. Mesones Muro	C. Pueblo nuevo		
2	fi	33	4	10	47
	%	70,2%	8,5%	21,3%	100,0%
3	fi	0	1	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
4	fi	13	2	2	17
	%	76,5%	11,8%	11,8%	100,0%
5	fi	1	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
6	fi	14	9	6	29
	%	48,3%	31,0%	20,7%	100,0%
7	fi	5	1	1	7
	%	71,4%	14,3%	14,3%	100,0%
8	fi	16	1	0	17
	%	94,1%	5,9%	0,0%	100,0%
9	fi	12	3	2	17
	%	70,6%	17,6%	11,8%	100,0%
10	fi	14	5	3	22
	%	63,6%	22,7%	13,6%	100,0%
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>108</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>68,4%</b>	<b>16,5%</b>	<b>15,2%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 34

*¿En qué distrito de la provincia de Chiclayo se encuentra ubicado el museo Afroperuano?*

Ciclo	6. ¿En qué distrito de la provincia de Chiclayo se encuentra ubicado el museo Afroperuano?			Total	
	A. Cayaltí	B. Reque	C. Zaña		
2	fi	3	4	40	<b>47</b>
	%	6,4%	8,5%	85,1%	<b>100,0%</b>
3	fi	0	0	1	<b>1</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
4	fi	0	0	17	<b>17</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
5	fi	0	0	1	<b>1</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
6	fi	1	0	28	<b>29</b>
	%	3,4%	0,0%	96,6%	<b>100,0%</b>
7	fi	0	0	7	<b>7</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
8	fi	0	0	17	<b>17</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
9	fi	0	0	17	<b>17</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
10	fi	0	0	22	<b>22</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>150</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>2,5%</b>	<b>2,5%</b>	<b>94,9%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 35

*¿Cuál es la especie que ha sido declarada por el congreso peruano como ave emblemática de la región Lambayeque?*

Ciclo	7. De las siguientes opciones ¿Cuál es la especie que ha sido declarada por el congreso peruano como ave emblemática de la región Lambayeque?			Total	
	A. Gallito de las rocas	B. Cóndor Andino	C. Pava Aliblanca		
2	fi	5	2	40	<b>47</b>
	%	10,6%	4,3%	85,1%	<b>100,0%</b>
3	fi	0	0	1	<b>1</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
4	fi	2	1	14	<b>17</b>
	%	11,8%	5,9%	82,4%	<b>100,0%</b>
5	fi	1	0	0	<b>1</b>
	%	100,0%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
6	fi	4	3	22	<b>29</b>
	%	13,8%	10,3%	75,9%	<b>100,0%</b>
7	fi	0	0	7	<b>7</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
8	fi	6	0	11	<b>17</b>
	%	35,3%	0,0%	64,7%	<b>100,0%</b>
9	fi	3	0	14	<b>17</b>
	%	17,6%	0,0%	82,4%	<b>100,0%</b>
10	fi	2	3	17	<b>22</b>
	%	9,1%	13,6%	77,3%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>23</b>	<b>9</b>	<b>126</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>14,6%</b>	<b>5,7%</b>	<b>79,7%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente.: Elaboración propia.

Tabla N° 36

*¿Por qué es importante nuestro patrimonio turístico?*

Ciclo	8. ¿Por qué es importante nuestro patrimonio turístico?			Total	
	A. Riqueza Natural	B. Historia precolombina e inca	C. Folclore		
2	fi	20	21	6	<b>47</b>
	%	42,6%	44,7%	12,8%	<b>100,0%</b>
3	fi	0	1	0	<b>1</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
4	fi	7	8	2	<b>17</b>
	%	41,2%	47,1%	11,8%	<b>100,0%</b>
5	fi	0	1	0	<b>1</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
6	fi	12	13	4	<b>29</b>
	%	41,4%	44,8%	13,8%	<b>100,0%</b>
7	fi	3	4	0	<b>7</b>
	%	42,9%	57,1%	0,0%	<b>100,0%</b>
8	fi	4	13	0	<b>17</b>
	%	23,5%	76,5%	0,0%	<b>100,0%</b>
9	fi	9	7	1	<b>17</b>
	%	52,9%	41,2%	5,9%	<b>100,0%</b>
10	fi	10	11	1	<b>22</b>
	%	45,5%	50,0%	4,5%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	fi	<b>65</b>	<b>79</b>	<b>14</b>	<b>158</b>
	%	<b>41,1%</b>	<b>50,0%</b>	<b>8,9%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 37

