

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



**RELACIÓN ENTRE LA CULTURA Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN**  
**LA CIUDAD DE CHICLAYO**

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

**AUTOR**

**JHOANA DEL ROCIO CHAVARRI CONDEMARIN**

**ASESOR**

**ASTRID POULET SÁNCHEZ GAMARRA**

<https://orcid.org/0000-0001-8148-6724>

**Chiclayo, 2021**

**RELACIÓN ENTRE LA CULTURA Y CONCIENCIA  
TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO**

PRESENTADA POR:

**JHOANA DEL ROCIO CHAVARRI CONDEMARIN**

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:

Yesenia Aylén Serruto Perea  
PRESIDENTE

María de las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez  
SECRETARIO

Astrid Poulet Sánchez Gamarra  
VOCAL

## **Dedicatoria**

Esta investigación va dedicada a mi Mamita Olga Pérez que hoy en día es un ángel y que desde donde está me cuida y me da la fuerza para seguir adelante, como te lo prometí en vida este logro es en tu nombre.

Por el esfuerzo, dedicación, paciencia, por su confianza y por todo lo que me han brindado a lo largo de mi carrera y de mi vida esta titulación también se la dedico a ustedes, mis padres.

Y a mi hermana, gracias por tus consejos y riñas que fueron esenciales para esta travesía en mi carrera profesional.

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por ser mi guía, por ayudarme a ser paciente y permitirme concluir con uno de mis objetivos.

-

Asimismo, agradezco a mis mejores amigos y primas que de una u otra manera me brindaron su colaboración y son parte de este logro.

Y por supuesto agradezco mucho a mi asesora Astrid Sánchez Gamarra y también a mi profesora María Vigo por su apoyo y paciencia en todo momento.

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>5</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>Revisión de literatura.....</b>	<b>8</b>
<b>Materiales y métodos.....</b>	<b>13</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>15</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>19</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>19</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>21</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>23</b>

## Resumen

La cultura y conciencia turística toma mayor importancia en la actualidad por el cuidado del patrimonio y las actitudes que presentan los pobladores hacia el visitante turístico, por lo que el objetivo de la presente investigación fue evaluar la relación entre la cultura y la conciencia turística en la ciudad de Chiclayo, para ello se hizo un análisis de tipo correlacional, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental a 384 personas mayores de 18 años que han nacido y/o viven en la ciudad de Chiclayo a través de una encuesta virtual en escala de Likert. Posteriormente se pudo concluir que la relación es directamente proporcional puesto que a mayor nivel de cultura turística es mayor el nivel de conciencia turística, demostrado en la medición de los niveles es alto en ambas variables. Por lo que estos resultados permiten realizar recomendaciones para las autoridades e incentivar actividades para que la población local pueda mejorar su trato con los visitantes turísticos.

**Palabras claves:** Cultura Turística, Conciencia turística, residentes.

**Clasificación JEL:** Z10

## **Abstract**

The culture and tourist conscience takes greater importance at the present time by the care of the patrimony and the attitudes that present/display the settlers towards the tourist visitor, reason why the objective of the present investigation was to evaluate the relation between the culture and the tourist conscience in the city of Chiclayo, for it a correlational type analysis was made, with quantitative approach and nonexperimental design to 384 people older than 18 years who have been born and/or live in the city of Chiclayo through a virtual survey in scale of Likert. Later, it was possible to conclude that the relationship is directly proportional since the higher the level of tourist culture, the higher the level of tourist awareness, demonstrated in the measurement of the levels of both variables that reflect being high. Therefore, these results allow for recommendations to be made to the authorities to encourage activities so that the local population can improve their treatment of tourist visitors.

**Keywords:** Tourist Culture, Tourist Conscience, Residents

## Introducción

Actualmente en el mundo ha fomentado un desarrollo sobre la cultura turística en sitios frecuentados por los visitantes, generando competencias un tanto agresivas y numerosas que otras por ser escogida como la primera alternativa y la más concurrente por las personas, dependiendo de la interacción que surge en la calidad de atención otorgada por la comunidad receptora. Para ello, se considera a personas que cuenten con una idoneidad, compromiso, actitud positiva y decidida que aporte en cumplir las expectativas y estimule la estadía de calidad que el visitante espera obtener. Según (MINCETUR, 2015; Gonzales, 2012) manifiestan que la cultura turística es el conjunto de valores, actitudes y conocimientos fomentando un trato agradable y promoviendo una seguridad al visitante; Además, se debe mantener la conservación y protección del patrimonio nacional creando un clima cordial y hospitalario para lograr una aceptación de los visitantes, ya que ellos deciden retomar o no y también generan las recomendaciones pertinentes con otras personas sobre la experiencia vivida.

Por otro lado, Arría (1991) señala a la conciencia turística como un conjunto de actitudes y comportamientos de un poblador que acoge a un visitante mediante la hospitalidad y atención que se le otorgó durante el tiempo de estadía situada en las personas que se relacionen con el turismo y se promueva a nivel nacional, regional y en la localidad donde residen. También se domina a la conciencia turística como un entendimiento capcioso y juicioso sobre el proceso del desarrollo que la actividad turística encarece a los países del mundo, reconociendo que es una responsabilidad de todos. Asimismo, se debe ser consiente turísticamente en tener un cambio de mejora para el bien de un país que es la “casa” de todos, un espacio donde el visitante tiene la libertad de disfrutar y divertirse, siempre y cuando mantenga una conducta propia por el cuidado y preservación del patrimonio cultural. (Padilla, 2016).

La educación del visitante es sustancial para contraer una estadía armoniosa, acto que ayuda a la convivencia y comunicación entre todos, más allá de la desigualdad de idiomas y/o culturas; Se dice que, en Chile país donde la conciencia turística es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos personales o de negocios profesionales, según SERNATUR (2018). Mientras que el Perú cuenta con un gran potencial desarrollado como las áreas de recursos naturales, un amplio eje de cultura y diversidad de segmentos para exportar al mercado nacional y extranjero. Por ello, se considera un país que ofrece una amplia gama de posibilidades para los turistas que lo visitan. (Chacaltana, 2016, p. 7)

Ahora bien, la ciudad de Chiclayo ubicada al noreste del Perú y catalogada con el nombre de Santa María de los Valles de Chiclayo en 1720, reconocida como la “capital de la amistad” por la cordialidad que posee cada poblador con un visitante y se ve reflejado en los resultados que se obtuvieron mediante una encuesta realizado por MINCETUR (2018) donde se demostró que la segunda razón principal de agrado fue la hospitalidad con el 30%. Actualmente Chiclayo tiene 185 años de creación brindando conocimientos culturales, historia, atractivos turísticos y más que demuestran la majestuosa herencia mochica y el aporte europeo que se quedó desde la conquista española (Andina, 2020).