*¿A quién se le considera turista?*

<b>9. ¿A quién se le considera turista?</b>					
<b>Ciclo</b>		<b>A. A quien pernocta</b>	<b>B. A quien está en el destino 24&gt; 6 meses</b>	<b>C. A quien está de tránsito</b>	<b>Total</b>
2	fi	31	13	3	<b>47</b>
	%	66,0%	27,7%	6,4%	<b>100,0%</b>
3	fi	1	0	0	<b>1</b>
	%	100,0%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
4	fi	15	2	0	<b>17</b>
	%	88,2%	11,8%	0,0%	<b>100,0%</b>
5	fi	1	0	0	<b>1</b>
	%	100,0%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
6	fi	11	18	0	<b>29</b>
	%	37,9%	62,1%	0,0%	<b>100,0%</b>
7	fi	4	3	0	<b>7</b>
	%	57,1%	42,9%	0,0%	<b>100,0%</b>
8	fi	8	9	0	<b>17</b>
	%	47,1%	52,9%	0,0%	<b>100,0%</b>
9	fi	7	10	0	<b>17</b>
	%	41,2%	58,8%	0,0%	<b>100,0%</b>
10	fi	8	13	1	<b>22</b>
	%	36,4%	59,1%	4,5%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>86</b>	<b>68</b>	<b>4</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>54,4%</b>	<b>43,0%</b>	<b>2,5%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 38

*Para que un recurso se considere atractivo turístico, se debe:*

Ciclo	<b>10. Para que un recurso se considere atractivo turístico, se debe:</b>			<b>Total</b>	
	A. Categorizar	B. Jerarquizar	C. A y B		
2	fi	7	3	37	<b>47</b>
	%	14,9%	6,4%	78,7%	<b>100,0%</b>
3	fi	0	0	1	<b>1</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
4	fi	2	0	15	<b>17</b>
	%	11,8%	0,0%	88,2%	<b>100,0%</b>
5	fi	0	0	1	<b>1</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
6	fi	1	3	25	<b>29</b>
	%	3,4%	10,3%	86,2%	<b>100,0%</b>
7	fi	1	0	6	<b>7</b>
	%	14,3%	0,0%	85,7%	<b>100,0%</b>
8	fi	4	1	12	<b>17</b>
	%	23,5%	5,9%	70,6%	<b>100,0%</b>
9	fi	4	3	10	<b>17</b>
	%	23,5%	17,6%	58,8%	<b>100,0%</b>
10	fi	3	1	18	<b>22</b>
	%	13,6%	4,5%	81,8%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>22</b>	<b>11</b>	<b>125</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>13,9%</b>	<b>7,0%</b>	<b>79,1%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 39

*El desplazamiento de turistas hacia un destino genera:*

Ciclo	11. El desplazamiento de turistas hacia un destino, genera:			Total	
	A. Fuente de trabajo	B. Mejora en la calidad de vida de la población	C. A y B		
2	fi	5	7	35	47
	%	10,6%	14,9%	74,5%	100,0%
3	fi	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
4	fi	1	2	14	17
	%	5,9%	11,8%	82,4%	100,0%
5	fi	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
6	fi	5	1	23	29
	%	17,2%	3,4%	79,3%	100,0%
7	fi	0	0	7	7
	%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
8	fi	0	1	16	17
	%	0,0%	5,9%	94,1%	100,0%
9	fi	1	0	16	17
	%	5,9%	0,0%	94,1%	100,0%
10	fi	2	4	16	22
	%	9,1%	18,2%	72,7%	100,0%
<b>Total</b>	<b>fi</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>129</b>	<b>158</b>
	<b>%</b>	<b>8,9%</b>	<b>9,5%</b>	<b>81,6%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 40

¿Cuál cree usted que es el principal problema que afecta al desarrollo turístico en la región?