A pesar de ello, hay personas que muestran indiferencia por la actividad turística que ofrece la ciudad de Chiclayo para con sus visitantes, siendo así el 10.8% de pobladores que aún no toman conciencia de las oportunidades que brinda Chiclayo como destino turístico, además el trato que se relaciona con un visitante nacional y/o visitante extranjero no es el adecuado, puesto

que ellos deben percibir una buena imagen por parte de los residentes. En pocas palabras se evidencia una pérdida de valores en algunos pobladores por no lograr una empática relación con los visitantes que llegan a la ciudad, pausando la concientización de la cultura turística basada en actitudes y comportamientos positivos con los visitantes, puesto que ellos comentan y difunden diversas opiniones del trato recibido durante su visita. (MINCETUR, 2018)

En este sentido, la presente investigación responde a la pregunta ¿Cuál es la relación que existe entre la cultura y conciencia turística en la ciudad de Chiclayo? Teniendo en cuenta como objetivo principal determinar la relación entre la cultura y conciencia turística en la ciudad de Chiclayo, donde se analizó el conocimiento sobre los valores y actitudes que maneja la población. Por consiguiente, se propuso como primer objetivo específico que ayuda a la investigación es de analizar la relación que existe entre la cultura turística y la actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas en la ciudad de Chiclayo, el siguiente objetivo específico busca identificar la relación que existe entre la cultura turística y la actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos en la ciudad de Chiclayo, y finalmente analizar la relación que existe entre la cultura turística y la actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico en la ciudad de Chiclayo.

Por consiguiente, se evidencia de manera teórica con la investigación del Pentur (2012-2021) en amplificar una cultura turística que reconoce acciones puntuales por personas destacadas. De la misma forma, se incentiva la intervención voluntaria de personas referentes al sector público en el ámbito regional y local para agilizar la actividad táctica en el desarrollo de la cultura turística en sus ámbitos. De manera práctica se aplicó una encuesta a las personas que han nacido y/o viven en la ciudad de Chiclayo midiendo el conocimiento, cultura, educación, valores, actitudes y comportamientos de los pobladores para con los visitantes. Así pues, se analizó la relación entre la cultura y conciencia turística en los pobladores, obteniendo como resultados beneficios para las personas y empleos relacionados al sector turístico.

Finalmente, esta investigación justifica de manera metodológica la investigación que empleó el instrumento de medición con la escala de Likert, lo cual otorgó los resultados de las respuestas obtenidas mediante la encuesta que se aplicó en los pobladores para analizar la relación entre la cultura y conciencia turística que brindan a los visitantes.

## **Revisión de literatura**

La percepción y la imagen que tienen los turistas visitantes con los residentes es esencial y sucedió en la ciudad de Puno en el año 2016, presentando una evaluación sobre los conocimientos que tienen los pobladores con la cultura turística de la ciudad, donde se empleó el método deductivo en la investigación a partir de un análisis factorial sobre los resultados de una encuesta alcanzando un nivel alto, lo que califica a Puno como un lugar divertido, relajante y respaldado por sus atractivos, a pesar de ello un grupo de pobladores presentan un escaso conocimiento de atractivos turísticos, lo que significa la falta de cultura turística en los pobladores por la ausencia de medios, acciones y estrategias para la promoción y publicidad turística (Cayo y Apaza, 2017).

Acto seguido, el nivel de desarrollo de la formación en cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco, se encuentra en un nivel regular manifestando que aún no se emplea correctamente el tema del turismo, señalando que no se cuenta con una población total que esté al frente del desarrollo turístico en el distrito de Barranco. La conciencia es primordial en la población para desarrollar un turismo responsable, sostenible, pero a pesar de ello el distrito

presenta un nivel bajo y los pobladores deben ser concientizados y sensibilizados para emplear una actitud amable con los visitantes, proporcionando un servicio adecuado para obtener como resultado la satisfacción de los turistas y el crecimiento del distrito (García, 2018).

De acuerdo con Díaz y Machado (2016) la cultura turística está representada por el desempeño constante sobre el conocimiento del turismo. Empieza con la perspectiva del desarrollo sostenible, aspectos socioculturales, ambientales y económicos en el rubro turístico. Por lo tanto, se dice que para lograr una cultura turística en una ciudad o país se debe trabajar en conjunto con los residentes transmitiendo sus valores, conocimientos y actitudes positivas hacia los visitantes. Siendo fundamental la formación de cultura turística alta en instituciones que motiven a vivir fuera y comprender el entorno cultural de las situaciones que implica un territorio.

Asimismo, Solorzano (2017) determina el nivel de cultura turística de los pobladores de Anta y la influencia en el desarrollo sostenible del circuito turístico de la provincia de Anta. Donde a través de un análisis determina como resultados la importancia de generar niveles adecuados con la cultura turística, fomentando el desarrollo sostenible en lo económico, social y ambiental, dando oportunidad a la actividad turística de satisfacer las necesidades de los turistas; comprobado estadísticamente por la prueba de Chi cuadrado de Pearson dando como relación significativa, directa e importante.

La variable conciencia turística es importante para conocer el nivel de integración de los pobladores con la actividad turística, por ello se ha medido el nivel de conciencia turística a través de actitud del poblador frente al turista, la identidad cultural del poblador y la participación de los pobladores en la actividad turística, teniendo como resultado un nivel medio de conciencia turística en los pobladores del distrito del Rímac, debido a que aún intervienen grupos menores sin embargo si conocen de la importancia del turismo en el distrito (Ruiz y Pozo, 2020). Asimismo, Cueva y Velásquez (2017) evaluó el estado de conciencia turística en los pobladores mediante la identidad cultural, el desarrollo ambiental, social y económico, en la cual se tuvo como resultado nivel de conciencia turística bajo, sin embargo, los resultados abordan que la dimensión de identidad cultural es positiva debido al conocimiento de los atractivos turísticos de la localidad por parte de los pobladores.

Por consiguiente, se debe demostrar cómo la conciencia y cultura turística influye en el desarrollo de los servicios turísticos y a la vez en los servicios que brindan los pobladores mediante las actitudes y comportamientos acordes a las necesidades del visitante en la región Ica, teniendo como resultados en porcentajes estadísticos un nivel alto mediante la prueba chi-cuadrada donde existe una correlación de 12.871 en las poblaciones receptoras de la región Ica y entre ambas variables. De acuerdo a los resultados obtenidos con el programa estadístico SPSS, el valor obtenido se hizo mediante la prueba chi-cuadrada a 39,236 entre la entrega de servicio auténticos acorde a las necesidades mediante la prueba de chi-cuadrada a 23, 762 y la participación de los actores mediante la prueba chi-cuadrada a 16,64 (Cavero, 2018).