Ciclo	12. ¿Cuál cree usted que es el principal problema que afecta al desarrollo turístico en la región?			Total	
	A. Comercio informal	B. Contaminación	C. Falta de implementación de la planta turística		
2	fi	5	26	16	47
	%	10,6%	55,3%	34,0%	100,0%
3	fi	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
4	fi	0	11	6	17
	%	0,0%	64,7%	35,3%	100,0%
5	fi	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
6	fi	0	9	20	29
	%	0,0%	31,0%	69,0%	100,0%
7	fi	0	5	2	7
	%	0,0%	71,4%	28,6%	100,0%
8	fi	1	2	14	17
	%	5,9%	11,8%	82,4%	100,0%
9	fi	2	6	9	17
	%	11,8%	35,3%	52,9%	100,0%
10	fi	4	8	10	22
	%	18,2%	36,4%	45,5%	100,0%
<b>Total</b>	fi	<b>12</b>	<b>67</b>	<b>79</b>	<b>158</b>
	%	<b>7,6%</b>	<b>42,4%</b>	<b>50,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 41

*¿Actualmente existe alguna estrategia regional para desarrollar el turismo sostenible en Lambayeque?*

Ciclo	13. ¿Actualmente existe alguna estrategia regional para desarrollar el turismo sostenible en Lambayeque?			Total	
	A. Si existe	B. No existe	C. No sabe		
2	fi	9	13	25	<b>47</b>
	%	19,1%	27,7%	53,2%	<b>100,0%</b>
3	fi	0	1	0	<b>1</b>
	%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
4	fi	6	1	10	<b>17</b>
	%	35,3%	5,9%	58,8%	<b>100,0%</b>
5	fi	0	0	1	<b>1</b>
	%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
6	fi	7	7	15	<b>29</b>
	%	24,1%	24,1%	51,7%	<b>100,0%</b>
7	fi	2	0	5	<b>7</b>
	%	28,6%	0,0%	71,4%	<b>100,0%</b>
8	fi	3	3	11	<b>17</b>
	%	17,6%	17,6%	64,7%	<b>100,0%</b>
9	fi	5	1	11	<b>17</b>
	%	29,4%	5,9%	64,7%	<b>100,0%</b>
10	fi	5	4	13	<b>22</b>
	%	22,7%	18,2%	59,1%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	fi	<b>37</b>	<b>30</b>	<b>91</b>	<b>158</b>
	%	<b>23,4%</b>	<b>19,0%</b>	<b>57,6%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla N° 42

*Dimensión Actitudinal*

	Pregunta	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi Nunca		Nunca		fi	%
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%		
1	Participo de los eventos turísticos dentro o fuera de la universidad.	4	2,5%	28	17,7%	92	58,2%	25	15,8%	9	5,7%	<b>158</b>	<b>100</b>
2	Participo de los eventos turísticos como parte de la organización.	3	1,9%	25	15,8%	68	43,0%	45	28,5%	17	10,8%	<b>158</b>	<b>100</b>
3	Participo de los eventos turísticos como espectador.	5	3,2%	44	27,8%	79	50,0%	24	15,2%	6	3,8%	<b>158</b>	<b>100</b>
4	Visito los lugares turísticos de mi región.	20	12,7%	47	2,7%	75	47,5%	13	8,2%	3	1,9%	<b>158</b>	<b>100</b>
5	Tomo acción si veo a una persona dañando los recursos turísticos.	39	24,7%	50	31,6%	47	29,7%	18	11,4%	4	2,5%	<b>158</b>	<b>100</b>
6	Si veo que un turista necesita ayuda u orientación, me acerco y lo asisto sin esperar nada a cambio.	52	32,9%	49	31,0%	38	24,1%	15	9,5%	4	2,5%	<b>158</b>	<b>100</b>
7	Hago buen uso de la infraestructura turística.	58	36,7%	51	32,3%	33	20,9%	12	7,6%	4	2,5%	<b>158</b>	<b>100</b>
8	Soy amable y servicial con los turistas.	86	54,4%	43	27,2%	15	9,5%	10	6,3%	4	2,5%	<b>158</b>	<b>100</b>