Además, se argumenta la relación entre la educación, capacitación y conciencia turística en los pobladores de Costa de Marfil, presentando un nivel medio en conocimientos debido a que no todos los pobladores se integran con el desarrollo turístico de la ciudad. Por ello, se manifiesta que la conciencia turística debe ser integrada en la mente de todos y convertirse en los ejes prioritarios de su desarrollo socioeconómico, cultural y medioambiental. Côte d'Ivoire-Tourisme, estructura de promoción turística concientizada en Costa de Marfil tiene como

finalidad atraer turistas y generar ingresos, todo ello junto con una actitud activa en pro de respeto e igualdad entre los pobladores y turistas (Maroto y Konan, 2017)

Finally, the author Potgieter (2016) points out that academic and professional circles in the field of tourism requires that the inhabitants know their own, that they participate in the negative effects and clear benefits associated with tourism. In return for the impacts and benefits, tourism planners can receive support from residents for tourism initiatives and create Good attitudes. As a conclusion, this study shows that a higher percentage of respondent's people in Mahikeng have a negative image as a tourist area. This Project examined the level of awareness and propensity to support tourism in Mahikeng. [El autor señala que los círculos académicos y profesionales en el campo del turismo requieren que los habitantes conozcan los suyos, que participen en los efectos negativos y los claros beneficios asociados al turismo. A cambio de los impactos y beneficios, los planificadores del turismo pueden recibir el apoyo de los residentes para las iniciativas turísticas y crear buenas actitudes. Como conclusión, este estudio muestra que una mayor percepción de los encuestados en Mahikeng tienen una imagen negativa como zona turística; este proyecto examinó el nivel de conciencia y la propensión a apoyar el turismo en Mahikeng.

El siguiente punto que presenta la investigación tiene un sustento en las bases teóricas en relación a la variable, las cuales se determinan a continuación:

Cuando se habla de cultura, hay cierta relación con el término conocimiento en el desarrollo y disfrute de la persona, lo que conlleva a una mejora en calidad de vida y a una idea reflejada a la configuración de ver a la cultura como forma de ver al mundo en aspectos de recargar energía e inspiración por un lugar determinado. (Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura, 1999, citado por Almazán, 2007, p. 125).

Una organización pública en el rubro turístico como lo es Mincetur (2015) sintetiza que la cultura turística es un grupo de saberes, conocimientos, valores y actitudes que tonifica la personalidad, fomentando la cordialidad con el visitante nacional y extranjero, de tal manera que se colabora con el incentivo al cuidado del patrimonio en todos los aspectos, considerándose al turismo como un mecanismo de desarrollo al país y crecimiento para todos. Además, refleja conocimientos turísticos adquiridos por cada individuo, el comportamiento responsable o irresponsable de acuerdo con el desempeño que aporta en el sector. (González, 2012)

Por consiguiente, la cultura turística no es más que la actividad destinada a potenciar disfrute por parte de los visitantes en los recursos naturales, humanos y culturales del lugar en que se encuentra, dicho concepto explica que:

“La cultura turística es uno de los ámbitos donde los habitantes de las ciudades con patrimonio histórico deben reflejar y recrear su identidad turística, en ella se puede reconocer a una síntesis privilegiada de la historia, las transformaciones, las influencias, intercambios y mestizajes de un pueblo”. (Zumaeta, 2014, p. 17)

Para Aguirre (2010), este término contrae relación con los valores realmente trascendentales que rescatan el afecto por la cultura y sirve como motivación para ser vista por el mundo. Cuando se adquiere una cultura turística se prepara para interactuar con los visitantes, ambos en busca de calidad, ellos de su vivencia y la población en mejorar su estilo de vida.

Finalmente, el Pentur (2012-2021) admite la identificación de cinco pilares básicos en el sector turismo, tales como: el capital humano, la calidad, la seguridad turística, la sostenibilidad y la cultura turística que busca incentivar y promover la buena voluntad de los pobladores. Vale recalcar que algunos análisis indican que la localidad anfitriona no siempre reconoce los datos suficientes de un pueblo, ni región, ni los impactos positivos y negativos de la actividad turística.

Respecto al concepto básico para la operacionalización de dimensiones e indicadores de cultura turística el autor Gonzales (2012) propone lo siguiente:

**Cognitiva:** esta perspectiva analiza los problemas educativos actuales y emergentes de una sociedad profundamente afectada por la indiferencia y profundos cambios culturales. Asimismo, la psicología cognitiva constituye una teoría general acerca de cómo el individuo procesa la información, adquiere el conocimiento, procesa y se entrega a un tipo de respuesta. (Rafael, 2009; Trujillo, 2017). Sin embargo, intervienen a su vez otros procesos como: la percepción, la memoria, el razonamiento y la reflexión. (Rafael, 2009)

**Instrumental:** es el aprendizaje de aquellos instrumentos esenciales, como el diálogo, la reflexión, los contenidos y habilidades que constituyen la base para relacionarse con la sociedad actual permitiendo operar en la gestión local del turismo. De tal forma, se basa en la adquisición de instrumentos y herramientas esenciales como base para acceder a los conocimientos logrando una formación de calidad. (Iñiguez, 2013). Asimismo, los procesos del conocimiento instrumental se convierten en acciones de comunicación. (Cervantes, 2019).

**Afectivo Motivacional:** perspectiva afectiva con respecto al turismo basada en la relación turista-anfitrión. Asimismo, se incluye la valoración de lo positivo y negativo, lo agradable y desagradable que se percibe de una persona. (Barrera, 2016). Así también, involucra la edad en los recursos de interpretación y control emocional, el temperamento y la socialización por parte de agentes que habitan el lugar. (Saarni, 2016)

**Actitudinal:** influye la disposición por el desarrollo de valores personales y sociales. De tal forma, se da valor a la convivencia del turista en la comunidad, para actuar en espacios o escenarios definidos e interactuando un proceso de enseñanza como normas, creencias y actitudes. (Velasco, 2011; Rodríguez, 2015)

**Comportamental:** situación en la que se demuestra distintos modos de actuación práctica y efecto multiplicador en acciones. Puesto que, intervienen aspectos de comportamiento en los consumidores turísticos y en la toma de decisiones, para lograr la conducta de actividad se analiza las teorías del consumidor aplicadas al campo turístico. (Ramírez, 2014; Alba, 2014)

Cuando se menciona la palabra conciencia es conectarse con uno mismo, lo que se dice que la conciencia se interrelaciona en sí mismo. Así pues, se decreta como la identidad que se conecta a sí mismo. (Sider, 2007, p. 54). Por otro lado, (Quijano, 2009) define a la conciencia como la cumbre de la evolución de los humanos, pero es un fenómeno tan peculiar que, hasta ahora carece de una explicación dinámica y se argumenta que es algo subjetivo, accesible solamente a quien lo experimenta, pero no es observado como se esperaba.

En síntesis, la conciencia ha sido un problema fundamental tanto en el momento de su constitución como disciplina científica y en el momento actual, cuando se expandieron las

posibilidades de abordajes interdisciplinarios y se flexibilizaron los criterios de cientificidad y validación empírica. (Domínguez, 2013)

El autor Mieres (2002) menciona que la conciencia turística es “como un estado mental que presupone la buena disposición de los individuos para impulsar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee una ciudad”. De igual manera, se debe interactuar con los residentes y visitantes, lo que ayuda a incentivar la preservación y respeto hacia los atractivos que posee el destino turístico. Por ello, se conceptualiza que es fundamental conseguir que la actividad turística forme parte de la cultura en un país, para promover el cuidado y desarrollo sostenible. (Varisco, Benseny & Padilla, 2016)

En pocas palabras, la conciencia turística se asocia a una actitud de aspecto y cordialidad hacia el turista, por parte de la comunidad anfitriona, el trato adecuado a los visitantes en un atributo positivo de los destinos turísticos. Además, se contribuye a mejorar como destino turístico, se entiende que una buena atención es un factor importante para el deseo de volver a visitarlo o para recomendarlo.

Ramírez (1994) define las dimensiones encaminadas de conciencia turística a crear una actitud mental positiva de la colectividad humana hacia el mejoramiento y conservación de todos aquellos elementos que conforman la oferta turística de un país.

Actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas: contrae la necesidad de interactuar con los pobladores de servicios turísticos en general, estableciendo elementos necesarios para una imagen positiva del lugar. Así pues, la interacción entre visitantes y residentes es parte de la experiencia turística, ya que es algo inédito viajar por distintos lugares y no tener contacto con la población. (San Martín, 2003; Velasco, 2016). Además, se identifica los intereses y responsabilidades de las personas para impulsar la industria turística del destino. (Velasco, 2016)

Actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos: el turista representa para la comunidad una importante fuente de ingresos, por lo que deben ser tratados de manera cortés, con absoluta honradez y equidad. Asimismo, la relación de las personas incide en las diferentes actividades que realiza el visitante en el lugar donde se encuentra. (Moncayo & Solís, 2017). De esa manera, se señala que la complejidad del producto y las dinámicas complejas son características del turismo que guardan relación con la gestión de suministros en los servicios turísticos. (Montero & Pincay, 2015)

Actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico: González (2010) y Pastor (2003) recomiendan que en países con alto potencial turístico deberían innovar programas básicos para formar el criterio de las personas y la importancia que representa para satisfacer las necesidades de las corrientes turísticas. Es por ello que la conservación de atractivos turísticos contribuye a la participación colectiva de la localidad para un mejor desarrollo turístico.

Por consiguiente, la cultura se define por los conocimientos y valores que posee una ciudad incentivando al desarrollo de la actividad turística, así lo señaló González (2012). Por otro lado, se tiene a la conciencia turística que se define por las actividades y comportamientos de los residentes frente a los visitantes, según Ramírez (1994). Los dos términos se relacionan entre sí, ya que ambos incluyen a la población en la administración de los recursos y la participación

en el desarrollo turístico, con la finalidad de contraer una buena interacción con los visitantes que llegan al lugar. (Gonzales & Herrera, 2008)

De esta manera, se finaliza diciendo que la cultura turística propone una concientización para el desarrollo de las localidades en donde se llevará a cabo el progreso, a través de la gestión participativa basada en una convivencia armónica entre el visitante y las comunidades receptoras.

### **Materiales y métodos**

La investigación muestra un enfoque cuantitativo y manifiesta la objetividad a través del uso del cuestionario mediante preguntas que fueron formuladas en la encuesta, lo cual permitió medir las dos variables. De acuerdo al autor Sierra (2013) designa que el estudio en las personas debe ser caracterizado por relacionarse con la investigación social y su capacidad de medición.

Esta investigación es de tipo aplicada, lo que conlleva a estar directamente influenciada en la cultura y el conocimiento que existe en pocos lugares, con la finalidad de obtener un mayor grado de interés por el conocimiento de la ciudad. En cuanto a Maletta (2015) indica que cada investigador debería aplicar y dar la validación de la realidad que se atraviesa en un espacio específico.

Con respecto al nivel de la investigación que es correlacional por el hecho de haberse analizado la relación entre la cultura turística y conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Chiclayo. Según Hernández (1998) conocer el comportamiento de variables relacionadas, para proceder al análisis de correlación.

La investigación muestra un diseño no experimental, debido a que no realiza ninguna manipulación de variables, lo cual se apoya en Hernández y Fernández (2014); Asimismo, presenta un corte transversal ya que la recolección de datos se dio en un solo momento. En consecuencia, se planteó la siguiente hipótesis que existe relación positiva entre la cultura y conciencia turística en los residentes de la ciudad de Chiclayo, la cual responde al objetivo de la investigación.

En cuanto al Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (Reniec, 2019) indica que la población está constituida por todas las personas mayores de 18 años que han nacido y/o viven en la ciudad de Chiclayo, siendo un total de 250 384 que constituye la población general de esta investigación. En cuanto a la muestra se denota de un total de 384 personas que se aplica a los criterios de inclusión que fueron analizados en la investigación; además se tuvo un muestreo probabilístico aleatorio realizado mediante una encuesta dirigida a la población. Así lo indica Gómez (2016) que menciona a la muestra como una porción de la población con las mismas características.

$z = 1.96$  (nivel de confianza del 95%)

$e = 0.05\%$  (error muestral o probabilístico)

$p =$  probabilidad de éxito = proporción esperada (50% = 0.5)

$q =$  probabilidad de fracaso  $1-p$  ( $1-0.5=0.5$ )

$N = 250\ 384$  (tamaño de la población o universo)

$n = 384$  (tamaño de muestra)

$$n = \frac{z^2(p * q)N}{e^2 (N - 1) + Z^2p * q}$$

$$n = 384$$

Respecto a las técnicas de recolección de datos se realizó una revisión bibliográfica en artículos científicos, papers y libros que permitió recabar información actualizada para realizar la presente investigación, la cual permitió complementar conocimientos globales acerca de las variables. Y se utilizó como instrumento el cuestionario conformado por cinco dimensiones de cultura turística y tres dimensiones de conciencia turística, cada una con sus respectivos indicadores siendo un total de 29 preguntas plasmadas en la encuesta cuyas respuestas utilizaron escala de Likert con los valores de 1. Nunca, 2. Rara vez, 3. Algunas veces, 4 = Casi siempre, 5 = Siempre; lo que fue fundamental para recaudar archivos y referencias por diversos investigadores y autores (Guirao, 2015).

Por ende, la encuesta se realizó en la ciudad de Chiclayo mediante la plataforma virtual Google forms entre los meses de julio y agosto 2020; por consiguiente, para el procesamiento de los datos obtenidos se utilizó el programa de SPSS que permitió efectuar el análisis estadístico con resultados exactos y sin error sobre la relación que existe entre la cultura y conciencia turística en la ciudad de Chiclayo. Por último, se tuvo en cuenta los criterios éticos y sin la necesidad de realizar plagio.

*Tabla 01.*

Alfa de Cronbach de la variable Cultura turística mediante la varianza de los ítems

VARIABLES / DIMENSIONES	N	ALFA DE CRONBACH	FIABILIDAD
Cultura turística	20	0.982	Alta
Cognitiva	6	0.888	Alta
Instrumental	3	0.941	Alta
Afectivo Motivacional	4	0.936	Alta
Actitudinal	3	0.920	Alta
Comportamental	4	0.953	Alta

Nota: N: número de ítems

La medida de la fiabilidad del instrumento mediante el Alfa de Cronbach asume que la primera variable que es cultura turística, se obtuvo como resultado un coeficiente de 0.982 indicando una consistencia alta al igual que sus dimensiones como cognitiva, instrumental, afectiva motivacional, actitudinal y comportamental que también mostraron un coeficiente alto; esto debido a la relación que tienen los pobladores con la cultura turística en la ciudad de Chiclayo.