9	Mantengo las costumbres de mi región.	40	25,3%	52	32,9%	46	29,1%	18	11,4%	2	1,3%	<b>158</b>	<b>100</b>
10	Me siento orgulloso de mi región.	92	58,2%	29	18,4%	21	29,1%	12	11,4%	4	2,5%	<b>158</b>	<b>100</b>
11	Estoy de acuerdo con que no se debe sobrevalorar el precio de los productos o servicios a los turistas extranjeros.	58	36,7%	18	11,4%	50	29,1%	16	10,1%	16	10,1%	<b>158</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Como se pudo observar en la tabla, en cuanto a la participación en eventos turísticos se identificó un mayor porcentaje que respondió "A veces", del cual la mayoría lo hacía como espectador, ello permitió concluir que los estudiantes no tenían iniciativa para organizarlos o gestionarlos, igualmente respondieron en su mayoría (47.5%) que a veces visitaban los lugares turísticos de su región, es decir que existía desinterés por conocer sus recursos, sin embargo en cuanto a su relación con los turistas, en un mayor porcentaje respondieron "siempre" y "casi siempre", es decir que se mostraron hospitalarios con ellos, además el 36.7% de los estudiantes estuvieron de acuerdo en que no debe haber un cobro mayor a los turistas y solo el 10.1% respondieron que sí. Por otro lado se pudo observar que sólo en 25.3 % de los estudiantes respondieron que siempre mantenían las costumbres de su región, sin embargo el 58.2% de ellos se sentían orgullosos de ella, por lo que se concluyó que existía una valoración hacia lo que la región tiene para ofrecer, pero hacía falta identidad para seguir poniendo en práctica las tradiciones y costumbres.

Tabla N° 43

*Dimensión afectivo - emocional*

Pregunta	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi Nunca		Nunca		<b>Total</b>	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1 El turismo es un medio de desarrollo para la región Lambayeque	81	51,3%	31	19,6%	29	18,4%	11	7,0%	6	3,8%	158	100
2 El turismo ayuda a mejorar la calidad de los residentes	88	55,7%	31	19,6%	23	14,6%	12	7,6%	4	2,5%	158	100%
3 Como anfitriones turísticos contamos con los recursos necesarios para satisfacer las necesidades de los turistas.	13	8,2%	27	17,1%	76	48,1%	34	21,5%	8	5,1%	158	100%
4 Los servicios turísticos ofrecidos de la región son de alta calidad	3	1,9%	24	15,2%	80	50,6%	39	24,7%	12	7,6%	158	100%
5 Me agrada la llegada de turistas a mi región	84	53,2%	41	25,9%	18	11,4%	11	7,0%	4	2,5%	158	100%
6 Me agrada tener contacto con los turistas	88	55,7%	42	26,6%	17	10,8%	4	2,5%	7	4,4%	158	100%
7 Me enorgullece escuchar hablar de la cultura de mi región	101	63,9%	24	15,2%	17	10,8%	12	7,6%	4	2,5%	158	100%
8 Me emocionan los eventos turísticos	69	43,7%	36	22,8%	35	22,2%	13	8,2%	5	3,2%	158	100%

9	Me siento motivado a participar del turismo responsable	64	40,5%	47	29,7%	30	19,0%	12	7,6%	5	3,2%	158	100%
10	Me siento conforme con el turismo en Lambayeque	19	12,0%	27	17,1%	65	41,1%	35	22,2%	12	7,6%	158	100%
11	Para que haya más turismo e necesitan más servicios.	78	49,4%	44	27,8%	24	15,2%	9	5,7%	3	1,9%	158	100%
12	El turismo está beneficiando a la región.	42	26,6%	47	29,7%	47	29,7%	17	10,8%	5	3,2%	158	100%
13	El turismo en Lambayeque está generando empleos a los jóvenes.	28	17,7%	49	31,0%	52	32,9%	21	13,3%	8	5,1%	158	100%
14	Personalmente el turismo me beneficia.	70	44,3%	31	19,6%	28	17,7%	16	10,1%	13	8,2%	158	100%