Tabla 02

Alfa de Cronbach de la variable Conciencia turística mediante la varianza de los ítems

VARIABLES / DIMENSIONES	N	ALFA DE CRONBACH	FIABILIDAD
Conciencia turística	9	0.944	Alta
Actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas	2	0.876	Alta
Actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos	3	0.849	Alta
Actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico	4	0.914	Alta

Nota: N: número de ítems

La medida de la fiabilidad del instrumento mediante el Alfa de Cronbach asume que la segunda variable que es conciencia turística, se obtuvo como resultado un coeficiente de 0.944 indicando una consistencia alta al igual que sus dimensiones como actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas, actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos y actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de los servicios turísticos respectivamente los cuales también son resultados altos.

## Resultados y discusión

Tabla 03

Resultados de la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre las variables cultura y conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Chiclayo.

		CORRELACIONES	
		CULTURA TURÍSTICA	CONCIENCIA TURÍSTICA
Rho de Spearman	CULTURA TURÍSTICA	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	384
	CONCIENCIA TURÍSTICA	Coeficiente de correlación	,910**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	384

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: N: números de casos

Se realizó una encuesta a 384 personas que han nacido y/o viven actualmente en Chiclayo para analizar la cultura y conciencia turística. En ese sentido, en relación al objetivo general que fue determinar la relación que existe entre la cultura y conciencia turística en la ciudad de Chiclayo, para el cual se determinó la siguiente hipótesis:

H0: no existe relación positiva entre la cultura y conciencia turística en los residentes de la ciudad de Chiclayo.

H1: si existe relación positiva entre la cultura y conciencia turística en los residentes de la ciudad de Chiclayo

Para ello, se utilizó el Rho de Spearman para medir el nivel de relación de las variables cuyos resultados se muestran en la tabla 03, donde se evidencia que hay relación entre ambas variables en donde P valor fue menor a 0,05 y con un coeficiente de correlación de 0,910 el cual significa un nivel alto, lo cual se puede determinar que hay suficiente evidencia para aceptar la hipótesis.

Tabla 04

*Resultados de la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre la variable cultura turística y la dimensión de actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas en la ciudad de Chiclayo.*

<b>Correlaciones</b>				
			CULTURA TURÍSTICA	APHRCT
Rho de Spearman	CULTURA TURÍSTICA	Coeficiente de correlación	1,000	,560*
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	384	384	
	APHRCT	Coeficiente de correlación	,560*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: N: números de casos

Los resultados obtenidos de la correlación respecto al primer objetivo específico que fue analizar la relación que existe entre la cultura turística y la actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas en la ciudad de Chiclayo, se puede evidenciar que si hay relación entre la variable Cultura turística y la primera dimensión de conciencia turística en donde P obtiene un valor menor a 0,05, lo cual se puede determinar que hay suficiente evidencia para aceptar la siguiente hipótesis:

H2: si existe relación positiva entre la conciencia turística y la actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas en la ciudad de Chiclayo.

Tabla 05

*Resultados de la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre la variable cultura turística y la dimensión de actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos en la ciudad de Chiclayo.*

<b>Correlaciones</b>			CULTURA TURÍSTICA	APHFST
Rho de Spearman	CULTURA TURÍSTICA	Coeficiente de correlación	1,000	,910 <sup>**</sup>
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	APHFST	Coeficiente de correlación	,910 <sup>**</sup>	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

<sup>\*\*</sup>. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: N: números de casos

Como segundo objetivo específico que es identificar la relación que existe entre la cultura turística y la actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos en la ciudad de Chiclayo se evidencia que si hay relación entre la variable de cultura turística y la segunda dimensión de conciencia turística en donde P obtiene un valor menor de 0,05 y con un coeficiente de correlación de 0,910 que significa un nivel alto, además se evidencia que sí corresponde a la siguiente hipótesis:

H3: si existe relación positiva entre la cultura turística y la actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos en la ciudad de Chiclayo.

Tabla 06

*Resultados de la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre la variable cultura turística y la dimensión de actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico en la ciudad de Chiclayo.*

<b>Correlaciones</b>			CULTURA TURÍSTICA	APHCBST
Rho de Spearman	CULTURA TURÍSTICA	Coeficiente de correlación	1,000	,929 <sup>**</sup>
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	APHCBST	Coeficiente de correlación	,929 <sup>**</sup>	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

<sup>\*\*</sup>. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: N: números de casos

Por último, se tiene al tercer objetivo específico que es analizar la relación que existe entre la cultura turística y la actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico en la ciudad de Chiclayo evidenciándose que, si hay relación entre la variable cultura turística y la tercera dimensión de conciencia turística en donde P obtiene un valor menor a 0,05 y con un coeficiente de correlación de 0,929 con significancia alta, asimismo se acierta la siguiente hipótesis:

H4: si existe relación positiva entre la cultura turística y la actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico en la ciudad de Chiclayo.

De acuerdo a los resultados obtenidos se demuestra que los pobladores de la ciudad de Chiclayo poseen un nivel alto de Cultura turística y Conciencia turística, dando por hecho que los pobladores no son indiferentes a la importancia de desarrollar y contraer conocimientos nuevos en referencia al turismo que genera la ciudad. Aunque hay evidencias que algunos pobladores sí saben relacionarse positivamente con los visitantes y brindarles información turística porque son conscientes que el turismo es una fuente de demostrar los valores y actitudes de uno mismo. En concordancia a ello, Santacreu, Hernández, Adarraga y Márquez (2002) indican que las relaciones que tienen las personas son por los diferentes tipos de aprendizaje que desarrolla una adaptación a nuevos contextos, lo cual generaría una conciencia más catalogada por la cultura turística que dispone los pobladores de la ciudad de Chiclayo.

Además, Cueva y Velásquez (2017) menciona que desde sus inicios de cultura turística ha ido trascendiendo de generación en generación, de igual manera está sucediendo con la ciudad de Chiclayo ya que a través de los años ha ido fortaleciendo en sus productos que ya la población está más conectada con la actividad turística y pues a desarrollado un nivel adecuado de cultura turística, por ende, impactando en los niveles de conciencia turística.

Sin embargo, la cultura turística y la actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas en la ciudad de Chiclayo cuyo resultado obtenido fue nivel moderado, demostrando que los pobladores si presentan dificultades en interactuar y contraer un contacto ameno con los visitantes, se podría decir que la relación que tienen es circunstancial. Esto se refuerza con el autor Monterrubio (2013) donde afirma que las personas deben disponer de conocimientos, sentimientos de gusto o disgusto y la intención de un comportamiento positivo frente a un grupo social en particular. Asimismo, los pobladores deben mentalizarse más en las relaciones interculturales brindándoles a los visitantes confianza, seguridad y protección durante su visita (Ruiz y Pozo, 2020). Por ende, es importante que el residente sea consciente de los beneficios que genera el turismo y pongan en práctica actitudes que contribuyen al desarrollo y crecimiento turístico en la ciudad.

Por el contrario, la cultura turística y la actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos en la ciudad de Chiclayo resultó un nivel alto que significa que los visitantes respetan y valoran los servicios que reciben durante el recorrido que realizan a un atractivo o lugar específico de la ciudad. Asimismo, los ciudadanos han demostrado el interés por sus costumbres, festividades y tradiciones que celebran para operar en el crecimiento y desarrollo de Chiclayo. Por ello, se evidencia mediante unas estadísticas por el MINCETUR (2018) donde afirman que el lugar más visitado por los turistas extranjeros es Chiclayo con el (83.8%) y con un nivel de satisfacción alto (83%), lo que significa una buena actitud positiva frente a los servicios turísticos que brindan a los visitantes.