*Fuente: Elaboración propia.*

De acuerdo a los resultados mostrados en la tabla, se pudo observar que para más del 50% de la población el turismo genera efectos positivos en cuanto al desarrollo y mejora en la calidad de vida de la población, por otro lado, la perspectiva del 48,1% y del 50,6% respectivamente de los estudiantes sobre los recursos turísticos de la región fue que "a veces" son suficientes y de calidad para satisfacer las expectativas de los turistas, es decir que sólo algunos recursos han sido desarrollados como un producto turísticos y otros están en el proceso. Con los datos obtenidos se pudo determinar, que mas del 50% de los estudiantes se mostró entusiasta a relacionarse con turistas, esto reafirmó lo concluido en la tabla anterior, en la que se demostró la hospitalidad de los estudiantes. Así mismo, los datos revelaron que el 63,9 de los estudiantes se sentían orgullosos de la región, sin embargo solo el 43,7 % sentían emoción por los evento turísticos, y el 40,5 % motivación para ser partícipes del turismo responsable, por lo que se concluyó que los estudiantes sí se sentían identificados pero que hacía falta iniciativa para su participación en la actividad turística. La información recogida también permitió conocer que sólo el 12 % de los estudiantes estaban conformes con el turismo desarrollado en la región, así pues menos del 30 % de ellos percibían beneficios reales del turismo como la generación de empleos, eso pudo ser causado por la falta de oferta turística, sin embargo un dato relevante fue que en su mayoría el 44,3 % de los estudiantes sabían que si se la actividad turística aumentaba positivamente, si existiría un beneficio para ellos.

## 9.5 Anexo 05: Aplicación de entrevista



**GUIA DE ENTREVISTA SOBRE LA CULTURA TURÍSTICA DE LOS  
ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA USAT**

Nombre: Rosse Marie Esparza Huamanchumo

Cargo: directora de Escuela

**1. Según su percepción ¿Cuál considera que es el perfil actual del estudiante de la escuela Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT?**

*Nosotros tenemos dos planes de estudio, y los perfiles de los alumnos son totalmente diferentes, lo alumnos del 6 ciclo hacia adelante son alumnos de un plan de estudio que nosotros denominamos 2011 versión 1, y son estudiantes más enfocados al tema de hoteles, de trabajar en hoteles, de trabajar creando su propia empresa, emprendiendo, trabajando en a y b, ese es el perfil que tenemos, y los alumnos de los primeros ciclos tienen un perfil más a la gestión pública del turismo, están vinculados más a los que es el turismo, viajes, desarrollar productos turísticos, planes de desarrollo turísticos, ese es el perfil que predomina más en los estudiantes.*

**2. ¿Por su experiencia, usted considera que los estudiantes de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la USAT tienen el perfil requerido para un profesional en turismo ¿Por qué?**

*Los del plan de estudio antiguo, aun tienen debilidades, porque desde su formación no han tocado temas justamente para el sector turístico, los del perfil nuevo, sí, sí tienen un perfil que pienso yo va tener las condiciones de poder ser competitivo cuando egresen de las aulas.*

**3. ¿Qué aspectos del perfil de un profesional de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos considera usted que se debería reforzar en los estudiantes?**

*Mucho se tiene que trabajar con habilidades blandas, porque es una carrera que de por sí tienes que tener vocación de servicio, si no tienes en el campo profesional va a ser bien complicado, entonces se tiene que ver el tema de vocación de servicio, habilidades blandas, el tema de relacionarse, y para mí un punto importante es el idioma también, porque para esta carrera es fundamental el manejo del idioma, en este caso como mínimo el inglés.*

**4. ¿Por qué cree que es importante mejorar estos aspectos?**

*Sobre todo, por la competencia, porque nuestros alumnos si es que nosotros queremos que sean competitivos, ellos tendrían que desarrollarse fuera de la región, entonces para desarrollarse fuera de la región deben tener estas competencias, porque los alumnos que se forman en universidades limeñas están con este perfil ya desarrollado.*

**5. ¿Cree usted que los estudiantes conocen los problemas y necesidades que existen actualmente para el desarrollo del turismo en la región? ¿Por qué?**

*Conocen pero de una manera muy deficiente, muy pobre. Siento que el estudiante debe estar en mucho más contacto en la realidad, ya que el alumno piensa que su formación solamente está en venir a clases, pero muy poco se enfrenta con la realidad, entonces el enfrentarse con la realidad, pisar ya el campo profesional enriquece mucho a conocer cuáles son los problemas del sector.*

**6. ¿Cree usted que los estudiantes son conscientes de la importancia del desarrollo del turismo en la región? ¿Por qué?**

*Sí son conscientes de la importancia del turismo en la región, sin embargo, al estudiante todavía le falta madurar muchas ideas para ser partícipes de ese desarrollo.*

**7. ¿De qué manera los estudiantes mantienen una participación activa en actividades turísticas desarrolladas tanto dentro de la universidad, así como fuera de ella?**

*Cuando nos invitan de diferentes instituciones y nos solicitan estudiantes, nosotros hacemos convocatorias, quienes quieren apoyar, quienes quieren participar de ciertos eventos, y yo pienso que ese es el punto importante o base para el contacto del estudiante con las actividades o programas que se dan fuera de universidad. El porcentaje es mínimo, cuando hacemos las convocatorias internas, yo si veo que desde cuando pise escuela a ahorita el alumnado si atiende más, ósea si ha aumentado, antes participaba un 40 porciento, ahora ya manejamos grupos de 80, 70 porciento que si participan de las actividades. No he visto que fuera de la universidad participen, dentro de la universidad o en eventos a los que nos invitan si participan.*

**8. ¿Cuál es su opinión en relación con el compromiso que sienten los estudiantes con el desarrollo turístico de la región?**

*Mi opinión es que mientras haya actividades que organizan ciertas instituciones, el alumno participa, pero participa como un veedor, como una persona que puede asistir, más no como un promotor de las actividades. Debería haber grupos que se organicen para hacer algo, en esta universidad no he visto por ejemplo si hay delegados o hay grupos de alumnos que han se destacado que hagan por ejemplo un grupo de innovación, de proyectos, que puedan hacer actividades en beneficio no solamente personal sino también como escuela, eso es lo que veo que falta y que otras universidades si tienen.*

**9. ¿Qué aspectos considera usted que están ausentes en los estudiantes para considerarlos promotores del turismo?**

*Yo pienso la proactividad, el alumno vine a clases y siempre te dice no tengo tiempo o no puede, está cansado, no le interesa. Entonces yo pienso que la <proactividad es un punto importante, falta un poco de interés e iniciativa.*

**10. ¿Cree usted que hay falta de cultura turística en los estudiantes de Administración Hotelera de la USAT? ¿Por qué?**

*Lo que pasa es que el tema de cultura turística engloba varios factores, no solamente es tener el conocimiento de la cultura, de los atractivos turísticos de la región, si no va mucho más allá con el tema de pertenecía, actividades o valores propios para la atención del turista, para el desarrollo del turismo, para aportar a una región. Falta que el alumno sea más honesto, mucho más participativo, que tenga vocación de servicio. Honesto en el sentido, de no engañar, por ejemplo si estamos con un turista, a veces el profesional dice ah ya que importa, como es turista y es extranjero le cobro más, a las finales igual voy a ganar más, eso se ve en tanto en los egresados como en los alumnos, porque a veces cuando se ha pedido favor para que puedan acompañar a ciertas personas, el estudiante está buscando algo a cambio, si no es con dinero es con una nota, pero ¿cómo va a ser con mi curso?, entonces eso también es parte de.*

**11. ¿Por qué cree usted que existe este problema?**

*Pienso yo que se tiene que ir concientizando, debe haber programas que aporten y a veces es como cuando yo no tengo valores desde mi casa, entonces se me hace complicado. Es un tema de formación, y al estudiante se le debe ir formando en ello.*

**12. ¿Cómo cree usted que se podría mejorar esta situación?**

*Por ejemplo, yo pienso que en actividades donde el mismo estudiante sea el participe, el que proponga, el que pueda atraer a muchos más compañeros, puedan hacer grupos de innovación, de investigación y participaciones, porque eso te permite ver ideas, afianzar más.*

**13. ¿Cuenta usted con algún dato estadístico del porcentaje de estudiantes o egresados de la escuela que están trabajando en el sector turístico de Lambayeque? ¿Cuáles son?**

*No cuento con data.*

**14. ¿A qué cree que se debe que los estudiantes opten por trabajar más en el ámbito hotelero, gastronómico que en el sector turístico?**

*Cuando hemos estado averiguando de egresados están en el sector de hotelería y de a y b, esto se debe a un tema de formación, creo yo que es más un tema de perfil profesional que de campo laboral.*

## 9.6 Anexo 06: Reporte de Turnitin

tesis final			
INFORME DE ORIGINALIDAD			
<b>20%</b>	<b>16%</b>	<b>2%</b>	<b>16%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
FUENTES PRIMARIAS			
<b>1</b>	<b>repositorio.uss.edu.pe</b> Fuente de Internet		<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet		<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante		<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b> Trabajo del estudiante		<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet		<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Señor de Sipan</b> Trabajo del estudiante		<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>creativecommons.org</b> Fuente de Internet		<b>1%</b>