Consecutivamente, la ciudad de Chiclayo tiene una cultura turística y una actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico con un nivel alto de relación, lo que implica que las personas son conscientes y velan por el bienestar y conservación de los atractivos turísticos que son símbolo en la ciudad, además que cada poblador realiza su participación en actividades relacionadas al turismo con beneficio a la comunidad y crecimiento de Chiclayo. En consecuencia, con lo mencionado anteriormente Troncoso y Almirón (2005) afirman que es cuestión de lograr equilibrio entre la conservación y la mercantilización turística del patrimonio, asegurando su mantenimiento como recurso para el desarrollo turístico. Entonces, es importante que los pobladores se incluyan de manera positiva y aporten progresivamente con su conducta.

Finalmente, se ha visto el poco interés por adquirir conocimientos sobre la ciudad en la que se encuentran y no participar de las festividades que se realizan por las diversas celebraciones, lo cual no permite estar al tanto si reciben beneficios o aportes por los turistas que llegan a visitar, pero si hay personas aún que promueven el crecimiento de la ciudad de Chiclayo aportando en la concientización de la cultura turística. Por ello, es fundamental involucrar a la población en el desarrollo turístico, motivando a nuevas ideas y estrategias que mejoren la imagen del destino (Morales, 2016)

## **Conclusiones**

La presente investigación determinada relación significativa entre cultura y conciencia turística en los residentes de la ciudad de Chiclayo, puesto que se deduce que es directamente proporcional ya que, a mayor nivel de cultura turística, mayor es el nivel de conciencia turística, reflejándose en la medición alta de ambas variables con el 0.91% de correlación dado por el Rho de Sperman.

Respecto a la relación entre la cultura turística y la actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas en la ciudad de Chiclayo, se analizó el comportamiento y relación que tienen los residentes frente a los visitantes obteniendo una medición moderada por el Rho de Sperman del 0.56%

En cuanto a la relación entre cultura turística y la actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos en la ciudad de Chiclayo determina una medición alta por el Rho de Sperman del 0.91%, por lo que los pobladores y trabajadores involucrados en el ámbito turístico desempeñan una participación absoluta en las actividades y servicios otorgados a los visitantes.

Y finalmente al analizar la relación entre la cultura turística y la actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico en la ciudad de Chiclayo, indica como medición alta por el Rho de Sperman de un 0.92% en la predisposición de las personas dispuestas en aportar para la conservación y desarrollo de sitios turístico en Chiclayo.

## **Recomendaciones**

A las autoridades públicas y privadas relacionadas al sector turismo como la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo (Gercetur), Promperú, Iperú, APAVIT, AHORA Lambayeque, APPTUR y más, implementar mayores actividades culturales y/o realizar programas para que la población local pueda tener una percepción positiva y de mejor trato con los turistas.

A los gremios como la Municipalidad de Chiclayo, el Gobierno Regional, la Cámara de Comercio – Producción - Turismo y Servicios, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) brindar programas de sensibilización, concientización y conservación incentivando a los residentes a participar y desempeñar actitudes positivas con los visitantes en los atractivos turísticos que posee la ciudad de Chiclayo.

Por último, se sugiere a las entidades como Gercetur, Iperú y Gobierno Regional establecer alianzas y convenios con los medios de comunicación, además de promocionar y difundir mediante sus redes sociales y páginas web a la Ciudad de la amistad como un destino proveniente del turismo a nivel nacional e internacional.

## Referencias

- Almazán, T. (2007). Panorama de la Cultura cubana: antología. La Habana: Félix Varela.
- Aguirre, C. (2010). Introducción al estudio del turismo a través del materialismo cultural.
- Arria, D. (1991). Turismo y Desarrollo. Caracas: Arte.
- Cayo, N. y Velásquez, A. (2017). Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico – Perú. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v8n2/a05v8n2.pdf>
- Cavero, N. (2018) La conciencia y cultura turística en el desarrollo de servicios turísticos de la región Ica. (tesis de Maestría). Universidad Nacional de Educación. Ica.
- Cueva, D. y Velásquez, C. (2017). Concientización turística como factor de desarrollo sostenible en la población del distrito de Coracora, Provincia de Parinacochas-Región Ayacucho 2017.
- Chacaltana, J. (2016). El turismo en el Perú: Perspectivas de crecimiento y generación de empleo.
- Díaz, A. y Machado, R. (2016). La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa “Colegios Amigos del Turismo” en Colombia. Turismo y Sociedad, xix, pp.49-71. Recuperado de <https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04>
- García, C. (2018). Formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco – Lima 2018. (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima.
- González, MR (2012). Cultura Turística de la población local anfitriona residente en destinos urbanos, p.22-25.
- González, C. (2010). El turismo, factor de aprovechamiento y conservación del patrimonio cultural de la humanidad.
- Gómez, A. (2016). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio.
- Konan, J. y Maroto, J. (2017). Educación, capacitación y conciencia turística en costa de Marfil
- Mieres, A. (2002). Definición de la conciencia turística. Ed. México
- Mincetur (2013). Plan Multianual de Inversiones Turísticas 2007 al 2013.
- Mincetur (2015). Cultura turística. Lima – Perú.
- Mincetur (2018). Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita Lambayeque.
- Mincetur (2018). Movimiento turístico en Lambayeque.
- Moncayo, A. y Solís, L. (2017). Caracterización de la cadena de suministro de servicios turísticos de la provincia Tungurahua.

Montero, J. y Pincay, L. (2015). Análisis de la cadena de valor del sector turístico del Valle del Cauca.

Pentur (2012-2021). Cultura turística Perú, p. 40.

Potgieter, M. (2016) Residents' awareness and support of tourism in Mahikeng, south Africa. North West University South Africa, Mafikeng. Recuperado de <https://repository.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/24369/2016Residents.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quijano, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. Quito-Ecuador

Ramírez, M (1994) Deontología y Conciencia Turística. Editorial Diana México, p. 65-72.

Ramírez, C. (2013). Visión integral del turismo. Fenómeno dinámico universal. México

Rafael, A. (2007) Desarrollo cognitivo: las teorías de Piaget y de Vygotsky.

Ruíz, M. y Pozo, L. (2020). Conciencia turística de los pobladores en el distrito del Rímac-Perú

SERNATUR (2018). Manual de Capacitación Programa de conciencia turística. Chile

Solórzano, E. (2017) Nivel de cultura turística de los pobladores del circuito turístico anta para su desarrollo sostenible. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Cusco.

Saarni (2006). Afectivo-Motivacionales y su incidencia aprendizaje

San Martín, J. (2003). Relaciones interculturales en el contexto turístico.

Sider, T. (2007). Parthood. *Philosophical Review*, 116(1), 51-91.

Trujillo, G. (2017). La dimensión cognitiva, importancia y trascendencia en la educación básica

Varisco, C; Benseny, G. y Padilla, N. (2016). Concientización turística y ambiental.

Velasco, L. (2011). Dimensiones del desarrollo humano

Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo.

**Anexos**

**Matriz de Consistencia:**

<b>Problema principal</b>	<b>Objetivo principal</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>		
¿Cuál es la relación que existe entre la cultura y conciencia turística en la ciudad de Chiclayo?	Determinar la relación que existe entre cultura y la conciencia turística en la ciudad de Chiclayo.	Existe relación positiva entre cultura y conciencia turística en los residentes de Chiclayo.	Variable 1 - Cultura turística		
	<b>Objetivos específicos</b>		<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	
	Analizar la relación que existe entre la cultura turística y la actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas en la ciudad de Chiclayo		Cognitiva	Conocimientos históricos, geográficos, culturales, Conocimientos turísticos, Conocimientos sobre la problemática del turismo, Conocimientos sobre el turismo sostenible.	
	Identificar la relación que existe entre la cultura turística y la actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos en la ciudad de Chiclayo		Instrumental	Habilidades para la comunicación, Habilidades para tomar decisiones, Habilidades para gestionar problemas y solucionar conflictos.	
			Activo Motivacional	Percepción, Estados de ánimo, Motivación, Estados de satisfacción	
			Actitudinal	Contribuir soluciones, Actitud pasiva o activa, Expresión de valores	
			Comportamental	Actuación, Participación y apoyo a las acciones, Posicionamiento crítico reflexivo, Efecto multiplicador	
				Variable 2 - Conciencia Turística	
				<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
				Actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas	Buen trato y amabilidad hacia los turistas. Transmitir una imagen positiva del turismo.
		Actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos	Percepción de buen trato de los empresarios y profesionales en turismo hacia los turistas. Percepción de un trato cortés y amable de los empresarios y profesionales en turismo hacia el turista.		
		Actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico	Participación en programas de conciencia turística. Identificación con sus costumbres, tradiciones y herencia cultural. Cuidado hacia el patrimonio cultural y natural.		
<b>Diseño y tipo de investigación</b>	<b>Población, muestra y muestreo</b>		<b>Procedimiento y procesamiento de datos</b>		
La investigación es cuantitativa, de tipo aplicada y nivel descriptiva-correlacional.	La población es de 250384 con una muestra de 384 personas a las cuales se le aplicara el muestreo censal.		El instrumento de la investigación se aplicará en el centro de la ciudad de Chiclayo, donde se aplicará un proceso de recolección de datos para medir la muestra mediante una encuesta a 384 personas mayores de edad que ayudará a analizar la relación entre cultura turística y conciencia turística que hay en los pobladores de Chiclayo.		

Cuadro de Operacionalización:

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICA	INSTRUMENTO
Cultura turística (Gonzales, 2012)	Cognitiva	Conocimientos históricos, geográficos y culturales	Encuesta	Cuestionario
		Conocimientos turísticos		
		Conocimientos sobre la problemática del turismo		
	Instrumental	Conocimientos sobre el turismo sostenible		
		Habilidades para la comunicación		
		Habilidades para tomar decisiones		
	Activo Motivacional	Habilidades para gestionar problemas y solucionar conflictos		
		Percepción		
		Estados de ánimo		
	Actitudinal	Motivación		
		Estados de satisfacción		
		Contribuir soluciones		
Comportamental	Actitud pasiva o activa			
	Expresión de valores			
	Actuación			
Conciencia turística (Ramírez, 1994)	Actitud positiva hacia las relaciones y contactos con los turistas	Participación y apoyo a las acciones	Encuesta	Cuestionario
		Posicionamiento crítico reflexivo		
	Actitud positiva hacia los facilitadores de los servicios turísticos	Efecto multiplicador		
		Buen trato y amabilidad hacia los turistas.		
	Actitud positiva hacia la conservación de bienes susceptibles de uso turístico	Transmitir una imagen positiva del turismo		
		Percepción de buen trato de los empresarios y profesionales en turismo hacia los turistas		
	Percepción de un trato cortés y amable de los empresarios y profesionales en turismo hacia el turista			
	Identificación con sus costumbres, tradiciones y herencia cultural			
	Cuidado hacia el patrimonio cultural y natural			

Cuestionario:



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**

**OBJETIVO:**

Estimados participantes, agradezco su tiempo brindado para llenar la presente encuesta. El objetivo de la investigación es determinar la relación que existe entre la cultura y conciencia turística en la ciudad de Chiclayo.

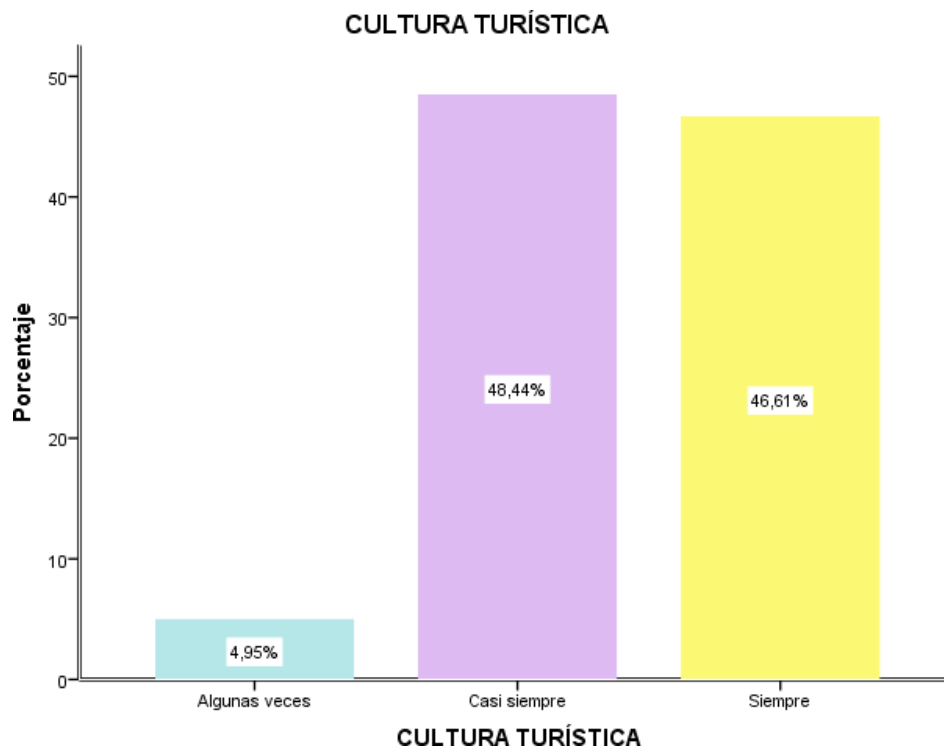
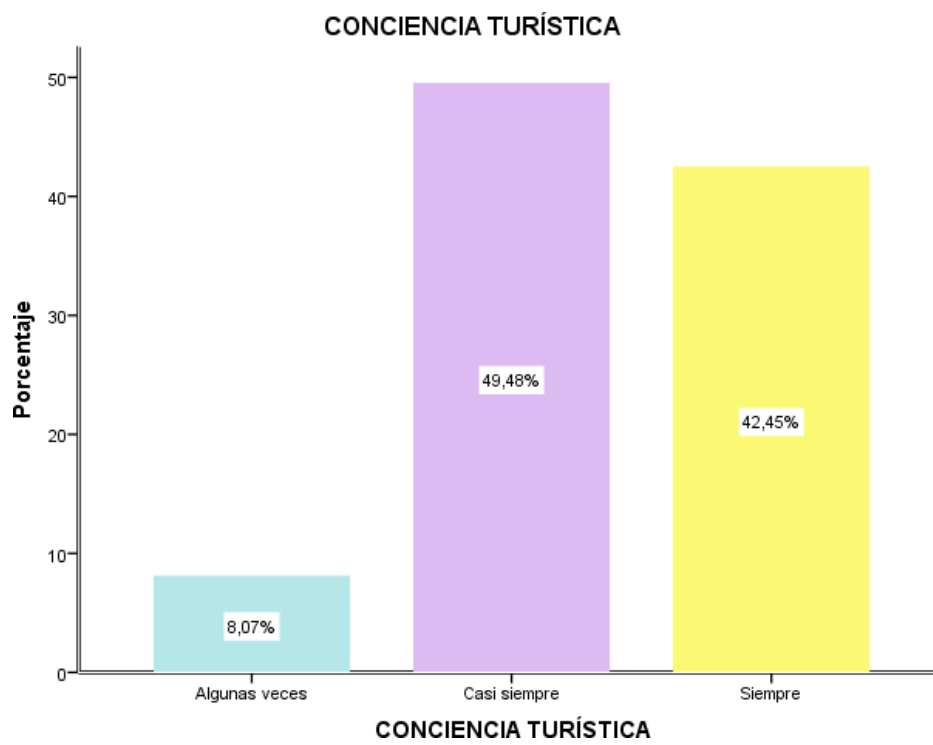
**INSTRUCCIONES:**

Lea detenidamente las preguntas y marque dentro del círculo la respuesta que usted considere conveniente, teniendo en cuenta siguiente escala:

1. Nunca, 2. Rara vez, 3. Algunas veces, 4 = Casi siempre, 5 = Siempre

<b>CULTURA TURÍSTICA</b>					
<b>COGNITIVO</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. Dentro de su formación educativa, ha recibido conocimientos de los aspectos históricos, geográficos y culturales de Chiclayo.					
2. Indaga información sobre la historia, geografía y cultura de Chiclayo.					
3. Ha visto documentales sobre la historia, geografía y cultura de Chiclayo.					
4. Ha participado de talleres sobre turismo y cultura en la ciudad de Chiclayo.					
5. Lee noticias relacionadas al turismo a nivel local.					
6. Con que frecuencia usted observa que las actividades turísticas en la ciudad buscan beneficios económicos favoreciendo a la población y cuidando el medio ambiente.					
<b>INSTRUMENTAL</b>					
7. Interactúa de manera espontánea con los turistas.					
8. Concuere con las decisiones tomadas para el desarrollo y fortalecimiento de la cultura turística en la ciudad de Chiclayo.					
9. Cuando ha sido testigo de un abuso hacia un visitante como robo, pelea o posible estafa. Con que frecuencia usted pide ayuda.					
<b>APECTIVO - MOTIVACIONAL</b>					
10. La actividad turística es favorable para la ciudad de Chiclayo.					
11. Le agrada compartir los espacios públicos de la ciudad con turistas o visitantes nacionales.					
12. Como residente de Chiclayo, comparte sus costumbres con los turistas.					
13. Le satisface saber que Chiclayo es una ciudad de interés para turistas nacionales e internacionales.					

<b>ACTITUDINAL</b>					
14. Apoya en las gestiones de mejoramiento local para las actividades turísticas.					
15. Ofrece una actitud activa durante la estadía de los visitantes.					
16. Los residentes demuestran sus valores en sus acciones hacia ellos mismos y con los turistas.					
<b>COMPORTAMENTAL</b>					
17. Se involucra activamente y participa en la realización de las fiestas costumbristas o actividades turísticas.					
18. Participa en las actividades turísticas dentro de su localidad.					
19. Fomenta entre sus amigos y familiares el respeto hacia los turistas.					
20. El turismo genera ingresos económicos y empleo para las empresas y residentes en su localidad.					
<b>CONCIENCIA TURÍSTICA</b>					
<b>ACTITUD POSITIVA HACIA LAS RELACIONES Y CONTACTOS CON LOS TURISTAS</b>					
21. Brinda información u orientación cuando los visitantes o turistas consultan sobre un atractivo turístico de manera amable y cortés.					
22. Recomienda que visiten Chiclayo por ser un lugar con muchos atractivos turísticos por conocer y por la calidez de la gente.					
<b>ACTITUD POSITIVA HACIA LOS FACILITADORES DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS</b>					
23. Los empresarios y profesionales en turismo brindan buen trato y cálida atención hacia el turista.					
24. Los empresarios y profesionales en turismo cobran un precio justo a los turistas.					
25. Los empresarios y profesionales en turismo manejan la actividad turística en la ciudad de manera sostenible.					
<b>ACTITUD POSITIVA HACIA LA CONSERVACION DE BIENES SUSCEPTIBLES DE USO TURÍSTICO</b>					
26. Participa de las capacitaciones sobre turismo realizadas por la municipalidad u otra identidad involucrada.					
27. Practica o participa de las costumbres y tradiciones locales.					
28. Visita los atractivos turísticos de su localidad.					
29. Fomenta el cuidado del patrimonio cultural y natural de Chiclayo en su localidad.					

*Figura 1. Variable de Cultura Turística**Figura 2. Variable de Conciencia turística*

**ANEXO 02: Validación de expertos**

I

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, **Mg. Shirley Rodríguez Chamorro**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **\_LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS TURÍSTICOS\_**, titulado **"RELACIÓN ENTRE LA CULTURA Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO"**, elaborado por la Bach./ Estudiante **\_JHOANA DEL ROCÍO CHAVARRI CONDEMARIN\_**; 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, 20 de octubre de 2017.

-----  
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

**Dr./ Mg./Lic. Nombre:** Mg. Shirley Rodríguez Chamorro

**Cargo Actual:** Coordinadora de Escuela Administración en Turismo y Hotelería-UCV



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **\_JESSICA SOLANO CAVERO\_**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **\_LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS TURÍSTICOS\_**, titulado **"RELACIÓN ENTRE LA CULTURA Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO"**, elaborado por la Bach./ Estudiante **\_JHOANA DEL ROCÍO CHAVARRI CONDEMARIN\_**; 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, 23 de junio del 2020.

-----  
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Mg. Jessica Solano Cavero

Cargo Actual:       MAGISTER



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, JOSÉ ANTONIO PAZ PERINANGO, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS TURÍSTICOS, titulado 'RELACIÓN ENTRE LA CULTURA Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO', elaborado por la Bach./ Estudiante JHOANA DEL ROCÍO CHAVARRI CONDEMARIN, 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, 18 de junio del 2020.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./ Lic. Nombre: MG. JOSÉ ANTONIO PAZ PERINANGO

Cargo Actual:    MAGISTER